

ТВОРЧЕСТВО, ПРОФЕССИЯ, ИНДУСТРИЯ

Материалы
Международной
научно-практической
конференции
«Журналистика 2023»

МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
имени М. В. ЛОМОНОСОВА
ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛИСТИКИ

**ЖУРНАЛИСТИКА
В 2023 ГОДУ:
ТВОРЧЕСТВО,
ПРОФЕССИЯ, ИНДУСТРИЯ**

*Материалы
международной научно-практической конференции
Москва, 5–6 февраля 2024 г.*



Факультет журналистики
МГУ имени М. В. Ломоносова

Москва, 2024

УДК 070(069)
ББК 76.01
Ж92

Ответственный редактор
Е. Л. Вартанова

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

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

Редакторы
Е. П. Прохорова, В. В. Славкин.

Ж92 **Журналистика в 2023 году: творчество, профессия, индустрия:** сб. мат.
междунар. науч.-практ. конф. – М.: Фак. журн. МГУ, 2024. – 770 с.

ISBN 978-5-7776-0189-6

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 рабочим практик журналистов, институциональных и экономических факторов трансформации медиасистемы России и зарубежных стран.

УДК 070(069)
ББК 76.01

ISBN 978-5-7776-0189-6

© Факультет журналистики
МГУ имени М. В. Ломоносова, 2024

принципиальные положения, как право каждого свободно искать, получать, передавать, производить и распространять информацию любым законным способом, при этом гарантируется свобода массовой информации и устанавливается запрет цензуры.

Существует также целый ряд законодательных актов, которые прямо или косвенно связаны с регулированием интернет-журналистики, но при этом существует проблема – отсутствие единого правового документа, регулирующего цифровое медиапространство. Ряд исследований подтверждают, что существующее законодательство недостаточно действенно для эффективного регулирования связанных с интернетом общественных отношений и имеет ряд пробелов и определенных противоречий в праве, являясь предметом для развития разного рода дискуссий. Можем предположить, что это связано со стремительным развитием и действительно необъятными масштабами распространения и воздействия Всемирной паутины.

М. В. Зеленцов

Высшая школа экономики

ОТ ТЕЛЕГРАФА К «ТЕЛЕГРАФУ»: ОПЫТ ВНЕДРЕНИЯ НОВОЙ ЦИФРОВОЙ ПЛАТФОРМЫ В АГЕНТСТВЕ ТАСС

Будучи инфраструктурными СМИ, новостные агентства активно экспериментируют не только с новыми жанрами, форматами в цифровой среде (так, например, РИА Новости и ТАСС активно внедряли в редакционную практику текстовые трансляции, эксплейнеры), но и с цифровыми площадками. Так, при реформировании агентства ТАСС был переформатирован так называемый цифровой блок – подразделение, которое включало в себя несколько редакций/отделов, работающих только на *b2c*-сегмент, то есть на конечного пользователя. Редакцией сайта и отделом развития цифровых продуктов были несколько раз переработаны флагманские сайты агентства (в 2018 и в 2022 г.). Отдел продвижения в социальных сетях активно распространял контент ТАСС на разных платформах – в соцсетях, мессенджерах, а для работы с видеоконтентом был создан отдел, а также приглашен продюсер по работе с видео в *YouTube*.

В рамках комплексного исследования, посвященного трансформации бизнес-процессов новостных агентств, нами было взято эксперт-

ное интервью у руководителя новостной службы сайта, заместителя руководителя редакции Марины Староверкиной. Эксперт поделилась информацией касательно нового виджета ТАСС, который появился на главной странице обновленного сайта в 2022 г., – «Телеграфа». Эта новая цифровая платформа заменила классическую новостную ленту, которая располагалась на главной странице. «“Телеграф” – это попытка синтезировать соцсети, мессенджеры (например, *Telegram*) и сайт. То есть пытаемся внедрить формат телеграм-канала на площадку сайта», – отметила эксперт. «Телеграф» агрегирует резонансные и читаемые новости. После выпуска материала на сайт уже редактор специальной группы (деска) по работе с мультимедиа сайта пишет короткое сообщение в два-три предложения, которое описывает эту новость. Как говорит Староверкина, суть в том, чтобы новость в «Телеграфе» воспринималась как самостоятельный продукт. «Читатель заходит, читает эту ленту, таким образом, следит за повесткой. Кроме того, в «Телеграфе» по будням вечером мы стали публиковать небольшой дайджест основных событий дня», – сказала медиаменеджер. Над новым виджетом работают 10 новостных редакторов в отделе новостей цифрового блока агентства.

По нашему мнению, внедрение подобной платформы может быть актуально и для иных новостных ресурсов, поскольку такие цифровые новшества могут вернуть пользователей к просмотру именно сайтов, медиапотребление которых в последние годы резко упало в отличие от потребления социальных медиа.

Л. В. Иванова

Тольяттинский университет

ВИЗУАЛЬНЫЙ ФОРМАТ СМИ КАК СИСТЕМА МЕДИАТЕКСТОВ

Визуальность – одна из доминант развития современной цивилизации в целом и системы массовой коммуникации в частности. В современном медиадискурсе визуальный формат представлен большой разнообразностью медиатекстов, которые могут быть классифицированы как с точки зрения семиотического, так и с точки зрения форматно-жанрового подходов.