

МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
имени М. В. ЛОМОНОСОВА
ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛИСТИКИ

**ЖУРНАЛИСТИКА
В 2022 ГОДУ:
ТВОРЧЕСТВО,
ПРОФЕССИЯ, ИНДУСТРИЯ**

*Материалы
международной научно-практической конференции
Москва, 3–4 февраля 2023 г.*



Факультет журналистики
МГУ имени М. В. Ломоносова

Москва, 2023

УДК 070(069)
ББК 76.01
Ж92

Ответственный редактор
Е. Л. Вартанова

Научные редакторы
М. И. Макеенко, М. В. Шкондин

Редакционная коллегия
О. А. Бакулин, П. В. Балдицын, Г. Ф. Вороненкова, А. В. Вырковский, А. Н. Гуреева,
Н. В. Гусев, Д. В. Дунас, В. А. Евстафьев, В. П. Коломиец, М. И. Макеенко,
О. Д. Минаева, И. А. Панкеев, Е. И. Орлова, Е. Е. Пронина, В. В. Славкин,
О. В. Смирнова, Г. С. Филаткина, Т. И. Фролова, М. В. Шкондин, Г. Г. Щепилова.

Редакторы
М. А. Васильченко, Е. П. Прохорова, В. В. Славкин, М. В. Храпко-Магала.

Ж92 **Журналистика в 2022 году: творчество, профессия, индустрия:** сб. мат.
междунар. науч.-практ. конф. – М.: Фак. журн. МГУ, 2023. – 727 с.

ISBN 978-5-7776-0168-1

В материалах конференции представлены результаты исследований конкретных аспектов функционирования журналистики и медиа в условиях изменений современного общества и цифровизации. Значительное внимание уделяется изучению профессионального журналистского творчества, подходов к обучению и рабочих практик журналистов, институциональных и экономических факторов трансформации медиасистемы России и зарубежных стран.

УДК 070(069)
ББК 76.01

ISBN 978-5-7776-0168-1

© Факультет журналистики
МГУ имени М. В. Ломоносова, 2023

предоставляемой телевидением, как среднее, 8% считают, что телевидение очень плохо информирует население. Наибольшим вниманием аудитории пользуются коммерческие частные телеканалы: «Имеди», «Мтавари Архи» и «Рустави 2». Организованное с участием Еврокомиссии в 2003 г. общественное ТВ Грузии («Первый общественный канал») делит с «Рустави 2» третье место по просмотрам. Что касается взаимодействия с аудиторией, то «Имеди» пользуется доверием 32% опрошенных, «Мтавари Архи» – 18%, «Рустави 2» – 16% респондентов. Эти телеканалы представляют наибольший интерес для медиаэкспертов и политологов: в их телепрограммах и вещательной политике прослеживаются особенности позиционирования по отношению к правящему партийному блоку «Грузинская мечта – Демократическая Грузия» и оппозиционному «Единому национальному движению».

Телеканал «Имеди», который поддерживает правящую партию, является безоговорочным лидером национального эфира в различных категориях. Среди грузинских информационных передач наибольшие рейтинги у программ «Имеди» «Неделя», «Хроника», «Специальный выпуск Хроники», «Хроника в 19.00», среди политических ток-шоу лидируют передачи «Неделя имеди», «Фактор имеди» (в переводе с грузинского имеди – надежда), «Хроника в субботу». Организуемые «Имеди» трансляции спортивных матчей собирают самую большую аудиторию в категории спортивных телепередач. Таким образом, общественное мнение грузинских граждан находится под сильным контролем правящей партии.

А. Ю. Быков

Санкт-Петербургский университет

РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ МЕЖДУНАРОДНОГО КОНФЛИКТА В СОВРЕМЕННОМ ТЕЛЕЭФИРЕ: ПРАКТИЧЕСКИЙ ОПЫТ И ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЕ ПОДХОДЫ

В исследовательской литературе сформировалось особое направление, посвященное массмедийной повестке в условиях международного конфликта. Разрабатываются новые подходы к изучению работы СМИ в условиях международной напряженности. Особое внимание исследователи уделяют телевизионному вещанию, как значимому каналу распространения информации и воздействия на аудиторию.

Известно, что в годы «холодной войны» исследования были посвящены преимущественно вопросам освещения международных конфликтов, роли СМИ в публичной дипломатии, их вкладу в разрешение противоречий между странами. Впоследствии интерес к теме несколько угас. С началом XXI в. внимание к проблематике вновь усиливается (в США и странах Западной Европы это происходит во многом благодаря увеличению финансирования исследовательских проектов со стороны фондов и организаций – *Institute for Media, Policy, and Civil Society, United States Institute of Peace, Aspen Institute* и др.). Закрепляются определенные методологические подходы в данной сфере. Одни авторы указывают на необходимость сопоставления СМИ региона (территории) конфликта и массмедиа западных стран. Другие предлагают анализировать массмедийное пространство с учетом геополитических критериев, выделяя национальные, региональные, международные СМИ (См: *Gilboa E. Media and International Conflict. In: John G. Oetzel & Stella Ting-Toomey (Eds.). (2006). The SAGE Handbook of Conflict Communication: Integrating Theory, Research, and Practice. SAGE Publications, Inc. P.595–596*). Выделяются виды вещателей по тематической направленности, функциональному предназначению, иным характеристикам.

Одно из направлений, которое представляет интерес в силу недостаточной изученности, соотносится с инновационной практикой. Материалом проведенного исследования стали публикации двух интернет-версий инновационных компаний: *RT International* и *CGTN* – начала специальной военной операции России на территории Украины (конец февраля – начало марта 2022 г.). При анализе уделялось внимание тематике публикаций, описанию значимых политических персон, авторской позиции.

