

МедиаТренды

Экспертный взгляд факультета журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова на события в СМИ

№ 2 (74) 14 мая 2020

www.journ.msu.ru

КОЛОНКА РЕДАКТОРА



Трансформация журналистики стран СНГ

За четверть века с момента распада СССР в каждой из стран Содружества Независимых Государств произошли значительные изменения, хотя траектории развития у них были разными. Различия между го-

сударствами постсоветского пространства стали столь значительными, что сегодня медиасистемы здесь представляют совершенно разные модели и становятся очень интересным предметом для анализа. Трансформационные процессы в СМИ и журналистике, начавшиеся в 1991 г., исходили из общего «стартового» медиа-

порядка. Сегодня же анализ переходного периода в этих медиасистемах предполагает не только понимание их национальных особенностей, знание основных процессов преобразования внутри этих обществ, но и исторический анализ включенности трансформации СМИ в глобальные изменения современного общества.

В этом контексте становится особенно интересным развитие средств массовой информации и журналистики, поскольку они, как важный институт современного общества, отражают весь комплекс проблем социального развития, при этом еще и выступают важнейшим инструментом организации общественной дискуссии и общественного мнения, а также площадкой их медиатизации. Именно журналистика и средства массовой информации, как один из наиболее радикально обновившихся социальных институтов, стимулировали произошедшие изменения.

ЖУРНАЛИСТИКА СТРАН СНГ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ МЕДИА

Тема
номера

Колонка редактора О трансформации журналистики стран СНГ	1
Интервью Елена Вартанова о развитии медиасистем, о роли медиаполитики и исследовании журналистики в странах СНГ	2
Индикаторы Об интернет-СМИ Молдовы, о телесмотрении в Таджикистане, о развитии онлайн-медиа Украины	3
Тема номера Журналистика стран СНГ в условиях цифровизации медиа Взгляд экспертов (Шарипа Нуржанова, Ольга Вихрова, Станислав Крупин, Артем Грачев)	4
Массмедиа: теория и практика Жан Багян о проблемах регулирования журналистского труда в Армении	6
ЖЖ: жизнь журфака Как вы оцениваете развитие журналистики в странах СНГ?	7
Книжные новинки Журналистика в 2019 году: творчество, профессия, индустрия. Сборник материалов международной научно-практической конференции. Под ред. Е. Л. Вартановой, Я. Н. Засурского	8
МедиаКалендарь О продаже газеты <i>Metro</i> , о нормативном кодексе, обязывающем платить за контент информационных агентств, о закрытии журнал <i>The Weekly News</i> , о введении временно упрощенных требований к вещанию в России	8

ИНТЕРВЬЮ



Елена Вартанова
декан факультета журналистики
МГУ имени М. В. Ломоносова,
член-корреспондент РАО, профессор

Медиасистемы стран СНГ нуждаются в сильном знаменателе

■ Елена Леонидовна, в этом году на традиционной международной научно-практической конференции «Журналистика-2019: творчество, профессия, индустрия» обсуждались и особенности трансформации СМИ на постсоветском пространстве. Как развиваются исследования журналистики стран СНГ в современных условиях?

Перед исследователями журналистики и медиа стран СНГ сегодня стоят непростые вызовы. С одной стороны, первоочередной задачей все еще остается сравнительное описание системной трансформации, общей для всего постсоветского пространства. С другой стороны, важно выявить значимость изучения национальных сценариев и тенденций развития журналистики в независимых странах, бывших советскими республиками. Таким образом, медиаисследователям нужно сохранить понимание различий при выявлении схожих черт и, наоборот, суметь увидеть единые закономерности, несмотря на национальный контекст и различия объективных факторов. Также стоит учитывать, что цифровая эпоха в СМИ уже наступила: газеты, теле- и радиопрограммы бесповоротно переходят на «цифру». Все – и текст, и картинка, и звук – записывается теперь одинаковым образом. И поэтому любое устройство, способное декодировать цифровой контент, потенциально может выполнить функцию СМИ как канала доставки информации. Технические новации видоизменили привычные массмедиа во всем мире.

■ Существуют ли особенности в развитии медиасистем стран СНГ?

