

Материалы конференции посвящены изучению публичности социальной практики как базиса современного общества. Значительное внимание уделяется исследованию профессионального журналистского творчества, новых подходов к обучению журналистов, факторам трансформации медиасистемы России и зарубежных стран. Рассматриваются конкретные аспекты функционирования современной журналистики, анализируются возможности современной и редактирование медиатекстов в условиях цифровизации медийного пространства.

ISBN 978-5-7776-0134-6



9 785777 601346

ТВОРЧЕСТВО, ПРОФЕССИЯ, ИНДУСТРИЯ

Материалы
Международной
научно-практической
конференции
«Журналистика 2019»

Одобрено редакцией МГУ имени М. В. Ломоносова

МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
имени М. В. ЛОМОНОСОВА
ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛИСТИКИ

**ЖУРНАЛИСТИКА
В 2019 ГОДУ:
ТВОРЧЕСТВО,
ПРОФЕССИЯ, ИНДУСТРИЯ**

Материалы
международной научно-практической конференции
Москва, 6–8 февраля 2020 г.



Факультет журналистики
МГУ имени М. В. Ломоносова

Москва, 2020

УДК 070(069)
ББК 76.01

Ж92

Ответственные редакторы

Е. Л. Вартанова, Я. Н. Засурский

Научные редакторы

М. И. Макеев, М. В. Шкондин

Редакционная коллегия

О. А. Бакулин, Н. А. Богомолов, В. М. Горохов, Д. В. Дунас, И. И. Засурский,
В. П. Коломиец, О. Р. Алиева, М. И. Макеев, О. Д. Минаева, Е. И. Орлова,
В. В. Славкин, О. В. Смирнова, Г. С. Филаткина, М. В. Шкондин, Г. Г. Щепилова.

Редакторы

Т. В. Кузнецова, Е. П. Прохорова, В. В. Славкин,
Ю. С. Узунова, Л. Я. Шнейберг.

Ж92 Журналистика в 2019 году: творчество, профессия, индустрия: сб. мат.
междунар. науч.-практ. конф. – М.: Фак. журн. МГУ, 2020. – 616 с.

ISBN 978-5-7776-0134-6

Материалы конференции посвящены изучению публичности социальной практики как базиса современного общества. Значительное внимание уделяется исследованию профессионального журналистского творчества, новых подходов к обучению журналистов, факторам трансформации медиасистемы России и зарубежных стран. Рассматриваются конкретные аспекты функционирования современной журналистики, анализируются возможности медиаречи и редактирование медиатекстов в условиях цифровизации медийного пространства.

УДК 070(069)
ББК 76.01

ISBN 978-5-7776-0134-6

© Факультет журналистики
МГУ имени М. В. Ломоносова, 2020

ПРЕДИСЛОВИЕ

Факультет журналистики Московского государственного университета имени М. В. Ломоносова традиционно начинает новый год международной научно-практической конференцией, посвященной осмыслению различных процессов, происходящих в современном медиаполе, включающем множество разноплановых явлений – от журналистики, СМИ, массовой коммуникации до социальных медиа.

В качестве приоритетных направлений дискуссии на конференции определены вопросы творчества, профессии, индустрии. Эти три аспекта образуют основу отечественных фундаментальных теоретических исследований журналистики. В поле зрения ученых – современные процессы цифровизации, мультимедиаизации СМИ, медиаизации общественных процессов и усиливающаяся интерактивность взаимодействия медиапрофессионалов и аудитории, которые знаменуют если не революционные, то уж точно значительные изменения медиасистем как в России, так и за рубежом.

Однако анализом только этих вопросов участники конференции не ограничиваются. В связи с воздействием цифровой технологии на социальную революцию, индустриального медиапроизводства, масштабных социальных преобразований и трансформации аудиторных запросов объектно-предметное поле медиаследований очевидно расширилось. В это поле, понимаемое и как область знаний, и как научная дисциплина, и как отдельное направление в отечественном и зарубежном высшем образовании, сегодня включается новый, чрезвычайно важный для общества предметный кластер – медиакommunikation, социальные медиа.

В последние годы отечественные и зарубежные медиаследования набирают популярность, поскольку они предполагают изучение опосредованной информационно-коммуникационными технологиями системы и процессов поиска, сбора, обработки, передачи и хранения данных и информации в индивидуальной, массовой или корпоративной коммуникации.

