

МЕДИАКОММУНИКАЦИИ



УДК 304.444

Обзор проблемы распространения контента: цифровизация в медиапроизводстве

М.Э. Железнов

Донской государственный технический университет, г. Ростов-на-Дону, Российская Федерация

Аннотация

Обсуждается проблема распространения медиаконтента через веб-платформы. Целью исследования является анализ воздействия цифровых технологий на процесс распространения контента, а также изучение процесса адаптации информации к выбранному пространству размещения. Подчеркнуто значение внедрения цифровых технологий в сферу медиапроизводства, обозначена роль социальных сетей как основного канала для распространения контента.

Ключевые слова: медиапроизводство, распространение контента, цифровая платформа, медиаконтент, социальные сети, цифровизация

Для цитирования. Железнов М.Э. Обзор проблемы распространения контента: цифровизация в медиапроизводстве. *Молодой исследователь Дона*. 2025;10(3):146–148.

Overview of the Problem of Content Distribution: Digitalization in Media Production

Makar E. Zheleznov

Don State Technical University, Rostov-on-Don, Russian Federation

Abstract

The problem of media content distribution via web platforms has been studied. The aim of the research is to analyse the influence of digital technologies on content distribution, as well as to study the features of information adaptation to the selected digital space. The significance of digital technology implementation into media production has been emphasized and the role of social networks as the main channels of content distribution has been distinguished.

Keywords: media production, content distribution, digital platform, media content, social networks, digitalization

For Citation. Zheleznov ME. Overview of the Problem of Content Distribution: Digitalization in Media Production. *Young Researcher of Don*. 2025;10(3):146–148.

Введение. Медиапроизводство представляет собой процесс создания и распространения информации с использованием различных коммуникативных средств. Современный медиаконтент включает в себя текстовую информацию, звук, изображения, рекламные видеоматериалы, веб-трансляции, блоги и онлайн-форумы. Проблема, рассматриваемая в данной статье, заключается в распространении медиаконтента посредством веб-платформ. Актуальность этой проблемы очевидна: медиакommunikация является динамично развивающейся отраслью, занимающейся производством информации, которая предназначена для распространения среди населения. Цель статьи состоит в исследовании влияния цифровых технологий на процесс распространения контента, а также в анализе процесса адаптации информации к пространству размещения.

Описание проблемы. Медиапроизводство — это процесс создания контента с целью его распространения через цифровые платформы. Вся информация, размещенная на разных веб-страницах, является результатом деятельности медиапроизводственной отрасли. Основной профессией в этой индустрии является журналистика. С развитием инноваций данная область трансформировалась, особенно с появлением виртуальных каналов распространения информации, таких как телевидение, радио и Интернет. В результате процесс создания контента для современных методов коммуникации усложнен необходимостью адаптации информации к той или иной среде распространения. Так, например, требуется редактировать информацию в соответствии с общими требованиями для публикации в конкретной социальной сети.

Основная часть. В настоящее время Интернет служит основным каналом распространения контента: примерно 5 миллиардов человек ежемесячно используют сеть, в частности социальные сети, проводя в среднем 2,5 часа. Социальные сети, как средства распространения информации, обладают значительными привилегиями. Первоначально веб-страница была основным средством передачи информации, а социальные сети служили лишь вспомогательным инструментом для продвижения сайтов СМИ. Однако с внедрением цифровых технологий наблюдается тенденция снижения посещаемости сайтов интернет-СМИ, а пользователи получают новости главным образом из социальных сетей. [3]

Вопросы интеграции контента в ту или иную среду распространения и определения самых интересных для читателей видов информации были подробно рассмотрены в научной статье А.А. Градюшко «Платформизация в цифровой журналистике: новые стратегии медиапроизводства». В этой работе автор представил результаты экспериментального опроса населения: 86,4 % респондентов считают, что цифровые технологии оказали значительное влияние на традиционные СМИ, и предполагают, что инновации будут только увеличивать объем передаваемой информации. 9,1 % опрошенных сообщили, что пользуются социальными сетями, стараясь минимизировать их влияние, и только 4,5 % респондентов заявили, что больше доверяют веб-страницам СМИ и не используют новостные платформы социальных сетей [1].

Таким образом, социальные сети в сфере медиапроизводства представляют собой отдельные площадки, каждая из которых является небольшим медиaprостранством с характерным для нее контентом. Оформление и размещение контента на этих платформах возложено на журналистов, что требует от них наличия профессиональных компетенций редактора. Автор также провел опрос на тему «Наиболее эффективные виды новостного контента в сети». Результаты исследования представлены в таблице 1 [1].

Таблица 1

Результаты опроса «Наиболее эффективный вид новостного контента в сети»

Вид контента	Количество опрошенных, %
Видео	63,6
Небольшие тексты	63,6
Фото	40,9
Stories	40,9
Ссылки на сайт	22,7
Дайджесты новостей	18,2

Обратите внимание, что привлечение внимания читателей является важным показателем эффективности, который можно достичь, внедряя инновации. Тем не менее, нельзя публиковать один и тот же документ в различных источниках; каждый контент необходимо адаптировать под требования каждой платформы распространения информации.

