

# СЕРТИФИКАТ

## Быстрова Анастасия Александровна

ПРИНЯЛ(А) УЧАСТИЕ В  
VII МЕЖДУНАРОДНОЙ НАУЧНОЙ КОНФЕРЕНЦИИ  
«ТЕКСТ: ФИЛОЛОГИЧЕСКИЙ, СОЦИОКУЛЬТУРНЫЙ, РЕГИОНАЛЬНЫЙ И МЕТОДИЧЕСКИЙ АСПЕКТЫ»,  
СОСТОЯВШЕЙСЯ В ФГБОУ ВО  
«ТОЛЬЯТТИНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
17-19 апреля 2023 года

Проректор  
по научно-инновационной деятельности



Тольятти, 2023

С.Х. Петерайтис

# СЕРТИФИКАТ 证书

ФГБОУ ВО «Алтайский государственный университет», Институт гуманитарных наук,  
Кафедра медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью,  
Лаборатория «Центр языкового менеджмента и коммуникационного маркетинга»

联邦国家预算高等教育机构阿尔泰国立大学  
人文学院  
媒体传播、广告技术和公共关系系  
实验中心-语言管理和通信营销中心

Настоящий сертификат подтверждает, что  
本证书确认

## Быстрова Анастасия Александровна

Приняла участие в транснациональной научно-аналитической сессии

**АЛТАЙСКИЙ МЕДИАБАРОМЕТР-3**

参加跨国科学和分析会议  
阿尔泰媒体晴雨表-3



Л.И. Нехвядович

Директор Института гуманитарных наук  
拉丽莎·伊万诺夫娜·涅赫维亚多维奇  
人文学院院长

25-26 октября 2023  
Барнаул, Россия



## СЕРТИФИКАТ

подтверждает, что

**Быстрова Анастасия Александровна**

принял(а) участие в

**V Международной научно-практической конференции  
«Географические и экономические исследования в контексте  
устойчивого развития государства и региона»**

Сопредседатель организационного комитета конференции,  
проректор по научной и инновационной деятельности  
ФГБОУ ВО «Донецкий государственный университет»,  
кандидат химических наук, доцент

А. В. Белый



СИБИРСКИЙ  
ФЕДЕРАЛЬНЫЙ  
УНИВЕРСИТЕТ

SIBERIAN  
FEDERAL  
UNIVERSITY



ИНСТИТУТ  
педагогика, психологии  
и социологии



**Медиация в образовании:  
социокультурный контекст**

## СЕРТИФИКАТ

участника V Международной научной конференции

CERTIFICATE

for participant of the V<sup>th</sup> International Conference  
«Mediation in Education: Sociocultural Context»  
held in Krasnoyarsk, Russia, 6<sup>th</sup>-7<sup>th</sup> of October 2023

**Быстрова Анастасия Александровна**

Председатель организационного комитета,  
доктор педагогических наук, академик РАО, профессор  
Смолянинова О.Г.

-Красноярск-2023-





*Собери и лучшее!  
Приложи и достигнутое!  
Сделай это вместе!*

# ДИПЛОМ

ВРУЧАЕТСЯ

**Быстровой Анастасии Александровне**

*институт общественных наук  
и массовых коммуникаций*

*«Лауреат конкурса НИУ «БелГУ»  
в области НИРС» по итогам 2022 года*



И.о. ректора НИУ «БелГУ»

Е.А. Карловская

Белгород 2023



# СЕРТИФИКАТ УЧАСТНИКА



Настоящий сертификат подтверждает, что:

**Быстрова Анастасия Александровна**

НИУ БелГУ

принял(а) участие во Всероссийской олимпиаде по отдельным отраслям права - 2022 (гражданское право) Юридического института МГУ им. Н.П. Огарёва, среди студентов аккредитованных образовательных организаций высшего образования, обучающихся по юридической специальности.

