

Воронежский государственный университет
Факультет журналистики

ПРОБЛЕМЫ МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ

*Материалы международной научно-практической
конференции исследователей и преподавателей
журналистики, рекламы и связей с общественностью
16–18 мая 2019 г.*

Часть II

Под общей редакцией
профессора В.В. Тулупова

Воронеж

2019



Факультет журналистики ВГУ

*Материалы международной научно-практической конференции исследователей
и преподавателей журналистики, рекламы и связей с общественностью
16–18 мая 2019 г.*

Материалы сборника даны в авторской редакции

© Факультет журналистики ВГУ, 2019.

*Ряпухина В.Н.
Институт сербского языка и коммуникаций
Вукчевич Н.
Белгородский государственный технологический
университет им. В.Г. Шухова*

МЕДИАОБРАЗОВАНИЕ В СЕРБИИ

В Республике Сербия возможность получения образования в медиасфере предлагают три из шести государственных университетов, а также два из пяти частных университетов. Образовательные стандарты, утвержденные Министерством просвещения, науки и технологического развития Сербии, предполагают, что после окончания обучения выпускник будет знать теорию и практику общественных коммуникаций, а также владеть навыками, необходимыми для профессионального участия в процессах общественных и массовых коммуникаций посредством медиа и Интернета. Все аккредитованные образовательные программы здесь включают обязательную учебно-производственную и профессиональную практику на базе редакции какой-либо медиаорганизации.

Рассматривая медиаобразование в Сербии, необходимо иметь в виду, что университеты в данной стране являются децентрализованными — вплоть до наличия у каждого факультета и института статуса независимого юридического лица и собственного бюджета. Руководство, как университета, так и факультета, избирается в соответствии с демократическим принципом на конкурентной основе и имеет ограниченный мандат. Сербская система высшего образования является трехуровневой и включает бакалавриат, магистратуру и докторантуру, а также имеет два направления — академическое и прикладное. Медиаобразование реализуется только по академическому направлению подготовки. Абитуриенты зачисляются на факультеты на конкурсной основе, при этом ранжирование кандидатов проводится на основе среднего балла за время обучения в школе (60% итогового балла на вступительных испытаниях) и собеседования (40% баллов на вступительных испытаниях). В ходе собеседования приемная комиссия оценивает релевантный академический и профессиональный опыт кандидатов, а также кругозор и область научно-исследовательского интереса кандидата.

В Белграде на факультете политических наук в составе отделения журналистики и коммуникологии действует кафедра журналистики. Этот факультет уже 40 лет предлагает абитуриентам программу «Журналистика» для академического бакалавриата и магистратуры, а также отдельную магистерскую программу «Коммуникология». Обучение в докторантуре идет по направлению «Культура и медиа». Обучение в бакалавриате в настоящее время осуществляется в рамках аккредитации 2008 и 2015 гг. [1]. Государственный Университет в городе Ниш предлагает программу академической подготовки бакалавров по направлениям «Журналистика» и «Коммуника-

ции и связи с общественностью», программу академической подготовки магистров по направлениям «Коммуникология» и «Журналистика», а также программу для докторантов «Медиа и общество». Кафедра коммуникологии и журналистики философского факультета, на базе которого реализуются данные образовательные программы, аккредитовала их в 2008 и 2014 гг. [2]. Философский факультет государственного Новосадского университета предлагает абитуриентам возможность поступления на программу академического бакалавриата по направлению «Журналистика» и возможность продолжить обучения в рамках магистерской программы «Коммуникология». Аккредитация кафедры медиаобразования, реализующей данные программы, действует с 2007, 2008 и 2015 гг. [3].

Последнее десятилетие серьезную конкуренцию государственной системе образования в медиасфере составляет факультет медиа и коммуникаций частного Университета «Сингидунум» и факультет культуры и медиа частного Университета «Мегатренд». Факультет Университета «Сингидунум» предлагает бакалаврскую программу «Коммуникации и связи с общественностью», а также программу «Журналистика и медиаобразование» [4]. Факультет Университета «Мегатренд» предлагает слушателям направление подготовки бакалавров по направлению «Журналистика», «Связи с общественностью», а также бакалаврскую, магистерскую и докторскую программы по направлению подготовки «Менеджмент в культуре и медиа» [5].

