

# ОПУБЛИКОВАТЬ СТАТЬЮ

в изданиях НИЦ "Социосфера"



[ПОДРОБНЕЕ](#)

## СОЦИОСФЕРА

- *Российский научный журнал*
- *ISSN 2078-7081*
- *РИНЦ*
- *Публикуются статьи по социально-гуманитарным наукам*

## PARADIGMATA POZNÁNÍ

- *Чешский научный журнал*
- *ISSN 2336-2642*
- *Публикуются статьи по социально-гуманитарным, техническим и естественно-научным дисциплинам*

[ПОДРОБНЕЕ](#)



## СБОРНИКИ КОНФЕРЕНЦИЙ

- *Широкий спектр тем международных конференций*
- *Издание сборника в Праге*
- *Публикуются материалы по информатике, истории, культурологии, медицине, педагогике, политологии, праву, психологии, религиоведению, социологии, технике, филологии, философии, экологии, экономике*



[ПОДРОБНЕЕ](#)

## II. STRUCTURE OF INFORMATION SPACE AND TENDENCIES OF ITS DEVELOPMENT



### АНАЛИЗ МЕДИАКОНТЕНТА В ЦИФРОВОЙ ИНДУСТРИИ НА ПРИМЕРЕ «ЭПОХИ ДАННЫХ» НА ПОСТНАУКЕ

Е. Б. Дорошина

*Студентка,  
ORCID 0000-0002-7492-6418,  
Национальный исследовательский  
университет  
«Высшая школа экономики»,  
г. Москва, Россия*

---

**Summary.** In this work we carry out the analysis of the Internet-guide devoted to data processing. First of all, we examine the set of themes which we can see during reading the guide. Their relevance lies in the coronavirus pandemic. The transition of education to an online format and a large number of people on self-isolation contributed to the development of services for learning and entertainment on the Internet. After that, the discussion turns to the ways of site organization. You can go to each article from the content, but you cannot switch between them inside the material. The navigation inside the guide is problematic as well the literacy. Some grammar mistakes can be found during the reading but the whole impression about the article construction is good. The work ends up with our suggestions about further development of the project including video formats. Using YouTube for posting independent videos or providing audiovisual presentation of the same article can simplify content consumption for many users.

**Keywords:** Internet-guide; data processing; content.

---

Первый материал гида ПостНауки «Эпоха данных» вышел 12 октября 2021 года. Тема цифровизации образования, с которой всё началось, являлась актуальной после опыта обучения в пандемию. Подобные тексты были бы больше нужны даже раньше, но для разработки теории нужно время. Тематика данных в принципе очень востребована из-за популярности IT-индустрии. Можно сказать, что данный гид отвечает современной увлечённости людей в теме данных и Интернет-среды. Материалы говорят о способах использования личных данных в играх, банках, коммерции в целом. Однако все эти вопросы появились уже давно, пандемия лишь актуализировала их из-за притока новых пользователей различных сервисов. На самой ПостНауке уже были материалы, связанные с изменениями мира после пандемии. Например, в разделе «Точка зрения». Ещё в мае вышла статья «Как коронавирус изменил общество», где приводилось мнение философа об образовании. Не стоит забывать, что проект партнёрский и подготовлен вместе с компанией Selectel. Темы обусловлены их возможностя-

ми в обеспечении стабильных серверов для того же онлайн образования или игр.

Весь гид делится на 4 блока: образование, игры, коммерция, финансы и банки. Образование отвечает переходу на удалёнку учебных заведений в прошлом году, все финансовые темы не так привязаны к повестке, но относятся к персональным данным и их хранению. Игры обусловлены притоком игроков в период пандемии, как говорится в одной из статей. Все посты кроме гида кроме последнего представлены в текстовом формате с картинками. В самом конце есть тест на проверку знаний. Этот интерактив стимулирует усваивание материала. Он состоит из 11 вопросов на основе различных фактов из статей. При выборе ответа показывается не только пояснение к нему, но и процент людей, которые выбрали тот или иной вариант. Возможность сравнения помогает проанализировать, насколько хорошо материал усваивается. На первый вопрос только 52,7 % пользователей ответили верно, хотя информация содержится в самой первой статье. Это можно привязать к тому, что с течением времени и прохождения гида информация постепенно забывается. После завершения тест показывает количество верных ответов и индивидуальное напутствие, что располагает пройти его ещё раз и исправить ошибки, либо же перейти по указанной ссылке обратно в гид и освежить в памяти нужные статьи.