Однако публикация контента в социальных сетях имеет и свою негативную сторону. В сети появляется большое количество недостоверной информации, которая негативно сказывается на качестве и объективности журналистики и способствует нарастанию напряженности среди пользователей. К подобным новостям относятся пропаганда, реклама или вымышленный контент, не основанный на реальных событиях. Для борьбы с недостоверной информацией необходимо внедрить систему проверки данных и механизм контроля содержания и качества публикуемой информации. Также следует предоставить возможность отправки жалоб модераторам с указанием причины «ложная информация», которые перепроверят данные и, при подтверждении, удалят контент [4].

Еще одной важной областью в медиапроизводстве является влияние цифровых технологий на процесс распространения контента. С внедрением инноваций СМИ осуществляют переход к публикации в Интернете. Проведем обзор разработки цифровой платформы, описанной в научной статье А.Ю. Зеленковой «Цифровизация создания и распространения контента в медиабизнесе». Цифровые платформы делают использование медиа более удобным, предоставляя пользователю возможность перехода с одного ресурса на другой за дополнительной информацией, что становится характерным для современной медиаплатформы. На одной цифровой платформе человек получает доступ ко всем необходимым данным.

Процесс цифровизации внедряется в сферу медиапроизводства. Таким образом, цифровизация в области медиакommunikаций представляет собой процесс создания контента с использованием инновационных технологий, таких как создание информации пользователями или ее генерация с помощью искусственного интеллекта. Автор рассмотрел следующие инновационные технологии, используемые при создании медиаконтента: виртуальная реальность, искусственный интеллект, блокчейн-технологии и Big Data [2].

Виртуальная реальность, блокчейн-технологии и Big Data позволяют создавать контент, полностью погружая читателя в виртуальный мир. Эти технологии помогают сделать передаваемую информацию более запоминающейся и понятной, а также эффективно транслируют большое количество кодов. Искусственный интеллект применяется в медиапроизводстве для автоматизации процессов создания контента на основе заданных исходных данных и анализа информации.

Однако важен не только процесс создания контента, но и методы его распространения. Необходимо правильно выбрать платформы для размещения информации и адаптировать контент под каждую из них. Выбор цифровой платформы должен учитывать такие аспекты, как целевая аудитория, формат и тема контента. Таким образом, цифровизация позволяет перейти от традиционных методов распространения контента к современным способам. Использование социальных сетей и других платформ для распространения продукции медиапроизводственной отрасли повышает уровень вовлеченности населения в новостной и другой контент [5].

Заключение. Таким образом, в данной статье рассмотрено воздействие цифровых технологий на процесс распространения контента и адаптация информации к пространству размещения. Цифровизация медиапроизводства — это сложный процесс, требующий постоянного обновления технологической базы. Цифровые технологии открывают новые горизонты для развития медиапроизводственной сферы, используя цифровые платформы для размещения информации. В настоящее время, когда основные площадки для размещения контента смещаются в сторону социальных сетей, медиапроизводство переходит к многоплатформенному распространению для охвата широкой аудитории. Пользователям не нужно искать информацию: они могут просто посетить цифровую платформу, чтобы получить необходимые данные.

Список литературы

1. Градюшко А.А. Платформизация в цифровой журналистике: новые стратегии медиапроизводства. *Труды БГТУ*. 2023;4(1):34–40.
2. Зеленкова А.Ю. Цифровизация создания и распространения контента в медиабизнесе. *Вопросы медиабизнеса*. 2022;1(4):29–33.
3. Дружинин А.М., Гуров Ф.Н. Цифровизация медиапроизводства: адаптация, целеполагание, аксиологические аспекты. *Гуманитарный вестник*. 2022;2(94):1–12.
4. Ильченко С.Н. Фейковая журналистика как элемент современной шоу-цивилизации. В: *Труды международной научно-практической конференции «Журналистика в цифровую эпоху: как меняется профессия»*. Екатеринбург, 14–15 апреля 2016 года. Екатеринбург: Уральский федеральный университет им. первого Президента России Б.Н. Ельцина; 2016. С. 240.
5. Кузнецова Е.И., Русавская А.В. Влияние цифровизации на изменение технологий и информационной модели современного медиабизнеса. *Вестник Московского университета МВД России*. 2022;(1):376.

Об авторах:

Макар Эдуардович Железнов, студент кафедры медиапроизводства Донского государственного технического университета (344003, Российская Федерация, г. Ростов-на-Дону, пл. Гагарина, 1), tatarskijkon16@gmail.com

Конфликт интересов: авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

Все авторы прочитали и одобрили окончательный вариант рукописи.

About the Author:

Makar E. Zheleznov, Student of the Media Production Department, Don State Technical University (1, Gagarin Sq., Rostov-on-Don, 344003, Russian Federation), tatarskijkon16@gmail.com

Conflict of Interest Statement: the author declares no conflict of interest.

The author has read and approved the final manuscript.