Из всех вышеперечисленных образовательных учреждений только факультет политических наук имеет возможность организации практики студентов на базе собственного медиацентра с радио-, теле- и цифровой продукцией. При этом студенты имеют возможность совершенствовать знания и навыки — не только в рамках практики в соответствии с учебным планом и программой, но и в рамках волонтерских проектов. Также на базе факультета издается студенческий электронный журнал «Политолог», редакцию и представителей по связям с общественностью которого формируют исключительно из студентов в целях совершенствования профессионального уровня будущих журналистов в соответствии с общемировыми тенденциями. Еще одним интересным проектом, нацеленным на обеспечение возможности практики студентов, является студенческие передачи на телевидении и радио «Студия Б»: телепередачи выходят в эфир по воскресеньям с 12:00 до 13:00, а радиопередачи транслируются по рабочим дням с 18:00 до 19:00 [6].

В настоящее время профсоюз журналистов Сербии выразил серьезную озабоченность тем, что СМИ нанимают на работу непрофессиональных журналистов без соответствующего образования с тем, чтобы платить им меньшую заработную плату. Журналистское сообщество Сербии призывает ввести предмет «Медиаобразование» в школе, а также ввести единые требования к кандидатам на занятие должностей в медиасфере.

ЛИТЕРАТУРА

1. Официальный сайт факультета политических наук государственного Белградского университета. – Режим доступа: <http://www.fpn.bg.ac.rs/> (дата обращения: 01.04.2019).
2. Официальный сайт философского факультета государственного Университета в городе Ниш. – Режим доступа: <https://www.filfak.ni.ac.rs> (дата обращения: 01.04.2019).
3. Официальный сайт философского факультета государственного Новосадского университета. – Режим доступа: <http://www.ff.uns.ac.rs/> (дата обращения: 01.04.2019).
4. Официальный сайт факультета медиа и коммуникаций частного Университета «Сингидунум». – Режим доступа: <https://fmk.singidunum.ac.rs/> (дата обращения: 01.04.2019).
5. Официальный сайт факультета культуры и медиа частного Университета «Мега-тренд». – Режим доступа: <http://megatrend.edu.rs/en/faculty-of-culture-and-media/> (дата обращения: 01.04.2019).
6. Информационный портал студенческого журнала «Политолог» факультета политических наук государственного Белградского университета. – Режим доступа: <http://www.politikolog.com> (дата обращения: 01.04.2019).

Тулупов В.В.

Воронежский государственный университет

РОЛЬ МЕДИАКРИТИКИ В РАЗВИТИИ МЕДИАКУЛЬТУРЫ СОВРЕМЕННОГО ОБЩЕСТВА

Рассматривая круг категорий, связанных с деятельностью профессиональных критиков в таких творческих сферах, как, например, литература, театр, кино, мы непременно выделяем три понятия: «анализ», «оценка» и «суждение». Оценка, как вершина пирамиды, в основании которой находятся знание и понимание, выражается в суждениях на основе имеющихся данных, а также внешних критериев. Задачами такой деятельности является выявление противоречий и ошибок, их анализ в целях совершенствования деятельности субъектов и всей системы той или иной социальной области. Так, литературная критика, появившаяся еще во времена античности, призвана выявлять литературные тенденции, выделять и поощрять лучшее, осуждать непрофессиональное. Театральная и кинокритика помогает зрителям находиться в процессе, «отделяя зерна от плевел», т.е. передовые оригинальные произведения, способствующие пониманию общественной жизни и росту духовности, от пошлых сиюминутных поделок.

Аналогичную роль должна играть и медиакритика (media criticism) – специфическая и многоаспектная область журналистики. Она может быть направлена на познание и оценку профессиональных и этических сторон деятельности отдельных журналистов, конкретных СМИ и современной