Медиасистема – неотъемлемая часть каждого государства, которое нуждается в общенациональных СМИ как в важнейшем институте поддержания своей целостности. Различия в культуре, языке, религии – это те факторы, которые сегодня влияют на характеристики медиасистемы. Очевидно, что у стран СНГ появляются потребности в сохранении своего медиапространства. Медиапространство государства – это основа национального государства в его современном виде, поэтому абсолютное большинство стран стремится разрабатывать

медиаполитику, необходимую для того, чтобы сформировать свое единое информационное пространство.

К числу основных факторов, преобразивших медиасистемы стран СНГ в последние два десятилетия, можно отнести цифровую революцию, глобализацию экономической жизни, универсальную социальную динамику современных обществ, приводящую к заметным изменениям в социальной стратификации, стилях жизни, а следовательно, и в медиаповедении аудитории.

■ Какую роль играет медиаполитика в странах СНГ?

Медиаполитика – важнейшая сфера взаимоотношений средств массовой информации, журналистики, медиасистемы, с одной стороны, и общества – с другой. Она представляет собой систему принципов деятельности средств массовой информации, основанную на традиционном для каждой страны законодательном регулировании СМИ. В каждом государстве сформировался свой комплекс правовых регуляторных принципов, механизмов и инструментов, которые устанавливали формы существования средств массовой информации и журналистики в обществе.

Очевидно, что медиасистемы стран СНГ нуждаются в сильном знаменателе, способном обеспечить успешную евразийскую интеграцию. Таким знаменателем сегодня может стать единое информационное пространство, в котором роль русского языка невозможно переоценить. Для этого есть новые технологические возможности – прежде всего развитие сети Интернет, новых телекоммуникационных услуг. В условиях расширения доступа к Интернету в странах СНГ необходимо помнить, что ключевым остается вопрос, к каким услугам и к какой информации люди получают доступ. Именно поэтому актуальнейшей задачей сегодня становится разработка единой для пространства Содружества Независимых Государств информационной политики, которая обеспечит реализацию гуманитарных задач экономических интеграционных процессов.

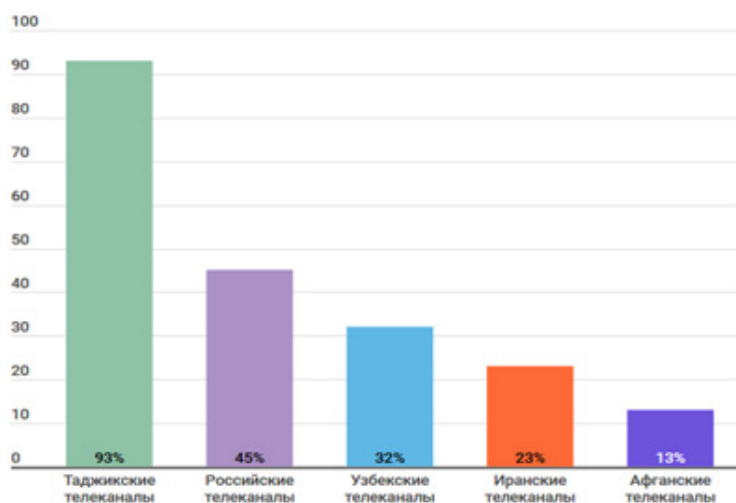
ИНДИКАТОРЫ

ТОП-10 интернет-СМИ Молдовы

	Ресурсы	Период	Аудитория	Доля от аудитории
1	SPUTNIK MD	Февраль 2019	362 437	14%
2	protv.md	Февраль 2019	311 659	12%
3	diez.md	Февраль 2019	244 937	9%
4	noi.md	Февраль 2019	221396	9%
5	unimedia.md	Февраль 2019	216 614	9%
6	deschide.md	Февраль 2019	166 219	6 %
7	kp.md	Февраль 2019	160 908	6%
8	zdg.md	Февраль 2019	135 850	5%
9	agora.md	Февраль 2019	129 978	5%
10	RIA.RU	Февраль 2019	125 171	5%

Источник: Sputnik Молдова, 2020

Какие телеканалы выбирают жители Таджикистана



Источник: Медиа Консалтинг, 2019

Рейтинг онлайн-медиа Украины



Источник: Институт массовой информации Украины, 2019

Факты

■ В 2020 году столица Казахстана Нур-Султан была избрана председателем Международной ассамблеи столиц и крупных городов СНГ (МАГ), которая объединяет 53 города России и 8 стран Содружества с населением свыше 56 млн человек.