Директор  
Юридического института  
МГУ им. Н.П. Огарёва



Ю.Н. Сушкова

Саранск, 2022



Результат  
**100%**

С отличием

Настоящий сертификат подтверждает, что

**Быстрова Анастасия**

успешно завершил/а курс

**Управление цифровой трансформацией. Проектный подход**

Директор Высшей школы промышленной политики  
и предпринимательства РУДН

Островская Анна Александровна,  
к.э.н



## ПРОБЛЕМЫ МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ: НОВЫЕ ПОДХОДЫ

Материалы Всероссийской научно-практической  
конференции аспирантов и студентов  
27 октября 2023 г.

Часть II

Под общей редакцией  
профессора В.В. Тулунова

Воронеж

2023

21

### Проблемы массовой коммуникации: новые подходы

готовый «продукт», чаще всего без отсылок на сайт или другие социальные сети. Тем самым пропадает эффект вторичности, когда для продолжения изучения материала необходимо переходить по гиперссылкам источника.

Также в силу того, что Telegram ограничивает авторов в количестве знаков в сообщении, журналисты вынуждены «выжимать» самое главное из новости и подавать только самую важную информацию для аудитории. Этот аспект является несомненным плюсом для читателей, которым не надо тратить много времени на прочтение новости.

В качестве плюсов исследуемой нами платформы для журналистов является повышенная конфиденциальность данных, а также возможность интерактива с аудиторией, т.к. Telegram дает возможность ставить реакцию на посты в виде различных эмодзи, а также получать обратную связь в комментариях.

Отдельно стоит отметить и рекламные посты в Telegram, которые перенимают практику классических форм работы средства массовой информации с коммерческим материалом. Благодаря функциям гиперссылок, сопровождения контента мультимедийными средствами (видео, аудио, прямые эфиры и т.д.) и хештегами, подача рекламы на анализируемой нами платформе схожа с размещением на сайтах электронных СМИ [1, с. 77].

Из всего вышесказанного мы можем сделать вывод, что на сегодняшний день платформа Telegram стала быстрорастущей и популярной платформой, которую мы не можем сравнить с социальной сетью или мессенджером, т.к. теперь Telegram – это особенная площадка для общения, распространения контента, а также для поиска информации. Во всему этому стоит добавить, что исследуемая нами платформа дала возможность различным журналистским информационным каналам закладывать новые особенности и форматы интернет-журналистики, которые в дальнейшем станут катализатором для преобразования сферы журналистики, а также для приобретения ею новых черт и особенностей.

### ЛИТЕРАТУРА

1. Олешева И.В. Telegram-журналистика: информационные проекты в мессенджерах как новые носители // Медиа@льничих. М.: Изд-во НП «Партнерство фак. Журналистики», 2022. №5 (113). С. 74–84.

Васильева Ю.А.  
Воронежский государственный университет  
(научный руководитель – к. фил. н., доц. Л.С. Шуклина)

### ВИЗУАЛЬНЫЕ ЭЛЕМЕНТЫ САЙТА КАК СПОСОБ ТРАНСЛЯЦИИ ЭКОЛОГИЧНОСТИ БРЕНДА

Как показывает многолетняя коммуникационная практика, любая компания на рынке стремится к неповторимости и индивидуальности. Одним из важных инструментов достижения данной цели является визуальная

### TELEGRAM КАК ПЛАТФОРМА ДЛЯ РАСПРОСТРАНЕНИЯ ЖУРНАЛИСТСКОГО КОНТЕНТА

Современный человек уже не может представить свою жизнь без социальных сетей и различных мессенджеров, которые помогают всем нам общаться с семьей, друзьями и коллегами, а также вносят разнообразие в повседневную рутину. Стоит отметить, что в связи с ограничениями разных платформ и социальных сетей в нашей стране, достаточно стремительно стал выходить на лидирующие позиции Telegram.