СОДЕРЖАНИЕ

ИСТОРИЯ ЖУРНАЛИСТИКИ

<i>Ба Харон Абдулрахман Хассан Абдулрахман. АРАБСКАЯ КУЛЬТУРА И РАЗВИТИЕ СМИ ЙЕМЕНА В УСЛОВИЯХ ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЩЕСТВА.....</i>	<i>3</i>
<i>Велиев З.Б. К ВОПРОСУ ВСЕНАРОДНОГО ОБСУЖДЕНИЯ ТОПОНИМИЧЕСКИХ ПЕРЕИМЕНОВАНИЙ В СМИ</i>	<i>5</i>
<i>Видная О.Е. ТАМБОВСКОЕ РАДИО: СТРАНИЦЫ ИСТОРИИ (1937–1994 ГГ.)</i>	<i>7</i>
<i>Гладышева С.Н. РУССКИЙ МИР В ЖУРНАЛЕ ДЛЯ ДЕТЕЙ «ЗЕЛЕНАЯ ПАЛОЧКА» (ПАРИЖ, 1920–1921 ГГ.)</i>	<i>10</i>
<i>Дробышевский А.П. «...В НИХ ЖИЗНЬ МОМЕНТА...»: ПУБЛИЦИСТИКА КНЯЗЯ С.М. ВОЛКОНСКОГО В УЕЗДНОМ БОРИСОГЛЕБСКЕ 1917 ГОДА.....</i>	<i>12</i>
<i>Капитан Т.Ф. ОСОБЕННОСТИ ОЧЕРКА 30-Х ГОДОВ ХХ ВЕКА</i>	<i>14</i>
<i>Козлова Н.Н. КРИТИКА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ РОССИЙСКОЙ ВЛАСТИ В ПУБЛИЦИСТИКЕ ЛИБЕРАЛЬНОЙ ОППОЗИЦИИ 1880-Х ГГ.....</i>	<i>16</i>
<i>Колобов В.В. РУКОПИСИ АНАТОЛИЯ ЖИГУЛИНА ... НЕ ГОРЯТ</i>	<i>18</i>
<i>Лысякова Ю.А. ПУБЛИЦИСТИКА ФРАНЦУЗСКИХ ПИСАТЕЛЕЙ ЭПОХИ СОПРОТИВЛЕНИЯ</i>	<i>21</i>
<i>Могилатова М.В. ЦЕНзуРА В ПЕРИОДИЧЕСКИХ ИЗДАНИЯХ ДОРЕВОЛЮЦИОННОГО ТОМСКА.....</i>	<i>22</i>
<i>Молоткова В.С. ИСТОРИЯ РАЗВИТИЯ КИНОКРИТИКИ В РОССИИ ..</i>	<i>24</i>
<i>Скокова Т.В. РЕФЕРЕНДУМ 25 АПРЕЛЯ 1993 Г.: ОСНОВНЫЕ ПРИЕМЫ ПРОПАГАНДЫ НА СТРАНИЦАХ ПЕЧАТНЫХ СМИ.....</i>	<i>26</i>
<i>Смирнова Е.А. ПИСАТЕЛЬ-ЖУРНАЛИСТ: ОСОБЕННОСТИ ТВОРЧЕСКОГО МЕТОДА (НА МАТЕРИАЛЕ ТВОРЧЕСТВА Ф. Д. КРЮКОВА)</i>	<i>28</i>

МЕДИАОБРАЗОВАНИЕ

<i>Андреева М.А. О НЕКОТОРЫХ АСПЕКТАХ ПРЕПОДАВАНИЯ МЕЖЭТНИЧЕСКОЙ ЖУРНАЛИСТИКИ В ПРОФИЛЬНЫХ ВУЗАХ.....</i>	<i>31</i>
<i>Жилавская И.В. МЕДИЙНО-ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБРАЗОВАНИЕ В СИСТЕМЕ ВЫСШЕЙ ШКОЛЫ: ЗАПРОС И ФОРМЫ РЕАЛИЗАЦИИ.....</i>	<i>32</i>

<i>Кравец К.Ю.</i> ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОВЕДЕНИЯ СТУДЕНЧЕСКИХ МЕРОПРИЯТИЙ В СИСТЕМЕ МЕДИАОБРАЗОВАНИЯ СОВРЕМЕННОЙ МОЛОДЕЖИ.....	35
<i>Лейни Р.Н.</i> ОПЫТ РАЗРАБОТКИ И ПРИМЕНЕНИЯ ИГРОВЫХ МЕТОДИК В ШКОЛЬНОМ И ВУЗОВСКОМ МЕДИАОБРАЗОВАНИИ	36
<i>Ряпухина В.Н., Вукчевич Н.</i> МЕДИАОБРАЗОВАНИЕ В СЕРБИИ.....	38
<i>Тулупов В.В.</i> РОЛЬ МЕДИАКРИТИКИ В РАЗВИТИИ МЕДИАКУЛЬТУРЫ СОВРЕМЕННОГО ОБЩЕСТВА.....	40
<i>Харитоновна С.В.</i> МЕДИАСФЕРА ДЛЯ ДЕТЕЙ ЦИФРОВОГО ПОКОЛЕНИЯ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ.....	42
<i>Хорольский В.В.</i> ЖУРНАЛИСТИКА И МЕДИАОБРАЗОВАНИЕ: КОНФЛИКТ ИНТЕРЕСОВ	44