В целом «Эпоха данных» не имеет определённой целевой аудитории. По крайней мере, из содержания статей трудно уловить, для кого они написаны. С одной стороны, это могут быть взрослые люди, которые до пандемии почти не пользовались онлайн-сервисами и теперь хотят узнать больше о возможностях в Интернете. С другой, молодые люди или даже подростки тоже могут интересоваться темой использования их персональных данных или же тем, как развиваются возможности и в какую сферу можно пойти работать. Стоит снова вспомнить о партнёрской компании, реклама которой встроена в каждую статью в виде пояснений их возможностей как облачного хранилища или надёжного сервера. Из этого можно сделать вывод, что материалы должны привлекать новых клиентов, то есть организаторов образовательной, игровой или коммерческой среды. Это молодые специалисты или уже взрослые люди, которые хотят включить в свою работу новые технологии. Минусом можно считать отсутствие нормальной обратной связи по гиду. Единственное, чем располагают пользователи – общая форма для вопросов от ПостНауки, но нет конкретного обращения к создателям текстов. Нет и комментариев или формы, которые могли бы раздражать остальных, но могли быть перенесены на отдельную вкладку. Коммуникация с аудиторией налажена слабо, раз даже определить целевой круг становится трудно, а дать отклик по материалу невозможно.

Особенности сайта не позволяют перейти низ самой статьи на следующий материал. Внутри нет никаких кнопок со стрелочками для передвижения внутри гида. Если домотать до конца текста и прокрутить даль-

ше, то открывается совершенно случайный материал, не связанный с «Эпохой данных». При нажатии на крестик сверху справа материала, сайт перебрасывает на главную страницу, а не на страницу гида. Чтобы вернуться туда, нужно домотать до начала и кликнуть на название, либо перейти по кнопке «назад», если вы с компьютера. С моей точки зрения, это очень неудобно. Также гид можно сохранить в свои «Коллекции», но оттуда можно перейти на какую-то из статей. По клику на «Эпоху данных» открывается список блоков, каждый из которых можно развернуть и выбрать нужную статью, но на главную страницу гида перейти нельзя. Кажется уместным ещё и добавить отслеживание прогресса сохранённого гида. Было бы удобно смотреть на то, какие статьи ты уже прочитал, а какие остались, и видеть процент прохождения этого мини-курса. Сохранение даёт лишь возможность не потерять содержание с материалами, но это можно сделать и посредством копирования куда-нибудь ссылки. Это всё показывает непроработанность навигации и перемещения по материалам. Не хватает специальных кнопок уже в конце статьи, чтобы пройти дальше. Ещё одной отличительной чертой управления является переход по гиперссылкам. Если это источник информации, указанный под цифрой в квадратных скобках, то клик левой кнопкой или одно нажатие в телефоне открывает новую страницу. Но если это упоминание партнёра в специально отведённом синем поле, то страница сайта открывается вместо самой статьи. Из-за этого нужно нажимать «Назад», чтобы вернуться к прочтению. Также можно отметить, что все ссылки на партнёра ведут только на главную страницу и никак не соотносятся с теми словами, к которым прикреплен сайт. Это можно объяснить желанием авторов привлечь внимание к проекту в целом. Каждый читатель должен сам искать то, что ему нужно у партнёра, а по пути изучать остальные услуги. Но именно с точки зрения удобства такие гиперссылки кажутся не самыми лучшими. Приятной фишкой сайта является полоса прогресса внизу экрана. Она вписывается в цветовую гамму и показывает, какая часть статьи уже прочитана. После прочтения текста целиком не хватает появления кнопки со стрелочкой вверх, чтобы вернуться в начало. Учитывая описанные выше проблемы с перемещением между материалами и главной страницей гида, такой бонус мог бы немного упростить задачу. В ином случае, приходится либо мотать вверх вручную, либо нажимать на кнопку «Назад», чтобы вернуться.