Сегодня мы стали свидетелями феномена перехода Telegram из статуса «мессенджера» в статус активной рабочей платформы, где можно публиковать и продвигать контент. По своей сути Telegram не является социальной сетью или платформой для распространения контента, но обладает рядом функций, которые присущи им. Вследствие этих факторов многие «производители» контента и влиятельные авторы начали переходить на эту площадку, в том числе и журналисты.

Данный феномен объясним тем, что все больше людей приходит на данный цифровой ресурс, и чтобы не терять свою аудиторию, а в некоторых случаях расширить ее, журналисты стали активно осваивать новую для своего контента платформу – Telegram. Из этого мы можем сделать вывод, что Telegram-каналы сегодня становятся одним из главных современных трендов коммуникации в сфере медиа.

При создании и публикации контента журналистам необходимо учитывать определенные особенности работы в Telegram (формат, специфика самой платформы, аудитория и ее основные черты, ограничения в количестве знаков в посте или сообщении, возможность ставить реакции в виде эмодзи, а не просто «лайк» или «дизлайк» и многое другое).

В качестве примера рассмотрим региональное интернет-издание «Go31». Редакция активно публикует журналистский контент на своем официальном сайте, а также в официальных группах в социальных сетях.

В марте 2017 года редакция зарегистрировала свой канал в Telegram, но посты были нерегулярными, и только с сентября 2019 года издание «Go31» стало на постоянной основе публиковать контент. Сегодня мы можем наблюдать то, что их посты в Telegram-канале выходят регулярно, в большом объеме, а количество подписчиков уже почти достигло отметки в 22,5 тыс.

Примечательно, что их канал в Telegram представляет собой отдельную цифровую платформу, как полноценное медиа, т.е. там публикуются материалы, которые есть и на других ресурсах редакции, но контент подается как

### Телевидение и цифровизация

Быстрова А.А.  
Белгородский государственный национальный  
исследовательский университет  
(научный руководитель – к. фил. н., доц. Е.И. Василенко)

### ФЕНОМЕН КРИЗИСА СОВРЕМЕННОГО ТЕЛЕВИДЕНИЯ

С появлением и развитием интернета цифровые трансформации современного общества стали актуальными реалиями настоящего времени. Сложно назвать сферу деятельности, в которой не происходит цифровизация процессов, которые она в себя включает.

Журналистика не является исключением и ведет активный процесс развития различных отраслей, связанных с интернетом и внедрением цифровых платформ, сервисов и ресурсов. В связи с этим, другие ее отрасли начали постепенно терять популярность и актуальность, к ним относится, например, телевидение.

Современное общество стало все чаще отказываться от телевидения в пользу цифровых сервисов и онлайн-ресурсов для просмотра фильмов, сериалов, различных программ, влогов, обзоров, пранков и т.п. В качестве примера мы можем привести следующие платформы: «Kinopoisk», «iVi», «OKKO», «Wink», «KION», «Premier», «More TV», «START» и др. В этот перечень можно добавить и видеохостинги, например, YouTube, на котором публикуют свой контент профессиональные журналисты, блогеры, а также различные телеканалы, которые дублируют свои передачи с телевидения, которые аудитория может посмотреть в любое время. Например, телеканал «Пятница», телеканал «Ю», телеканал «ТНТ. Смотри еще!» и др.

Выбор аудитории в пользу цифровых платформ и ресурсов можно объяснить тем, что на телевидении, чтобы посмотреть передачу или фильм, надо ждать определенное время, согласно ранее сформированной и утвержденной программе передач, к тому же, на ТВ гораздо больше рекламы, которая длиннее по своей продолжительности, чем реклама на цифровых ресурсах.

Также преимуществом цифровых платформ перед телевидением является то, что нет зависимости от места просмотра контента, так как смартфон или ноутбук, посредством которого человек потребляет контент на ранее перечисленных нами платформах, можно взять с собой на учебу, в дорогу, в самолет или в поезд.