■ Россия ратифицировала протокол о ежегодном автоматическом обмене финансовой информацией между странами СНГ. Начать автообмен в России планируется в 2020 году.

■ Согласно данным официального сайта республики Беларусь, на 1 февраля 2020 года в Беларуси издавались 722 газеты и 851 журнал. Более двух третей из них являются частными. Печатные СМИ в Беларуси издаются преимущественно на белорусском и русском языках, хотя есть издания на английском, польском, украинском и немецком. В Беларуси действует 9 информационных агентств, 7 из них – частные.

■ По данным *Trend news agency*, в 2019 году общее число СМИ, официально зарегистрированных в Азербайджане, превышает 5 тысяч. По показателю количества СМИ Азербайджан находится в первых рядах среди стран СНГ и Восточной Европы. В стране издается до 40 ежедневных, более 200 еженедельных и ежемесячных газет и журналов, функционирует около 300 информационных и аналитических интернет-сайтов, около 20 информационных агентств, около 100 районных и региональных средств массовой информации; 11 общереспубликанских, 4 спутниковых, 13 региональных и 17 кабельных телеканалов, 25 интернет-телеканалов и 14 радиоканалов.

■ По данным Роскомнадзора, за III квартал 2019 года по сравнению с III кварталом 2018 года в России сократилось общее количество средств массовой информации с 73 207 до 67 340.

ЖУРНАЛИСТИКА СТРАН СНГ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ МЕДИА



Шарипа Нуржанова

старший преподаватель кафедры ЮНЕСКО, международной журналистики и медиа в обществе Казахского национального университета имени аль-Фараби

Развитие информационного общества Казахстана

Процессы развития информационного общества в Казахстане идут быстрыми темпами. На информационном рынке имеет место значительная конкуренция. Традиционные средства массовой информации создали и развивают свои онлайн-версии. Появились также СМИ, существующие только в Интернете и не имеющие отношения к «мейнстрим-медиа». В силу своей оперативности и информированности некоторые из таких источников информации добились значительных успехов (nur.kz, zakon.kz, tengrinews.kz и другие).

О необходимости государственной поддержки развития информационного общества говорят во многих странах. У нас разработана государственная программа развития информационного общества «Информационный Казахстан – 2020». Она предусматривает расширение доступа в Интернет, совершенствование государственных цифровых услуг, онлайн-СМИ. Завершается переход на цифровое вещание, что позволит увеличить количество принимаемых телеканалов на всей территории Казахстана. Развивается и спутниковое телевидение. Ранее телевизионные каналы испытывали проблемы с распространением сигнала в силу низкой плотности населения и большой территории страны. Вдали от крупных городов можно было принимать один-два телеканала. Бурное развитие новых информационно-коммуникационных техно-

логий помогает решить эту проблему. Внедрение цифрового вещания позволит резко увеличить количество передаваемых телеканалов и качество телевизионного сигнала.

Постоянный интерес к Казахстану проявляют зарубежные СМИ Америки, Европы, Китая, других стран мира. В прежние годы на Казахстан вещали «Голос Америки», «Радио Свободная Европа/Радио Свобода», Би-Би-Си, «Немецкая волна» и ряд других международных СМИ. Сейчас информационная работа этих вещателей продолжается через Интернет. Многие страны хотели бы видеть Казахстан в качестве своего партнера и союзника. Поэтому они продолжают развивать новостные ресурсы, предназначенные для казахстанской аудитории. На медиарынке страны большим успехом пользуются российские СМИ. Это объясняется тем, что обе страны испытывают сходные проблемы в своем развитии, имеют единое информационное пространство.

Информационное общество имеет огромный потенциал развития. Это мы видим и на примере Казахстана. По мере увеличения числа пользователей Интернета аудитория новых медиа будет расти. Уже сейчас они пользуются большой популярностью. По широте охвата тем, оперативности и профессионализму их освещения они не уступают традиционным медиа. Развитие цифровых государственных услуг поможет в решении повседневных проблем.