Сами статьи можно считать материалами-объяснениями. В начале задаётся тема и её актуальность, потом представляется специалист, с чьей помощью был подготовлен материал. Сам текст разбивается небольшими заголовками на блоки и помогает понять принцип работы с данными в той или иной среде. 1 или 2 раза за текст можно увидеть затемнённый прямоугольник с рекомендациями по работе с различными сервисами. Внутри обязательно будет встроена ссылка на партнёра, показывающая его сферу деятельности. При первом знакомстве со статьёй такая вставка воспринимается как интересный факт, но при переходе по ссылке становится понят-

но, что это завуалированная реклама. Позже открывать ссылки нет необходимости, а голубая плашка сразу идентифицируется для партнёрская. Читатель проходит некое обучение на своём опыта, постепенно понимая, как выстроена подача материала.

В нескольких статьях появляется выражение «новая нефть», относящаяся к данным. Её можно считать показательной для всего гида, но из-за использования в нескольких материалах по разным темам возникает ощущение тавтологии. Это словосочетание присутствует не только внутри текста, но и в заголовке последнего поста, который является интервью по данной теме. Присутствуют и выражения, которые могут броситься в глаза. Например, «все эти форматы лишают преподавателя и учеников наладить личную коммуникацию» из первой статьи блока «Образование». Конструкция предполагает добавление «возможности». Либо это слово можно заменить на «мешают», а у преподавателей и учеников поменять форму. Говоря о грамотности, можно ещё отметить отсутствие букв «ё». Игнорирование этой буквы весьма распространено не только в обычных переписках, но и серьёзных текстах, однако это может зацепить внимание придирчивого читателя. Язык статей с одной стороны кажется доступным любой аудитории, а с другой стороны содержит некоторые слова без объяснений. Чаще всего, чтобы читатель понял какой-то факт, используется восклицательный знак рядом, при наведении на который появляется комментарий. Некоторые термины или сленг остаются без такого объяснения. К ним можно отнести «аутсорс» и «геймдев», которые понятны из контекста или интуитивно, но перевода или значения слов кто-то может не понимать. Речь в статье сочетает в себе разжёвывание темы до понятных составляющих и использование характерного сленга.

Данный проект содержит много ссылок на другие исследования в области данных. Например, это касается университетов или онлайн курсов, которые анализировали свою аудиторию и успешность прохождения дисциплины в зависимости от ряда демографических показателей. Все эти данные можно использовать вторично и развивать тему зависимостей уже в привязке с теорией из статей. Также мнение экспертов можно использовать для толчка к новому исследованию. К их словам можно привязать новые опросы и анкеты, которые смогут подтвердить тенденции. Допустим, в текстах игрового блока говорится о количестве геймеров в России и утверждается, что много людей начали играть именно в период пандемии. От этого можно отойти к какой-то игре, в которой наблюдался прирост аудитории, и провести опрос, когда люди начали играть именно в этот продукт. Так можно получить данные от нескольких производителей и сравнить количество новых и старых игроков. Более того, в материале «Эпохи данных» говорится об упрощении игрового процесса и том, что сложные сюжеты остаются интересны только продвинутым пользователям. Это можно также проверить с помощью анкетирования. Можно выявить набор жанров игр, в которые люди предпочитали играть во время

самоизоляции, и в какие они играют сейчас. Дальше осатётся распределить определённые продукты по степени сложности, и посчитать процентное соотношение любителей просто отдохнуть или полностью погрузиться в процесс.

