

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ ФИЛОСОФИИ И СОЦИАЛЬНЫХ НАУК
Кафедра социальной коммуникации

ЧЖАН ЯНЬЦЮ

**АНАЛИЗ ВОЗНИКНОВЕНИЯ, РАЗВИТИЯ И ВЛИЯНИЯ СЕЛФ-МЕДИА
С ТОЧКИ ЗРЕНИЯ ПЕРСПЕКТИВ КОММУНИКАЦИИ**

Магистерская диссертация
АННОТАЦИЯ

специальность 1-23 80 11 Коммуникации

Научный руководитель:
Гулюк М.А.
кандидат исторических наук,
доцент

Минск, 2021

АННОТАЦИЯ

Объект исследования: «Появление и развитие само-медиа, современное состояние само-медиа».

Тема исследования: «Анализ возникновения, развития и влияния селф-медиа с точки зрения перспектив коммуникации».

Цель диссертации: «Уточнение правил работы с самосредствами массовой информации, а затем раскрытие их реализационной ценности».

Основные результаты.

Развитие новых медиа создало бесчисленные богатства по всему миру. Новые средства массовой информации - это форма коммуникации, которая использует цифровые технологии для предоставления информации и услуг пользователям по таким каналам, как компьютерные сети, беспроводные коммуникационные сети и спутники, а также через такие терминалы, как компьютеры, мобильные телефоны и цифровые телевизоры. С пространственной точки зрения "новые средства массовой информации" относятся к аналогу "традиционных средств массовой информации", которые поддерживаются цифровыми технологиями сжатия и беспроводными сетевыми технологиями и могут быть глобализованы через географические границы благодаря своей высокой пропускной способности, реальному времени и интерактивности. Самым прямым источником финансовой выгоды для самоиздателей является трафик или иное распределение трафика, за которым следует реклама в электронном виде, в результате чего самоиздатели получают более 70% своей прибыли, в зависимости от числа последователей, активности и популярности самоиздателя, а также другие способы получения финансовой выгоды, такие как гонорары, электронная коммерция и щедроты. Развитие само-СМИ необратимо, и что необходимо сделать руководителям платформ и правительственным департаментам, так это не остановить такое поведение, а лучше регулировать его и совершенствовать политику.

Ключевые слова: новые медиа, самосредства, современные коммуникации, социальное приложение, потоки, стриминг, скорость распространения информации, экономика самосредств массовой информации, инфлюенсер, участие в капитале.