Ольга Вихрова
координатор образовательных
и научно-исследовательских
проектов со странами СНГ
факультета журналистики
МГУ имени М. В. Ломоносова



Станислав Крупин
заместитель начальника
отдела аналитического
сопровождения Департамента
протокола и организационного
обеспечения Евразийской
экономической комиссии

Информационное сопровождение евразийской интеграции

Без информационной поддержки государственной политики в современном мире не может существовать и успешно развиваться ни одна страна. Еще более востребованным этот инструмент становится, когда речь заходит о сопровождении процессов региональной интеграции.

Средства массовой информации являются ключевыми элементами системы формирования имиджа интеграционного объединения, напрямую влияющего на реализацию на мировой арене как интересов союза, так и каждой из стран в отдельности. Кроме того, СМИ, формируя медийный портрет объединения, способны обеспечить широкую поддержку региональной интеграции гражданами государств.

Наглядной иллюстрацией результатов такой деятельности является сформированный СМИ имидж ЕС. Однако деятельность журналистов по освещению интеграционной тематики требует определенной профессиональной подготовки.

Уже в 1995 году в ЕС был разработан перечень мероприятий по организации специализированных курсов для журналистов. «Мы повышаем устойчивость европейской журналистики, обеспечивая сотрудников СМИ новыми идеями, навыками и финансированием, а также объединяя их с новыми людьми», – гласит ключевой тезис миссии Европейского центра журналистики (EJC) в Маастрихте. В EJC на регулярной основе проводятся тематические семинары, мастер-классы и круглые столы, ориентированные на подготовку профессионалов, специализирующихся на европейской тематике. Предлагаются обучающие мероприятия по работе с экспертным сообществом, поиску инфоповодов и работе с информацией о наиболее актуальных событиях в ЕС.

В 2020 году Евразийскому экономическому союзу исполнилось 5 лет. За этот короткий срок ЕАЭС удалось добиться значимых результатов в своем развитии: накоплена солидная нормативно-правовая база, в рамках которой совместно развиваются экономики Армении, Беларуси, Казахстана, Кыргызстана и России. Сформирован общий рынок товаров и услуг, предоставлены одинаковые права для трудящихся в пяти странах. Технические регламенты, принимаемые наднациональным органом – Евразийской экономической комиссией, обязательны для производства товаров во всех государствах Союза. Иными словами, ЕАЭС – единая объективная реальность, в которой живут граждане пяти государств.

При этом осведомленность широких слоев населения о Союзе недостаточно высока. К сожалению, в течение 5 лет с момента создания ЕАЭС достаточного внимания необходимости обеспечения информационной поддержки евразийской интеграции не уделялось. В результате медиапространства государств Союза

объединили такие общие, но сдерживающие, а не способствующие интеграции характеристики, как информационный вакуум по тематике интеграционных процессов и безразличие аудитории к соответствующей информации.

Вместе с тем, полноценное развитие и эффективность функционирования ЕАЭС напрямую зависят от общественной и экспертной поддержки, на что в январе 2020 года было обращено внимание на высшем уровне. «Самое важное – обеспечить широкую поддержку евразийской интеграции гражданами наших государств», – заявил председатель ВЕЭС Александр Лукашенко в обращении к главам государств Союза.

В настоящее время отсутствие информационной поддержки обусловлено не только спецификой инфоповодов, которые требуют от журналистов специализированных профессиональных знаний и усилий по трансформации вопросов правового, экономического и процедурного характера в материалы, интересные для массовой аудитории, но и отсутствием кадров, разбирающихся в тематике ЕАЭС, как таковых. Зачастую значимые события и принимаемые органами Союза решения предлагаются аудитории СМИ только через призму участия в мероприятиях первых лиц государств. Сами решения не в полной мере подвергаются освещению, анализу или критике.

В январе 2020 года факультет журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова при поддержке Евразийской экономической комиссии выступил с инициативой разработать специализированную образовательную программу «Освещение евразийской интеграции в СМИ». Серия лекций ориентирована на студентов факультетов журналистики вузов стран ЕАЭС и русскоязычных журналистов, ведущих деятельность на пространстве Союза. Программа также может быть реализована в формате курсов повышения квалификации и разбита на тематические образовательные мероприятия формата мастер-классов и открытых лекций.