Для дальнейшего расширения «Эпохи данных» можно использовать видео ролики. Он уже присутствует на сайте в «Дополнительных материалах», однако это эфир длиною в час и 20 минут. Такие большие объёмы тяжело воспринимаются, а видеоформат почти не оправдан. Эфир построен как радиointервью с экспертами и представителями партнёрской компании. Альтернативой этому могут стать ролики для YouTube с использованием анимации. Они могли бы стать вспомогательным средством для усвоения информации из статей. Для сохранения принадлежности к ПостНауке можно использовать ту же цветовую гамму: белый фон и преобладание оранжевых фигур различных оттенков. В анимациях можно показать цифровые показатели и диаграммы соотношения. В материалах есть примеры исследований, где результаты представлялись в виде процентов из опрошенных. Такие данные можно проиллюстрировать с помощью круговой диаграммы. Более того, видеоформат мог дать возможность представителям компании Selectel продемонстрировать услуги их сервиса. Когда в статье идёт речь об удобном облачном хранилище, хочется увидеть, как оно на самом деле выглядит. Таким образом, анимация с фотографиями по теме и съёмками экрана с сайта партнёра помогли бы усвоить материал максимально удобно. Плюс ко всему, аудиовизуальная подача помогает воспринимать текст ещё и на слух. Аудиалы смогли бы включать себе ролики во время других занятий, визуалы бы смотрели видео или читали текст. Такое расширение форматов увеличило бы и количество заинтересованных людей, которые не любят большие тексты, но хотели бы сохранить в памяти этот гид. В качестве платформы размещения видео можно использовать YouTube, а внутри статьи давать гиперссылку с подписью «Этот материал можно посмотреть». Это будет актуально, если в видео переносится текст дословно, но ролики могут быть и более краткими. TikTok формат для таких данных не очень удобный, он слишком простой и короткий, но всё же ролики в диапазоне от 3 до 7 минут могут быть интересны. Тогда под самим YouTube видео нужно указывать, что оно относится к «Эпохе данных» от ПостНауки и по ссылке можно ознакомиться с полной статьёй. В таком случае, аудитория переходит не с самого сайта, а из социальных сетей. TikTok как платформа может привлечь новых читателей, особенно молодых, но вертикальный формат съёмки и отсутствие доли развлекательности не смогут в полной мере передать содержание статьи и графики с диаграммами. Из всего вышесказанного можно сделать вывод, что вариантов продолжения гида очень много, но все они имеют свои нюансы. Анимации по теме хороши своей понятностью и аудиовизуальной подачей, но на YouTube невозможно найти самостоятельных зрителей, которые случайным образом найдут видео. В TikTok гораздо проще раскру-

тяться и найти новых людей, но сделать контент по теме гида на этой платформе будет сложнее.

Последняя статья гида вышла 13 декабря 2021 года. Умеренными темпами «Эпоха данных» посвящала аудиторию ПостНауки в принципы работы рабочих, образовательных и развлекательных сред в Интернете. Этот проект имеет хороший потенциал в качестве пособия для тех, кто раньше не вникал в принципы работы современных технологий. Ну и конечно он может переманить читателей на сайт партнёра, чтобы воспользоваться всеми описанными фишками на практике.



## СРОЧНОЕ ИЗДАНИЕ МОНОГРАФИЙ И ДРУГИХ КНИГ



*Два места издания Чехия или Россия.  
В выходных данных издания  
будет значиться*

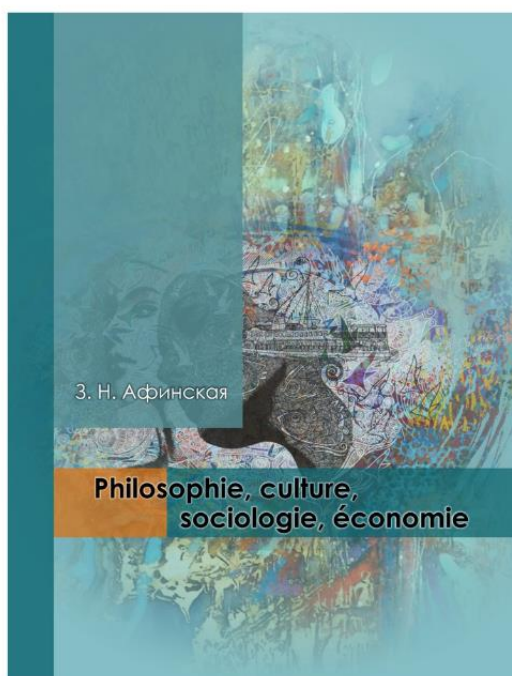
**Прага: Vědecko vydavatelské  
centrum "Sociosféra-CZ"**

*или*

**Пенза: Научно-издательский  
центр "Социосфера"**

## РАССЧИТАТЬ СТОИМОСТЬ

- Корректурa текста
- Изготовление оригинал-макета
- Дизайн обложки
- Присвоение ISBN



## У НАС ДЕШЕВЛЕ

- Печать тиража в типографии
- Обязательная рассылка
- Отсудка тиража автору