Еще одним важным аспектом феномена кризиса современного телевидения является то, что, несмотря на наличие телевизоров у большинства населения нашей страны, люди все равно отказываются от традиционного кабельного телевидения и подключают через специальный разъем «DLNA», который есть в почти каждом современном телевизоре, интернет и смотрят различные платформы через него на большом экране телевизора.

Не менее важным является и то, что достаточно часто мы сталкиваемся при просмотре ТВ с «передергиванием фактов» и дезинформационными

сообщениями, основная цель которых – ввести в заблуждение аудиторию и навязать какое-то мнение на определенную проблему или ситуацию. К тому же, сегодняшняя аудитория достаточно избирательна в своих предпочтениях и смотрит, в основном, тех авторов или каналы, с которыми разделяет мнение и интересы.

Также, в отношении анализируемой нами темы, мы можем говорить, что на современном телевидении прослеживается регрессивная функция, которая, чаще всего, раскрывается в новостных программах, где можно встретить некультурные споры, обсуждения публичных личностей, манипуляцию, пропаганду и т.п. Эти и другие аспекты создали информационную асимметрию и тем самым исключили часть зрительской аудитории [1, с. 30]. Попутно отметим, что мы не берем в анализ, например, телеканал «Культура» и ему подобные.

Из всего вышесказанного мы можем сделать вывод о том, что на сегодняшний день цифровые ресурсы для просмотра фильмов, сериалов и другого контента, который ранее аудитория потребляла, в основном, через ТВ, стали гораздо востребованнее и актуальнее традиционного ТВ. Но пока мы не можем сделать точный вывод о том, что телевидение вскоре вовсе уйдет, но факт, что оно стало менее популярным среди населения и переживает определенный кризис, остается фактом.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Воеводина Л.Н., Мурзаева В.В. Телевидение в современном культурном пространстве: кризис и переоценка ценностей / Л.Н. Воеводина, В.В. Мурзаева // Культура и образование: научно-информационный журнал вузов культуры и искусств. – 2020. – N2(37). – С. 25–32. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/televidenie-v-sovremennom-kulturnom-prostranstve-krizis-i-pereotsenka-tsennostey> (дата обращения: 18.09.2023).

*Волгина А.С.*

*Воронежский государственный университет  
(научный руководитель – к. фил. н., ст. преп. Гагг Н.А.)*

### **ОСОБЕННОСТИ ПОСТРОЕНИЯ ТЕМАТИЧЕСКИХ ПОДКАСТОВ (НА ПРИМЕРЕ «ПСИХОЛОГИЯ С АЛЕКСАНДРОЙ ЯКОВЛЕВОЙ», «РОМА.ПАДЕНИЕ РЕСПУБЛИКИ» И «СКАЗКИ МОРФЕЯ НА НОЧЫМЕДИТАЦИИ ДЛЯ СНА»)**

Тематические подкасты – медиа-формат, основанный на распространении аудиозаписей, нацеленных на обсуждение и анализ конкретной темы или предметной области. Каждый выпуск посвящен одной теме, которая раскрывается через несколько частных и пронзительных сюжетов [1]. Они служат инструментом для образования, информирования и общения,





МИНИСТЕРСТВО НАУКИ  
И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ



# СЕРТИФИКАТ

вручается

Быстровой Анастасии Александровне

за участие в вебинаре  
"Отказ: почему публикацию не приняли в печать",  
приуроченного к празднованию Дня российской науки

Проректор  
по науке и инновациям  
НИУ «БелГУ»



Н.И. Репников

08.02.2023



Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова  
Всероссийский студенческий клуб «Вернадский»



Международный молодежный фестиваль народного творчества  
«Россия многоликая»

**Диплом**

**ЛАУРЕАТ I СТЕПЕНИ**

**Анастасия Быстрова**

НИУ БелГУ, г. Белгород

**в номинации**

**«Живопись, иллюстрация»**

Ректор

**В. А. Садовничий**

**МГУ имени М.В. Ломоносова,  
академик**

Москва, 2022