Роль медиа в общественных процессах становится и более заметной, и более активной. Под влиянием актуальной социальной динамики и процесса цифровизации трансформируются традиционные взаимосвязи в системе «медиа – общество – человек», увеличиваются возможности медиа изменять и расширять индивидуальное и социальное «бытие», влиять на репрезентацию действительности

Ю. В. Ростовская
Московский университет

ЖУРНАЛЫ О ПУТЕШЕСТВИЯХ: СОВРЕМЕННЫЕ ТРАНСФОРМАЦИИ

Через банкротств крупных туроператоров в 2018 г. не могла не сказаться на журналах для профессионалов турбизнеса. Так, в 2019 г. ИД «Турбизнес» издал всего три номера журнала «Турбизнес», с 2018 г. прекратил выпуск журнала «Пять звезд», перевел журналы *Business Travel* и «Турбизнес на Северо-Западе» на три выпуска в год, а *Destinations* – на десять. Традиции журнала «Горячая линия. Туризм» медиахолдинга «Банко» с 2015 г. продолжил онлайн-журнал *Hotline.travel*, бумажная версия которого печатается лишь дважды в год перед отраслевыми выставками. С 2018 г. этот журнал получил название «Горячая линия. Истории туризма», а также изменил дизайн и содержание, обращаясь теперь не только к настоящему отрасли, но и к ее богатому прошлому. В каталоге «Прессы России» подписка сохранилась лишь на единичные печатные издания о путешествиях. Это «Вокруг света», «Чужда и приключения» – литературно-художественный журнал приключений, путешествий, научных гипотез и фантастики, журналы «Трист» и *Discover*, а также лицензионные издания: *National Geographic Россия*, *National Geographic Traveller*, *L'OFFICIEL Voyage*.

Оставшиеся на посткризисном информационном поле научно-популярные, познавательные журналы, тем более лицензионные, не всегда отвечают всем потребностям реального туриста, которому не хватает практических знаний. Да и целевая аудитория этих изданий слишком универсальна. Поэтому те нишевые журналы, которые несколько лет назад прекратили выпуск, но впоследствии нашли стабильную финансовую поддержку, вернулись к читателям. Так, с 2016 г. в партнерстве с *Mastercard* издается журнал *Time Traveller* для состоятельных путешественников. С 2015 г. возобновили выпуски журнал «Вояж». С 2019 г. начал издаваться журнал о дайвинге «Предельная глубина». С 2016 г. выходит журнал о подводном мире «Нептун».

Печатаются и смежные по тематике с туризмом журналы: «Спортивное рыболовство», «Матия настоящего САФАРИ» – продолжение закрытого в 2014 г. журнала «Сафари» об активном образе жизни, путешествиях, охоте. Туристическая тема заявлена в таких изданиях, как *Jewel&Travel* – журнал драгоценностей и путешествий, *Seasons of life* – журнал о жизни, «Активный отдых Москва» – обо всех видах спорта

и путешествий. Издаются научно-практические журналы «Современные проблемы сервиса и туризма», журнал «Миграция, виза, туризм».

Д. А. Рушин
С.-Петербургский университет

СРЕДСТВА МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ И ЦИФРОВОЙ АВТОРИТАРИЗМ

В последние два десятилетия наблюдается усиление контроля правительств многих стран за доступом граждан к информации в интернете и деятельностью СМИ. Цифровой авторитаризм и снижение свободы интернета становятся мировой тенденцией. Один из способов, которыми происходит это снижение, – укрепление национальной безопасности и защита от разрушительного внешнего влияния и внутренних подрывных сил. Однако усиливающийся контроль подразумевает не только попытки регулирования СМИ и интернета с разной степенью жесткости. Одновременно предлагается активное электронное участие граждан, которое постепенно перестает быть особенностью демократий западного типа. В недемократических странах все чаще появляются интерактивные государственные сайты, порталы электронных петиций, форумы и иные механизмы обратной связи.