РЕКЛАМА

<i>Драй Н.А.</i> ОСОБЕННОСТИ ЭКОЛОГИЧЕСКОЙ РЕКЛАМЫ, НАПРАВЛЕННОЙ НА РЕШЕНИЕ ПРОБЛЕМЫ ПЛАСТИКОВЫХ ОТХОДОВ	47
<i>Каика Н.Е.</i> НАЦИОНАЛЬНО-КУЛЬТУРНАЯ СПЕЦИФИКА СОВРЕМЕННОЙ КОММЕРЧЕСКОЙ РЕКЛАМЫ	49
<i>Колобов В.В.</i> ПРАВОВЫЕ АСПЕКТЫ ПОЛИТИЧЕСКОЙ РЕКЛАМЫ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ	51
<i>Кручевская Г.В.</i> ЖУРНАЛЬНАЯ РЕКЛАМА В ЭПОХУ ИНТЕРНЕТА: ТАКТИКИ ВЫЖИВАНИЯ	53
<i>Олешко В.Ф.</i> СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ КАК ИНСТРУМЕНТ ПРОДВИЖЕНИЯ БРЕНДОВЫХ МАССМЕДИА.....	55
<i>Алмашакбех Сагддам Сулейман Салман.</i> ОГРАНИЧЕНИЯ НА КОММЕРЧЕСКУЮ РЕКЛАМУ В АРАБСКИХ СТРАНАХ	58
<i>Сиротина Е.В.</i> РОСТ ВИДЕОКОНТЕНТА КАК КЛЮЧЕВОЙ ТРЕНД СОВРЕМЕННОГО МОБИЛЬНОГО МАРКЕТИНГА.....	59
<i>Шилова М.А.</i> СОВРЕМЕННЫЕ ЗАДАЧИ СЕЛЕБРИТИ-МАРКЕТИНГА....	61
<i>Щукина Л.С.</i> PERFORMANCE-BASED MARKETING. К ПРОБЛЕМЕ ИНТЕРПРЕТАЦИИ ПОНЯТИЯ.....	62

СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

<i>Алимкина А.Ю.</i> СПОРТИВНОЕ МЕРОПРИЯТИЕ КАК ИНСТРУМЕНТ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ (НА ПРИМЕРЕ ДОРПРОФЖЕЛ НА ЮВЖД).....	64
--	----