В качестве конечного результата планируется достичь повышения уровня грамотности действующих и будущих журналистов в вопросах евразийской экономической интеграции, активизировать вовлечение сотрудников отрасли в освещение развития ЕАЭС и деятельности его органов, а также обеспечить развитие соответствующих компетенций журналистов стран объединения на основе взаимного обмена опытом. Информационное освещение развития Союза обеспечит ему должную поддержку, а также будет способствовать повышению осведомленности и углублению понимания у широких слоев населения тех процессов, которые протекают на евразийском пространстве.



Артем Грачев

старший научный сотрудник Центра международно-правовых и политических проблем евразийского сотрудничества Института проблем безопасности СНГ

Информационная политика и закономерности формирования информационного пространства в рамках СНГ

Содружество Независимых Государств, формируется с учетом международных стандартов и национальной специфики. Государственные органы формируют информационную политику в интересах установления доверительного диалога с населением, эффективно расходования бюджетных средств, координируют усилия при формировании единого информационного пространства стран, составляющих СНГ. Одновременно при почти повсеместном запрете цензуры административные учреждения для обеспечения информационной безопасности вырабатывают формы контроля деятельности массмедиа и интернет-сообществ.

Интенсивное развитие информационных технологий – чрезвычайно важным обстоятельством для разработчиков информационной политики, т. к. в стране, где интернет-технологии остаются без контроля власти, сохраняется опасность для государственности. Органы власти стран СНГ прилагают усилия по формированию

продуманной информационной политики. Еще в 2000 году в России была принята «Доктрина информационной безопасности Российской Федерации», которая нацелена на укрепление государственных массмедиа, расширение их возможностей по доведению достоверной информации до российских и иностранных граждан.

Как в России и Беларуси, правовая основа для формирования информационной политики создана и в Украине. Заинтересованность в формировании гармоничной инфраструктуры в информационной сфере проявляют и органы власти Казахстана, Армении. Документы, согласно которым регулируется деятельность в информационном пространстве, разработаны в Таджикистане и в Узбекистане. Деятельность, осуществляемую в информационном пространстве, координируют и органы власти Азербайджанской Республики. Однако, как и в России, Беларуси, Казахстане и Армении, в Азербайджане существуют проблемы взаимодействия между СМИ и государственными структурами. Сходным образом обстоят дела и в Республике Молдова.

МАССМЕДИА: ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА



Жан Багиян

доцент филиала МГУ имени М. В. Ломоносова в г. Ереване

Проблемы регулирования журналистского труда в Армении

Количество действующих специалистов в армянской журналистике по разным данным колеблется от четырехсот до пятисот. Дипломированных специалистов, не работающих по профессии в республике, около десяти тысяч. В Союзе журналистов Армении числятся 260 журналистов. Каждый год вузы республики выпускают на информационное поле около трехсот специалистов.

Специального законодательного регулирования журналистского труда в Армении нет. Вследствие либерализации медиазаконодательства в 2003 году были исключены определения прав и обязанностей журналиста. Государство никак не регулирует профессиональное развитие и совершенствование журналиста и не обязывает его проходить курсы повышения квалификации или специальные тренинги по совершенствованию профессиональных навыков. Как правило, это является добровольным решением самого журналиста. В Законе «О массовой информации» содержится формулировка о том, что журналист, как лицо, выполняющее важную общественную миссию, находится под особой защитой государства. Однако это положение носит сугубо декларативный характер, разве что, как уже отмечалось, законодательно обеспечена защита источников информации