Проблема цифрового авторитаризма стала особенно актуальной в связи с использованием искусственного интеллекта и «больших данных». Представляется интересным опыт Китая, где интернет контролируется при помощи «Золотого щита» («Великой китайской информационной стены»). В этом государстве с 2000-х гг. закрыт доступ к *Facebook*, *Twitter*, *Google*, *YouTibe* и другим известным интернет-ресурсам. Официальная причина закрытия доступа – борьба с экстремизмом. Также в Поднебесной заблокированы многие мессенджеры, в частности *WhatsApp* и *Telegram*. Однако для большинства китайцев проблемой является не ограниченный доступ к интернету, а языковой барьер. Не многие китайцы знают английский язык на уровне, позволяющем пользоваться зарубежными ресурсами. Для более продвинутых пользователей есть сервис *VPN*. К тому же в Китае имеются альтернативы западным сетям. Также в КНР развивается система так называемого «социального кредита». СМИ многих стран постепенно приспособляются к новым реалиям. В то же время деятельность

активистов в цифровой сфере подталкивает к политическим, экономическим и социальным изменениям. Интернет остается инструментом демократических преобразований.

Д. Г. Савицкий, О. В. Смирнова
Московский университет

РОССИЙСКИЕ И БЕЛОРУССКИЕ РЕГИОНАЛЬНЫЕ ЖУРНАЛИСТЫ О СВОЕМ ТВОРЧЕСТВЕ: СОЦИОЛОГИЧЕСКОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ

Усиление многофункциональности и многолатформенности журналистского труда, его технологизация, оптимизация работы редакций приводит к ее существенной трансформации. В этой связи на факультете журналистики МГУ в 2018–2019 гг. проведено исследование авторской и редакторской деятельности, в ходе которого опрошено 93 российских журналиста из 26 региональных газет (республиканских, краевых, областных) и 50 белорусских журналистов из 10 газет.

Исследование показало, что задачи журналистской деятельности понимаются российскими и белорусскими журналистами идентично. Впрочем, российские журналисты чаще отмечают важность задач по решению актуальных проблем и конкретной помощи людям, а белорусские чуть больше ценят качества самореализации и признания коллег. Соответственно, российские журналисты чаще отмечают роли осведомленного, человека, содействующего решению важных проблем и способного добиваться социальной справедливости, а белорусские акцентируют внимание на роли источника информации для аудитории, помощника региональных властей в решении острых проблем консолидации нации.

У российских журналистов более широкая и разнообразная жанровая палитра (интервью, репортажи, аналитические статьи, очерки), а в арсенале белорусских коллег в основном информационные жанры. Поэтому российские журналисты чаще общаются с очевидцами событий, непосредственно наблюдают ситуацию, обращаются к редакционной почте и другим документальным источникам информации. Трудности с получением информации от организаций и должностных лиц у журналистов разных стран одинаковы, но российские журналисты испытывают меньшие сложности при получении информации от вла-

стей, правоохранительных органов, чем белорусские коллеги, которые в то же время испытывают меньше ограничений в своей профессиональной деятельности. Объективные трудности при работе над публикациями (недостаток времени, неудобное рабочее время и т.п.) чаще испытывают российские журналисты, чем белорусские, которые более плотно включены в работу редакционного сайта и оценивают уровень своей компьютерной грамотности достаточно высоко. Между тем российские журналисты чаще пользуются разными онлайн-сервисами.

Ответы журналистов по поводу редактирования текстов тоже весьма похожи, хотя заметно, что российские чаще редактируют свои публикации, чем белорусские, лучше ориентируются в правилах и приемах этой работы. Белорусские журналисты ниже оценивают уровень своей языковой грамотности (58% и 30% соответственно), что, впрочем, связано с билингвизмом. Положительно характеризует белорусских журналистов тот факт, что они реже занимаются рерайтингом: 44% никогда этим не занимались, тогда как среди российских журналистов таких только 4%. При этом три четверти материалов белорусских журналистов лишь незначительно правятся, в то время как российские отметили этот вариант в 55% случаев. Это связано или с незначительностью редакций, или с хорошим качеством текстов.

Резко отличаются ответы российских и белорусских журналистов на вопрос о перегрузках в новых условиях: только 16% российских журналистов признают, что режим работы достаточно комфортный, тогда как больше половины опрошенных (54%) белорусских газетчиков отметили этот вариант ответа. Может быть, этим и объясняется тот факт, что белорусские региональные журналисты больше удовлетворены своим творчеством, чем российские.