<i>Гольдман И.Л.</i> ИСКУССТВОВЕДЧЕСКИЕ ПРАКТИКИ В ТВОРЧЕСКОЙ ПОДГОТОВКЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО КОММУНИКАТОРА В СИСТЕМЕ МЕДИАОБРАЗОВАНИЯ.....	66
<i>Довженко А.А.</i> КОРПОРАТИВНАЯ КУЛЬТУРА КАК СТРАТЕГИЧЕСКИЙ ИНСТРУМЕНТ УПРАВЛЕНИЯ ОРГАНИЗАЦИИ	68
<i>Ерёмина А.Е.</i> ЭВОЛЮЦИЯ КОРПОРАТИВНЫХ СМИ НА ПРИМЕРЕ ИЗДАНИЯ НОВОВОРОНЕЖСКОЙ АЭС «РАБОЧИЙ АТОМ»	71
<i>Жданова Л. С.</i> ОСОБЕННОСТИ ОСВЕЩЕНИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ РЕГИОНАЛЬНОГО УПОЛНОМОЧЕННОГО ПО ПРАВАМ ЧЕЛОВЕКА.....	72
<i>Кожевникова В.В.</i> ИМИДЖЕВЫЙ ПОТЕНЦИАЛ TELEGRAM-КАНАЛОВ ПРЕДСТАВИТЕЛЕЙ СМИ: КОММУНИКАЦИОННЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ И РИСКИ	74
<i>Коротких М.И.</i> ВЛИЯНИЕ ЭПАТАЖНОГО ПОВЕДЕНИЯ ДОНАЛЬДА ТРАМПА НА СИМПАТИИ СО СТОРОНЫ ГРАЖДАН США	77
<i>Костянова Т.Е.</i> РОЛЬ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ В ФОРМИРОВАНИИ ИМИДЖА ПОЛИТИЧЕСКОГО ЛИДЕРА В ЭЛЕКТРОРАЛЬНЫЙ ПЕРИОД	79
<i>Курганова Е.Б.</i> ГЕЙМИФИКАЦИЯ В РЕАЛИЗАЦИИ СОЦИАЛЬНО ЗНАЧИМЫХ ПРОЕКТОВ	81
<i>Мустафина Б.С.</i> ИМИДЖ ПРАВООХРАНИТЕЛЬНЫХ ОРГАНОВ.....	83
<i>Нефедова М.К.</i> КОНЦЕПТУАЛИЗАЦИЯ ПОНЯТИЯ «DIGITAL-СТРАТЕГИЯ».....	85
<i>Новичихина М.Е.</i> СЛОВО-ФИРМОНИМ И ФИРМЕННОЕ НАИМЕНОВАНИЕ: ДИФФЕРЕНЦИАЦИЯ ПОНЯТИЙ	87
<i>Огула А.А.</i> ВИРТУАЛЬНАЯ СРЕДА – ПУБЛИЧНЫЙ СПОСОБ ПРОДВИЖЕНИЯ ВУЗА НА РЫНКЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ	89
<i>Симакова К.И.</i> АЛГОРИТМЫ ОЦЕНКИ КОНТЕНТА В СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ «ВКОНТАКТЕ»	90
<i>Топильская Е.Е.</i> ОБЩЕСТВЕННАЯ АККРЕДИТАЦИЯ: МИССИЯ ВЫПОЛНИМА?.....	92
<i>Ходыкина И.А.</i> ЕДИНАЯ ИНФОРМАЦИОННАЯ СИСТЕМА «ДОБРОВОЛЬЦЫ РОССИИ» КАК ИНСТРУМЕНТ ПРОДВИЖЕНИЯ ДОБРОВОЛЬЧЕСКОГО ДВИЖЕНИЯ.....	93
<i>Шматова Ю.С., Щекина И.А.</i> ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ОТЕЧЕСТВЕННОГО МУЗЫКАЛЬНОГО РЫНКА И ПРОДВИЖЕНИЯ МУЗЫКАЛЬНОЙ ПРОДУКЦИИ	94
<i>Щекина И.А.</i> КРИЗИС КАК ИСТОЧНИК ВОЗМОЖНОСТЕЙ ДЛЯ ПРОДВИЖЕНИЯ КОМПАНИИ.....	97
<i>Юлинская В.А.</i> СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ В МЕДИЦИНСКОЙ СФЕРЕ.....	99

ЯЗЫК И СТИЛЬ МК

<i>Запрягаева М.Я., Шишлянникова А.М.</i> МАНИПУЛЯТИВНЫЕ ПРИЕМЫ В ИСПОЛЬЗОВАНИИ СРЕДСТВ НЕВЕРБАЛЬНОЙ КОММУНИКАЦИИ В СОВРЕМЕННЫХ ТОК-ШОУ	100
<i>Колосова А.Д.</i> ПРОБЛЕМЫ СМЕЖНЫХ РЕЧЕВЫХ АКТОВ ПОЛОЖИТЕЛЬНОЙ ОЦЕНКИ В РАЗВЛЕКАТЕЛЬНОМ ТЕЛЕВИЗИОННОМ ДИСКУРСЕ	102
<i>Павлова Т.А.</i> РАЗВИТИЕ ТВОРЧЕСКИХ СПОСОБНОСТЕЙ У ИНОСТРАННЫХ УЧАЩИХСЯ НА ЗАНЯТИЯХ ПО РКИ	105
<i>Ряжских Е.А., Хорошунова И.В.</i> НОВАЯ ИНОЯЗЫЧНАЯ «ГЕНДЕРНАЯ» ЛЕКСИКА В СОВРЕМЕННОМ РУССКОМ ЯЗЫКЕ	107
<i>Сандлер Л.Л.</i> ТРАНСФОРМАЦИЯ РЕЧИ ТЕЛЕВЕДУЩИХ В РАЗВЛЕКАТЕЛЬНОМ ДИСКУРСЕ	109
<i>Хорошунова И.В., Ряжских Е.А.</i> ЛИНГВОЭТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ РЕКЛАМНОГО МЕДИАТЕКСТА (НА ПРИМЕРЕ РЕКЛАМНОЙ КАМПАНИИ BURGER KING).....	112

Подписано в печать: 15.05.2019.

Отпечатано в типолаборатории факультета журналистики ВГУ.

394068, Воронеж, ул. Хользунова, 40а, ауд. 114.

Тел./факс: (473) 266-17-56.

E-mail: vlvtul@mail.ru.

Web: www.jour.vsu.ru.

Тираж: 100 экз.