журналиста. Реально действующих независимых журналистских профсоюзов, как и в других сферах, в Армении практически нет. Институт коллективных договоров отсутствует. Руководители СМИ зачастую нанимают на работу людей без профессионального журналистского образования или навыков работы с целью освещения многопрофильных тем, а также экономии средств. Это приводит к тому, что специалисты в редакциях бывают перегружены работой, от этого страдает качество материалов. Одной из основных причин сложившейся ситуации можно считать фрагментарность саморегулирующихся органов в СМИ. На сегодняшний день нет организации, сумевшей объединить все журналистское сообщество Армении. Несколько попыток было предпринято Ереванским пресс-клубом, но они не привели к полной консолидации всех журналистских сообществ. Самая большая организация, Союз журналистов Армении, только начинает заниматься социальными проблемами работников СМИ, осуществляет различные образовательные программы, принимает участие в обсуждениях реформирования медиазаконодательства. Процессы реструктуризации всей медиасистемы республики, а также переосмысления роли и места журналиста в общественных процессах после прихода к власти новых сил, продолжаются.

КАК ВЫ ОЦЕНИВАЕТЕ РАЗВИТИЕ ЖУРНАЛИСТИКИ В СТРАНАХ СНГ?



Уваров Никола, 4 курс

Я хотел бы отметить тенденцию, которая берет начало с момента развала СССР, – стремление к проявлению всеми бывшими республиками национальной идентичности. Деятельность огромного количества местных «альтернативных» СМИ стала новым витком в развитии журналистики в этих странах. Сегодня общий «дух» и настроение в медиасреде на территории бывшего СССР видится мне продолжением этой тенденции. Это движение к развитию национального самосознания, к созданию потенциального «рупора свободы» и выражению общественного мнения. Мне кажется, что будущее журналистики стран СНГ – в широком разнообразии изданий и, соответственно, мнений.



Трушина Анастасия, 1 курс в/о

Обретая независимость, СМИ должны были совершить переход от вертикальной и партийной структуры к горизонтальной и коммерческой. Но, к сожалению, даже спустя 29 лет не во всех странах СНГ удалось успешно совершить этот переход. Основной проблемой СМИ стран бывшего СССР является то, что большинство из них находятся под контролем государства. В них ведется настойчивая патриотическая пропаганда, и любая ситуация представляется аудитории с позиции, выгодной власти. Выходит, что журналистика не развивается, а находится в состоянии стагнации, следуя только за техническим прогрессом, но по своему содержанию оставаясь на прежнем уровне.



Певная Елизавета, 3 курс

Как мне кажется, вектор развития СМИ стран СНГ более тесно связан с сегментированием узких аудиторных групп, в отличие от, например, СМИ англосаксонского мира, которые сами по себе обладают большей по количеству и более разнообразной по качеству аудиторией. В более развитых экономически странах спрос на интерактив выше, в то время как в менее развитых с экономической точки зрения государствах нишевые и тематические издания создаются лишь на базе небольших социальных групп или даже закрытых коллективов, творческих объединений, а основная масса населения заинтересована в информационном и базовом развлекательном контенте на национальном языке.



Полукеева Алёна, 3 курс

Сейчас украинские СМИ развиваются стремительно и по-разному, и зачастую сложно предугадать, что будет дальше. Украинская журналистика представляет собой свободу слова в преломлении к капиталистической реальности. Каждое СМИ подвергается чьему-либо влиянию и защищает интересы своего владельца. Помимо олигархов украинские медиа финансируются за счет иностранных грантов и НКО. Такие СМИ, как правило, активно выступают за европейскую интеграцию. На фоне ангажированности официальных медиа большой популярностью пользуются независимые блогеры и политические аналитики, которые публикуются в ютубе. Их аудитория зачастую превосходит аудиторию телеканалов.



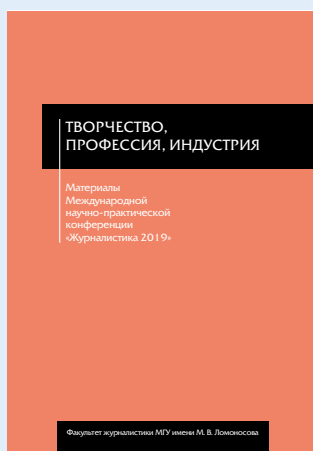
Фирсова Анна, 3 курс

Третий год я слышу от преподавателей в университете, что основные принципы журналиста – нести ответственность за свои слова, сохранять объективность, не врать, быть миротворцем и уважать общество. В 1994 году даже был принят кодекс профессиональной этики российского журналиста, закрепивший эти и другие правила, которые журналистам желательно соблюдать. Желательно, но не обязательно. А, значит, не очень и нужно. А можно вовсе сделать все наоборот, и тебе ничего за это не будет! Постепенно свобода слова и независимость СМИ вернулась к тому, с чего все началось, – к пропаганде.