Уровень образования у российских журналистов выше, чем у белорусских коллег (60% и 16% магистров соответственно), а процент трудников с журналистским образованием в Белоруссии больше (67% и 58%). Белорусские журналисты моложе российских: 45% сотрудников до 30 лет (среди российских – 11%), а старшая возрастная группа от 50 лет и выше в России (35% и 11%).

Итак, исследование показало, что по многим позициям профессиональные ориентации российских и белорусских журналистов региональных газет схожи. Но по совокупности ответов заметно, что у российских журналистов выше уровень профессиональных компетенций, шире жанровая специализация, более зрелые суждения о миссии, задачах и роли журналистов, они более профессионально, судя по ответам, владеют различными методами работы с источниками инфор-

Слесарев А. Г. (Московский университет)	
Контекстные уровни и модель <i>Zweibelmetapher</i> в немецкой концепции журнализма.....	274
Трубицына Л. В. (Академия социального управления)	
Субъективные представления реципиентов (интернет-пользователей) о критериях доверия к информации в интернете.....	276
Чупова Н. В. (Федеральный исследовательский центр «Информатика и управление» РАН)	
Фрустрация в социальных сетях: лингвистические признаки в задаче мониторинга.....	277
Юй Хунбо, Селезнева Е. А. (Институт русского языка им. А. С. Пушкина)	
Особенности самопрезентации в рекламном техническом и рекламном образовательном дискурсах.....	278
2.3. Связи с общественностью и реклама в структуре медиакommunikаций	
Боговяленский А. Е. (г. Химки)	
Теория паблик рилейншз в условиях постнеклассической трансформации научного знания о системе медиа.....	280
Гольдман И. Л. (Ленинградский университет)	
Медиакомпетентность профессионального коммуникатора в цифровом пространстве: художественно-эстетические аспекты... ..	281
Калиберда Е. Г. (Московский университет)	
Трансформации жанра рекламного интервью на эфирном бизнес-радио 580 СFR4.....	283
Кузьменкова М. А. (Московский университет)	
Судьбы рекламной индустрии в эпоху больших данных медиатизированного общества.....	284
Курганова Е. В. (Воронежский университет)	
Леймификация в со-проектах социального обучения.....	286
Муронец О. В. (Московский университет)	
Формирование имиджа вузов в цифровом пространстве: контент социальных сетей.....	288
Никитин М. И. (Институт гуманитарного образования и информационных технологий)	
Интернет-баннеры и <i>Aida</i> : новое применение старой формулы... ..	290

Никитина Е. А. (Омский университет)	
Стратегия эпатажа в антикризисных коммуникациях промышленного предприятия.....	291
Простякова В. А. (Московский университет)	
Корпоративная социальная ответственность как фактор устойчивости гувилда.....	293
Прохоров А. В. (Тамбовский университет)	
Новейшие инструменты продвижения в практике университетов... ..	294
Старых Н. В. (Московский университет)	
Искусственный интеллект: возможности и угрозы.....	295
Ушанов П. В. (Владивостокский университет экономики и сервиса)	
К проблеме инкорпорирования лоббизма в РФ в детальные коммуникационные технологии.....	296
Федотова Л. Н. (Московский университет)	
Рекламный ландшафт – последние очертания.....	298
Шибут И. П. (Белорусский университет)	
Креативные медiateхнологии как новый инструмент для продвижения и позиционирования товаров и услуг.....	299
Шилова М. А. (Воронежский университет)	
Общероссийские и локальные тенденции на рынке транзитной рекламы Воронежа.....	300

2.4. Журналистика в жизненном мире современности

Алексеева Т. С. (Московский университет)	
Культурная память Москвы в медийном пространстве.....	302
Владимирова Т. Н., Панферова В. В. (Московский педагогический университет)	
Шкондин М. В. (Московский университет)	
Медиапубличность в жизненном мире повседневности.....	303
Воронова О. Е. (Рязанский университет)	
«Войны памяти» как типологическая разновидность современных информационных войн.....	305
Зверева Е. А. (Тамбовский университет)	
Сторителлинг в новых городских медиа: диалогическая коммуникация в медиапространстве метаполиса... ..	306
Коханая О. Е. (Московский гуманитарный университет)	
Детская журналистика в условиях глобализации: структурно-функциональные аспекты.....	307

