

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное  
учреждение высшего образования  
«Российский государственный гуманитарный университет»

Институт массмедиа и рекламы

Факультет журналистики



Журналистика и медиакommunikации

в цифровой среде – 2024

Сборник научных трудов  
III Всероссийской  
научно-практической конференции  
с международным участием

Москва, 22 марта 2024 г.

Москва 2024

УДК 070:004(063)  
ББК 76.01+32.81я431  
Ж 92

Ответственный редактор  
*Д.В. Неренц*

Рецензент  
*Е.А. Глазкова*, канд. филол. наук, доцент  
Российская академия народного хозяйства и государственной службы  
при Президенте Российской Федерации

**Ж92 Журналистика** и медиакоммуникации в цифровой среде – 2024: Сб. науч. трудов III Всерос. научно-практич. конф. с междунар. участием. Москва, 22 марта 2024 г. / Отв. ред. Д.В. Неренц. М.: РГГУ, 2024. 1 файл PDF: 285 с. Текст: электронный

ISBN 978-5- 7281-3385-8

В сборник научных трудов включены статьи студентов и магистрантов гуманитарных специальностей, касающиеся как уже проверенных временем, так и совсем новых технологий, методологий, подходов, инструментов журналистской деятельности. Все материалы объединены важной темой – изучением медиа в эпоху цифровой реальности. Возможности интернет-среды и новейшего программного обеспечения трансформировали медиасферу, сделав ее принципиально иной: все реже востребован подход работы «в поле» для репортера, поскольку любое событие теперь можно реконструировать, а вместо самого репортера может выступить его цифровой аватар или виртуальный образ. Эти и другие не менее актуальные явления осмысляются и анализируются молодыми учеными, которым и предстоит в ближайшем будущем работать в сложившихся условиях.

Книга будет полезна как теоретикам сфера медиа, так и практикующим специалистам, а также студентам, магистрантам, аспирантам филологических направлений.

УДК 070:004(063)  
ББК 76.01+32.81я431

*Материалы публикуются в авторской редакции*

ISBN 978-5-7281-3385-8

© Российский государственный  
гуманитарный университет, 2024

## Содержание

### Раздел I. Опыт прошлого: история журналистики в России и за рубежом

<i>Бобков М.Ю.</i> Освещение Крымской войны в британской прессе в период осады Севастополя (на примере The Times) .....	7
<i>Дерябкина В.Д.</i> Визуальный поворот в журнальной журналистике: женские журналы в СССР и в постсоветский период .....	13
<i>Жмурова А.А.</i> Сатирический журнал «Крокодил»: история, жанрология, тематика .....	16
<i>Кабанова А.Н.</i> Влияние цифровизации на общественные идеи на Западе и в России .....	19
<i>Лебедева А.М.</i> Лубок как оперативный жанр визуальной коммуникации .....	22
<i>Мигулева К. А.</i> Политическая карикатура на обложках журнала «Der wahre Jacob» .....	26
<i>Токарская Е.Б.</i> Черно-белая эстетика визуального образа: взгляд в историю .....	30

### Раздел II. Традиционные СМИ в условиях цифровой трансформации

<i>Арутюнян Э.Г.</i> Роль традиционных и новых медиа в реализации ESG .....	34
<i>Гаврилова А.Н.</i> Особенности ключевых номинаций военного конфликта в современном информационном вещании .....	42
<i>Донская А.А.</i> Публицистические приемы в создании документальных фильмов о волонтерском движении .....	45
<i>Зинченко Ю.О.</i> Типологические характеристики журнала «Вокруг света» .....	50
<i>Ивашко И.О.</i> Тематические страницы в современных белорусских районных изданиях .....	53
<i>Ковалева А.Е.</i> Категория темпоральности в телевизионных заголовках на канале «Москва 24» .....	56
<i>Ковалева А.Е.</i> Средства выражения субъективной модальности в публицистическом тексте (на материале издания «Аргументы и факты») .....	60
<i>Кудинова Д. В.</i> Особенности сравнений в речи телеведущих программы «Давай поженимся!» (Первый канал) .....	64
<i>Кузнецова В.Т.</i> Медиатерритория цифровой эпохи: новые предпочтения молодежной аудитории .....	69
<i>Кулакова В.В.</i> VOGUE: Цифровая эволюция и адаптация главного модного издания мира .....	73
<i>Леонов В.И.</i> Игровая журналистика: история развития и современное состояние .....	78
<i>Макарова А.П.</i> Образ интервьюера на российском телевидении .....	82
<i>Орехова М.Г.</i> Документальное кино как способ продвижения музыкального контента .....	89
<i>Осминина А.А.</i> Музыка и шумы в подкастах на криминальную тематику как инструмент аудиопублицистики .....	93
<i>Салимов А.А., Верховых И.П.</i> Расчетно-графическая работа с упором на тему издания журнала .....	98
<i>Сергеева А.А.</i> Структурно-содержательные особенности журнала «Искусство кино» .....	108
<i>Туранова М.Д.</i> Медиакоммуникации в современном информационном обществе .....	112