Результаты исследования внесли ясность в ряд положений теоретического и прикладного характера.

1. Иновещательные каналы остаются важным источником информации о внешнеполитической позиции государства. При этом актуализируется вопрос о том, насколько эффективно телеканалы решают свои задачи. Такой вид телевещания остается важным для политики и политиков, но, возможно, недостаточно востребован широкой аудиторией.

2. В журналистских материалах не усматривается агрессивной подачи информации.

3. Позиции двух телекомпаний в отношении России и Украины практически совпадают:

- в подавляющем большинстве случаев – нейтральная, сдержанная позиция в отношении действий российской и украинской сторон;
- в отдельных материалах – положительное отношение к России, негативные оценки Украины и ее президента.

Н. С. Гегелова

Российский университет дружбы народов

А. Е. Овдина

Московский университет им. А. С. Грибоедова

СПЕЦИФИКА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ «ПЕРВОГО МЕДИЦИНСКОГО КАНАЛА»

«Первый медицинский канал» (www.1med.tv) – это онлайн-телевидение для врачей, которое смотрят более 150 тыс. профессиональных зрителей из 1200 городов и 50 стран мира, канал вещает 10 часов в сутки по будням.

В процессе исследования деятельности телеканала авторы использовали метод экспертного интервью, которое провели с главным продюсером телеканала А. Стояловой. Она особо отметила значительный рост по сравнению с 2020 г. количества телезрителей – на 50 тыс. человек, а количества пользователей социальных сетей канала («ВКонтакте», *YouTube*, *Telegram*, «Одноклассники») – на 25 тыс. человек.

В данный момент врачи, которые зарегистрированы на этом канале, смотрят обучающие передачи по 40 специализациям: терапии, неврологии, педиатрии, акушерству и гинекологии, хирургии и др.

В начале своей деятельности, в 2012 г., «Первый медицинский канал» рассматривался как видеоприложение к журналу, выпускаемому ИД «Медиасфера». Спустя два года телеканал стал создавать научные лекции и документальные фильмы. К 2015 г. контент перестал быть исключительно коммерческим. Но в последнее время произошли изменения: если в 2019 г. канал выпускал 50% некоммерческих программ, то в 2022 г. их снова стало около 40%. Основное существенное отличие канала от конкурентов в том, что *1med.tv* работает в партнерстве со многими медицинскими организациями, ведущими клиниками и докторами, представляющими авторский контент или помогающими создавать совместный. Эти телепродукты никем не спонсируются и реа-

СОДЕРЖАНИЕ

Е. Л. Варганова Предисловие	3
--------------------------------------	---

1 Раздел первый Системные трансформации журналистики

1.1. Журналистика в цифровом медиaprостранстве

Бейненсон В. А. (Нижегородский университет) Многообразие мультимедийных форматов жанра обозрения.....	5
Гикис С. Н. (Пятигорский университет) Трансформация медиасистемы под влиянием диджитализации ...	7
Грабельников А. А. (Российский университет дружбы народов) Деструктивные медиа.....	8
Зверева Е. А. (Тамбовский университет) Авторство в начале XXI в.: сетевые форматы персонификации информации	9
Ивлев А. А. (Институт современного искусства) Сторителлинг в телеграм-каналах: специфика и жанровые формы контента	11
Кадочникова С. А. (Московский университет) Влияние новостных агрегаторов на изменения медиаландшафта в 2022 г.	12
Ливанова М. В. (Смоленский госуниверситет) Газеты в рейтингах «медиалогии»: локализация федеральной повестки	13
Линь Фэй (Московский университет) Развитие китайских газет в цифровом медиaprостранстве	14
Максим А. А. (Санкт-Петербургский университет) Медиареальность в контексте веб-истории: что историк будущего будет знать о настоящем?	16
Образцова А. Ю., Сердотецкий Ф. А. (Московский университет) Политическая журналистика на стриминговых интернет-платформах.....	17

2 Раздел второй

Журналистика как способ творческого освоения мира

2.1. Репрезентация реальности на экране-2022: темы, проблемы, формы

Абазов Д., Скворцова Н. (Российский университет дружбы народов) Телекомпании Грузии в контексте политического дискурса.....	146
Быков А. Ю. (Санкт-Петербургский университет) Репрезентация международного конфликта в современном телеэфире: практический опыт и исследовательские подходы	147
Гегелова Н. С. (Российский университет дружбы народов), Овдина А. Е. (Московский университет им. А. С. Грибоедова) Специфика деятельности «Первого медицинского канала»	149
Губарь Д. В. (Московский университет) Функциональный аспект создания телевизионного контента для детской аудитории	150
Даутова Р. В. (Казанский федеральный университет) Алгоритмы адаптации телевизионных форматов в социальной сети <i>TikTok</i>	151
Долгова Ю. И. (Московский университет) Трансформация общественно-политического вещания в условиях внешнеполитического кризиса.....	152
Захарова Л. Т. (Южно-Уральский университет) Тема охраны здоровья в новостных программах (на примере телевидения Челябинской области).....	154
Ильченко С. Н. (Санкт-Петербургский университет) Погружение в виртуальность: технология <i>deepfake</i> в практике отечественного ТВ.....	155
Колосова А. Д. (Воронежский университет) Селебрити как форматообразующий элемент развлекательных телепрограмм (на примере Первого канала)	156
Лапук Е. В. (Московский университет) Масштаб, жанр, тема: новости на <i>Сst1</i> и <i>Сt1</i> (сравнительный анализ сюжетов 1989 и 2019 гг.).....	158
Ли Сяосюй (Белорусский университет) Трансформация китайских официальных СМИ	