Коханова Л. А., Черешнева Ю. Е. (Московский университет)	
Структура информационного потенциала будущего журналиста.....	309
Макаренко Е. Ю. (Московский университет)	
Детская журналистика: аспекты оптимизации повестки дня	310
Ростовская Ю. В. (Московский университет)	
Журналы о путешествиях: современные трансформации	312
Рущин Д. А. (С.-Петербургский университет)	
Средства массовой информации и цифровой авторитаризм	313
Свищев Д. Г., Смирнова О. В. (Московский университет)	
Российские и белорусские региональные журналисты о своем творчестве: социологическое исследование.....	314
Сидоров В. А. (С.-Петербургский университет)	
Политическое поле журналистики как новая сущность информационного пространства.....	316
Скибина О. М., Прусс А. П. (Оренбургский педагогический университет)	
Печатная периодика Оренбургской области в условиях трансформации медиасистемы.....	317
Слабковская Е. А. (Московский университет)	
Методологический подход в рассмотрении факторов влияния на отбор новостей в информационных агентствах	319
Стебловская С. Б. (Московский университет)	
«Коммуникатор» как порождение «Лактики Интернет»	321
Чеботарев О. Ю. (Московский университет)	
Журналистская этика в цифровой среде: адаптация журналистских кодексов к новым медиа.....	322
Шульга М. С. (Московский университет)	
Российские специализированные издания о культуре.....	323
2.5. Образ «другого» в литературно-художественной критике и публицистике	
Брызгалова М. Д. (Уральский федеральный университет)	
Семантика образа «другого» в публицистике Т. Толстой	324
Гарипова Г. Т. (Владимирский университет)	
Принцип организации литературно-художественной критики А. Битова.....	326
Жучкова А. В. (Российский университет дружбы народов)	
Образ «другого» как цель критической интерпретации	327

Закряжевская Е. А. (Московский университет)	
Советские писатели глазами хроникера эмигрантской газеты «Возрождение»	328
Зыкова Г. В. (Московский университет)	
Концептуалист В. Некрасов о В. Окуневе как лучшем лирическом русском поэте второй половины XX в.	329
Искендрова И. М. (Московский университет)	
Взгляд из литературного гетто: научная фантастика и «большая литература»	331
Казмируч О. Ю. (Московский городской педагогический университет)	
Роль оппозиции «своей» – «другой» в статье Б. Л. Пастернака «Вассерманова реакция»	332
Мансков С. А. (Алтайский университет)	
И. А. Бунин и Г. Д. Пребенишников: от газетной критики к длительной вражде.....	333
Марков А. В. (Российский гуманитарный университет)	
Философ как «другой» для литературного критика в постсоветское время	335
Матвеева Ю. А. (Государственный музей А. С. Пушкина)	
Из истории литературной полемики 1820-х гг.	336
Новиков В. И. (Московский университет)	
М. В. Панов как литературный критик.....	337
Новикова Е. В. (Московский университет)	
Новая социальность в литературной критике: гражданин поневоле? ...	338
Пенская Е. Н. (Высшая школа экономики)	
А. И. Журавлева и В. С. Н. Некрасов в системе рецензентов ВТО: другой, другие, о других	339
Раскатова Е. М., Милова М. А.	
(Ивановский химико-технологический университет)	
«Другое искусство» в официальных документах и периодической печати поздней советской эпохи	340
Самородникова Е. И. (Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ)	
Викторианский роман в журнале «Вестник Европы» в 1870-е гг. ...	341
Слепова Т. А. (Российский гуманитарный университет)	
«Другие» в критике М. И. Цветаевой	342
Созина Е. К. (Уральский федеральный университет)	
Феномен «других» в современном отечественном кинематографе и кинокритике.....	343

ЖУРНАЛИСТИКА В 2019 ГОДУ: творчество, профессия, индустрия

*Материалы международной научно-практической конференции
Москва, 6–8 февраля 2020 г.*

Ответственные редакторы

Е. Л. Вартамова, Я. Н. Засурский

Научные редакторы

М. И. Макеевко, М. В. Шкондин

Компьютерная верстка

Е. Н. Сиротинной

Идея обложки

В. В. Волковой

Подписано в печать 15.01.2020. Формат 60х84/16. Бумажная офсетная.
Гарнитура «Minion Pro». Печать офсетная.
Объем 35,34 усл. печ. л. Тираж 500 экз. Заказ № 0128/20.

Отпечатано в ООО «ИПК Парето-Принт», г. Тверь