<i>Тырнова П.С.</i> Мультимедийные элементы в современных СМИ о конном спорте.....	115
<i>Хасанова В.Н.</i> Неправомерное использование заимствованного контента в журналистике.....	120

### *Раздел III. Новые медиа: современные подходы и методики*

<i>Абаева Т.А.</i> Типология и особенности проведения расследования в журналистской практике США.....	124
<i>Алмакаев Д.А.</i> Анализ деятельности конкурентов ОАО «Бабушкина крынка» в социальных сетях.....	129
<i>Валитова А.М.</i> Технологии производства медиатекста в Fashion Factory School.....	133
<i>Дыгало Е.С.</i> Особенности трансмедийных и кроссплатформенных коммуникаций экосистемы МТС.....	137
<i>Ерицян Д.Е.</i> Специфика визуализации данных в современной медиасфере на примере контента Telegram-канала «ТАСС».....	141
<i>Кордюкова А.А.</i> Лексические особенности текстов о насилии в медиапублицистике 2020-2021 гг. (на материале издания «Такие дела»).....	146
<i>Кузьякин Д.С.</i> Функционирование жаргонизмов автомобильной тематики (на примере речи молодёжного блогера Константина Заруцкого).....	150
<i>Кукнерик А.А.</i> Реализация технологий продвижения бренда университетов через студенческие медиа в России и Швеции (на материале “RGGU.Live” и “Lundagård”).....	155
<i>Лаврик С.В.</i> Теоретические аспекты понятий «блог» и «блогосфера» как пространство интернет-коммуникации в России.....	159
<i>Леонов В.И.</i> Особенности жанра интервью в игровой журналистике.....	162
<i>Маркин Р.В.</i> Любительское кинотворчество как компонент новых медиа.....	166
<i>Тимофеева В.А.</i> Влияние цифровой трансформации в медиасреде на современное общество.....	169
<i>Хотина М.В.</i> Коммуникативная прозрачность как PR-технология: характеристика понятия и инструментарий.....	171
<i>Хохрякова А.А.</i> Региональные СМИ в эпоху новых медиа (на примере портала IZHLIFE).....	176
<i>Хребтович К.В.</i> Выбор медиасредств для взаимодействия с клиентами Могилевгрузсервис на разных этапах «воронки продаж».....	179
<i>Цхведиани С.Г.</i> Корпоративное издание как инструмент коммуникации с аудиторией в бренд-журналистике (на материалах компании «Эксмо»).....	182
<i>Цзяньюй Ч.</i> Современные технологии продвижения социальной повестки через СМИ: скрытая реклама.....	188

### *Раздел IV. Актуальные медиатренды: вопросы медиабезопасности и взаимодействия с аудиторией в социальных сетях*

<i>Алгалиева Г.С., Куаньшикалиева Н.М.</i> Влияние социальных сетей на журналистику.....	192
<i>Алмакаев Д.А.</i> Использование социальных медиа для продвижения продукции предприятия «Бабушкина крынка».....	196
<i>Гладкова М.А.</i> Социальные медиа Михайловского театра: инструменты взаимодействия с аудиторией.....	200

<i>Даукен Н.А.</i> Социальные сети как важная среда для взаимодействия с аудиторией .....	204
<i>Золотарева Е.В.</i> Методы формирования медиаграмотности у представителей студенческих медиацентров новых регионов Российской Федерации .....	206
<i>Ионов Д.Е.</i> Роль социальных сетей в системе воспитания студентов СПО .....	210
<i>Кулешова Е.Е.</i> Современные методы борьбы с фейками .....	214
<i>Ли С.</i> Причины доминирования дискурсивной силы западных СМИ и возможный ответ России .....	217
<i>Никулич Ю.В.</i> Научпоп в социальных медиа: приёмы привлечения и удержания аудитории .....	222
<i>Рогалева А.В.</i> Актуальные технологии клиентоориентированности в коммерческой медицине .....	226
<i>Салимжан Д.Ж., Алгалиева Г.С.</i> Скрытые психотехнологии в сфере PR .....	230
<i>Сяляхова Е.И.</i> Визуальная история как инструмент продвижения образа ресторана в социальных сетях .....	233
<i>Сеитбилялов С.Э.</i> Возможности социальных сетей для исследования и анализа поведения аудитории .....	237
<i>Сумзина О.С.</i> Критическое мышление как основа медиабезопасности и как его развить у людей .....	241
<i>Хребтович К.В.</i> Сравнительная оценка и повышение эффективности использования медиаканалов предприятия «Могилевгрузсервис».....	243

#### *Раздел V. Медиа и искусственный интеллект: точки соприкосновения*

<i>Бабалова А.Т.</i> Использование технологий искусственного интеллекта для продвижения актеров и кинофильмов .....	247
<i>Вечорек Е.М.</i> Влияние нейросетей и искусственного интеллекта на современное медиапространство .....	250
<i>Вострикова А.О., Литвиненко Е. С.</i> Будущее искусственного интеллекта. Заменят ли роботы медиаспециалистов .....	252
<i>Дякина А.А.</i> Специфика применения искусственного интеллекта на современном телевидении (на материале телеканалов «Свое ТВ» и «360») .....	259
<i>Емелина М.А., Откупщикова К.А.</i> Искусственный интеллект: вызовы журналистике .....	263
<i>Казюлин Р.В., Чернышов Н.Г.</i> Использование искусственного интеллекта в медиапространстве .....	269
<i>Кошман Л.С.</i> Использование возможностей искусственного интеллекта для генерации и иллюстрации материалов в российской журналистике .....	272
<i>Куренкеева А.С.</i> О синтезе голоса: правовое регулирование и мнение экспертов .....	274
<i>Чурюмова Е.Д.</i> Чат-боты и нейросети как новые помощники современной журналистики .....	279

## Региональные СМИ в эпоху новых медиа (на примере портала IZH LIFE)

А.А. Хохрякова

Удмуртский государственный университет

хохрякова.а@list.ru

*Аннотация.* С развитием интернета и широким распространением мобильных устройств появился такой феномен как новые медиа, которые стали активно использоваться в российских СМИ. В статье рассмотрены основные характеристики информационно-развлекательного портала IZH LIFE как нового медиа, проанализированы цифровые площадки, используемые порталом для продвижения контента.

*Ключевые слова:* региональные СМИ, новые медиа, IZH LIFE

Термин «новые медиа» уже на протяжении последних лет широко используется в отечественной науке. Выделяют несколько ключевых отличительных черт, отделяющих новые медиа от традиционных. Основной площадкой формирования и существования новых медиа выступает интернет-пространство, что предполагает свободный доступ к контенту в любом месте, где есть стабильное интернет-соединение. Также основной чертой является интерактивность и способность получать обратную связь в виде различных действий аудитории с контентом. Стоит отметить, что интерактивная функция новых медиа может выходить за пределы интернет-среды, например, в виде встреч-знакомств, фестивалей и т. п., которые устраиваются некоторыми редакциями онлайн-изданий. Еще одной характеристикой является гипермедийность, которая отличается от мультимедийности, присущей и традиционным медиа. По мнению С.Г. Носовец, гипермедийность новых медиа определяется способностью не только «объединять в себе все предыдущие медиа (печать, радио, телевидение), но и использовать все существующие формы мультимедиа и их комбинации» [1].

Региональные СМИ стараются придерживаться мировых и общероссийских тенденций и активно используют возможности новых медиа в своей деятельности. В частности, создают интернет-платформы, интерактивные площадки, информационные ресурсы и т. п. По данным информационного агентства «Удмуртия»<sup>1</sup> всего в республике насчитывается 117 средств массовой информации, из которых 85 печатных изданий, 19 радио и 13 телевизионных. Но, помимо традиционных, в республике стали появляться

---

© Хохрякова А.А., 2024

<sup>1</sup> Козачёк О. День российской печати: сколько СМИ работает в Удмуртии // Информационное агентство «Удмуртия». 2023. 13 янв. URL: <https://udmurt.media/rubrics/obshchestvo/470144-169-smi-funktsioniruet-v-udmurtii/> (дата обращения: 20.02.2024).

СМИ, которые изначально создавались как новые медиа. Одним из таких стал новостной портал IZHLIFE, входящий в состав крупнейшего медиахолдинга Удмуртии «Centre digital & media»<sup>2</sup>.

IZHLIFE позиционирует себя как информационный сайт №1 в Ижевске и Удмуртии<sup>3</sup>. На портале регулярно публикуются свежие новости, интересные истории, полезные материалы и эксклюзивные спецпроекты. Сайт IZHLIFE был зарегистрирован 20 ноября 2008 г. и в прошлом году отметил свой пятнадцатилетний юбилей. За всю свою историю портал претерпевал множество изменений. На данный момент дизайн довольно прост и удобен. Есть навигация по сайту в виде меню, в котором находятся разделы: «Лента», «Новости», «Истории», «Интересы», «Проекты». Некоторые разделы разбиты на рубрики, что также способствует удобному поиску информации. Например, раздел «Новости» включает такие рубрики, как «Политика», «Экономика», «ЧП», «Криминал», «ДТП», «Спорт», «Погода в Ижевске». Раздел «Истории» представлен рубриками: «Обычный герой», «Моя история», «Знай наших!», «Особый случай», «Лонгриды», «Свадьбы», «Ну и ну!». Раздел «Интересы» состоит из рубрик: «Здоровье», «Стройка и ремонт», «Автомобили», «Мода и красота», «Психология», «Разговоры о вере», «Дети».

В футере сайта указаны все площадки, на которых есть IZHLIFE, контактная информация и ссылка для оформления подписки на рассылку. На самом сайте отсутствует функция комментирования, то есть аудитория не может напрямую взаимодействовать с контентом и давать обратную связь. В некоторых статьях встречаются тесты преимущественно-развлекательного характера, которые выполняют функцию интерактивного контента, но такое встречается крайне редко. Однако, это компенсирует множество платформ, на которых можно ознакомиться с актуальными новостями и поделиться своим мнением, оставив комментарий.

В целях продвижения развлекательного и информационного контента и дополнения деятельности сайта IZHLIFE использует цифровые площадки, в число которых входят: видеохостинг YouTube, социальные сети Одноклассники, ВКонтакте, видеоплатформа TikTok, мессенджер Telegram, приложение-мессенджер Viber, блог-платформа Яндекс.Дзен и ряд других.

Контент на разных площадках в целом одинаковый, отличается лишь подача материала и уровень интерактивности. Следует отметить, что несмотря на количество подписчиков и количество просмотров разного контента, пользовательская активность все же крайне невысока. На наш взгляд, это может быть связано с основным направлением деятельности IZHLIFE – это прежде всего новостной, информационный портал. А новостная повестка не всегда способна удерживать внимание пользователей и вызвать эмоциональную реакцию. В то же время, некоторые необычные происшествия или интересные факты привлекают большее внимание аудитории и стимулируют их активность на разных площадках.

На видеохостинге YouTube представлены видеосюжеты и видеопроекты портала, а в разделе «Shorts» короткие развлекательно-информационные ролики в основном на темы из жизни Ижевска и Удмуртии. Число подписчиков составляет 4,34 тыс. Всего выложено 1,2 тыс. видео. Канал ведется с января 2011 г. и за это время самым популярным

---

<sup>2</sup> «Centre digital & media» – экс-медиагруппа «Центр» // Centre digital & media. URL: <https://centredigital.ru/company> (дата обращения: 20.02.2024).

<sup>3</sup> IZHLIFE. URL: <https://izhlife.ru/> (дата обращения: 21.02.2024).



материалом, набравшим 1 млн просмотров, стало интервью с сыном одного из погибших при стрельбе в 88 школе Ижевска осенью 2022 г.<sup>4</sup> Следующими по популярности на канале являются, как правило, мастер-классы и аварии на дорогах.

В социальной сети Одноклассники вся лента состоит только из ссылок на статьи сайта. Чтобы прочитать полностью какой-либо материал пользователю нужно перейти по ссылке, что затрудняет получение информации. Число подписчиков составляет 4,55 тыс. Сообщество ведется с 26 июня 2012 г. Всего в ленте опубликовано свыше 67 тыс. постов. Наибольшее количество реакций собрали публикации с фотографиями старого Ижевска.

Социальная сеть ВКонтакте самая популярная площадка IZHNLIFE. Сообщество ведется с 6 апреля 2010 г. и насчитывает уже свыше 150 тыс. подписчиков. Наибольшее количество реакций собирают посты про животных, про погибших земляков в зоне СВО. Большинство контента также составляют ссылки, ведущие на сайт. Но, в отличие от Одноклассников, есть видеопубликации с гороскопом, рекламные посты, опросы на актуальные темы, интересные факты под хештегами #давайтеобсудим, #нампишут, #старыйижевск, а также креативные проекты. Таким образом, можно отметить, что сообществу во ВКонтакте уделяется особое внимание в связи с большим количеством подписчиков и востребованностью социальной сети.

Видеоплатформа и интернет-сообщество TikTok отличается от других площадок тем, что контент не пересекается с сайтом и другими медиаресурсами, он уникальный. В плане формата есть схожесть с короткими видео на YouTube, но по содержанию они все равно отличаются. На видеоплатформе TikTok первый видеоролик IZHNLIFE был опубликован 9 декабря 2021 г. За все время работы было загружено 41 видео, в которых освещается колорит Удмуртии через призму популярных тенденций. Однако на сегодняшний день аккаунт не обновляется, последнее видео размещено 2 марта 2022 г., но, несмотря на отсутствие новых публикаций, TikTok остается на втором месте по численности аудитории среди всех платформ, на которых представлен IZHNLIFE – 21,1 тыс. подписчиков.

Мессенджер Telegram является самой неочтенной площадкой среди читателей портала. Канал был создан 16 августа 2017 г. и на данный момент насчитывает 3,6 тыс. подписчиков. Контент состоит из небольших постов, в которых есть ссылки на полные материалы, их разбавляют реклама и краткие сводки событий, например, за неделю или за один день. Интерактивность представлена комментариями и возможностью оставлять реакции на посты. Также в telegram-канале дублируются проекты из группы социальной сети ВКонтакте.

Канал на блог-платформе Яндекс.Дзен можно назвать улучшенной версией сайта с точки зрения характеристик, присущих новым медиа. IZHNLIFE появился на платформе 30 мая 2017 г., и на сегодняшний день аудитория канала составляет 10 тыс. подписчиков. На канале есть два раздела: «Видео» и «Статьи». В первом разделе находятся проекты IZHNLIFE, такие как, например, «Путешествуем по Удмуртии за 1000 рублей». В разделе «Статьи» опубликованы полноценные материалы, к которым можно оставить комментарий или же реакцию. Материалы не разделяются тематически, что затрудняет навигацию по платформе и поиск информации.

---

<sup>4</sup> ИжЛайф. Сын погибшего при стрельбе в школе в Ижевске об отце. Видео от 26.09.2022 // YouTube. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=IVdxmnGvtjA> (дата обращения: 28.02.2024).

Проведенный анализ позволил убедиться, что данный информационный ресурс содержит в себе все характеристики, присущие новым медиа, но только если рассматривать в комплексе все платформы и социальные сети, на которых есть IZHLIFE. Отдельно сам сайт представляет собой скорее что-то среднее между традиционными СМИ и новыми медиа.

В целом, большое количество цифровых площадок, которые задействует развлекательно-информационный портал IZHLIFE, позволяет пользователям в оптимальном для себя формате, с любого устройства и в любое удобное время получать уникальный контент, что и является спецификой новых медиа.

#### *Литература*

1. Носовец С.Г. Новые медиа: к определению понятия // Коммуникативные исследования. 2016. № 4 (10). С. 39–47.

*Научное электронное издание*

Журналистика и медиакommunikации

в цифровой среде – 2024

Материалы

III Всероссийской студенческой  
научно-практической конференции  
с международным участием  
Москва, 22 марта 2024 г.

*Рекомендовано к публикации  
Редакционно-издательским советом РГГУ*

Компьютерная верстка *Д.В. Неренц*

Оригинал-макет подготовлен на кафедре журналистики  
Института массмедиа и рекламы

Подписано к использованию 25.05.2024

Уч.-изд. л. 21,0

Заказ № 1979

Издательский центр  
Российского государственного  
гуманитарного университета  
125047, Москва, Миусская пл., 6  
[www.rsuh.ru](http://www.rsuh.ru)