Адлейба Алиса, 2 курс

Журналистика в странах СНГ, несомненно, развивается, но это развитие не такое незаметное, как может показаться. Каждая страна прилагает немало усилий для того, чтобы составить конкуренцию своим западным соперникам. Сегодня можно с уверенностью сказать, что в странах СНГ есть ряд выдающихся журналистов, работающих на успешные каналы, издания или радиостанции. Например, «Vogue Ukraine». Это женский журнал мод, который вышел в марте 2013 года. На данный момент он завоевывает все большую симпатию у своих европейских собратьев.



Журналистика в 2019 году: творчество, профессия, индустрия.

Сборник материалов международной научно-практической конференции

Под редакцией *Е. Л. Вартановой, Я. Н. Засурского*

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 редактирования медиатекстов в условиях цифровизации медийного пространства.

МедиаКалендарь

■ Правительство Москвы стало мажоритарным акционером ежедневной газеты *Metro*, которую ему продала группа ECH бизнесмена Григория Березкина. Также около 10% газеты принадлежит метрополитену. Газета распространяется бесплатно в московском метро, ее доходы формируются за счет рекламы. По данным *Mediascope*, аудитория газеты составляет около 1,4 млн человек.

Источник: RNS

■ Австралийская комиссия по вопросам конкуренции и защиты потребителей (ACCC) разработала нормативный кодекс, который вводит правила, обязывающие компании, в том числе *Google* и *Facebook*, отчислять процент от прибыли в пользу информационных агентств, если они пользуются их контентом. Теперь компании будут обязаны следовать кодексу, который также будет регулировать вопросы, касающиеся обмена данных, ранжирования новостей, а также порядок монетизации и совместного использования доходов, получаемых от публикации новостных материалов.

Источник: Sostav.ru

■ Журнал *The Weekly News*, одно из старейших еженедельных британских изданий, закрывается в мае 2020 года. *The Weekly News* просуществовал 165 лет, но, как говорят в *DC Thompson*, журнал перестал быть релевантным в цифровую эпоху. В последние годы он отошел от жесткой новостной повестки, его редакция сосредоточилась на большом формате и ностальгических воспоминаниях. Последние выпуски журнала будут содержать по восемь полос архивных материалов разных лет, а 27 мая выйдет последний номер.

Источник: MediaMedia

■ Временно упрощенные требования к вещанию вводятся в России до конца 2020 года. Теперь телеканал или радиостанция будут иметь право понизить мощность своего передатчика, сократить территорию распространения сигнала или вообще сделать перерыв (с полуночи до шести часов утра) без дополнительных согласований. Необязательным становится и предоставление сведений об операторах связи, отвечающих за трансляцию. Такие меры власти приняли по просьбе Российской академии радио

и Национальной ассоциации телерадиовещателей (НАТ). Предполагается, что это поможет сократить издержки региональных телерадиокомпаний на передачу сигнала.

Источник: Лениздат.ру

■ По данным исследования *AC&M Consulting*, почти 80% абонентов домашнего Интернета не планируют пользоваться бесплатным доступом к социально значимым сайтам из списка Минкомсвязи. У многих пользователей сейчас безлимитные тарифы, кроме того, больше популярны сервисы, которые позволяют экономить на сотовой связи. Самой действенной мерой для стимулирования соблюдения самоизоляции пользователи назвали предоставление бесплатного доступа к популярным онлайн-кинотеатрам в дневные часы. Вторым по популярности вариантом стало предложение сделать бесплатным *WhatsApp*, который оказался самым востребованным средством коммуникации, а третьим – субсидирование от 50% до 100% абонентской платы за Интернет за март и апрель.

Источник: Sostav.ru



Издатель: Факультет журналистики Московского государственного университета имени М. В. Ломоносова.

Главный редактор: Елена Вартанова. **Шеф-редактор:** Вероника Простякова.

Литературный редактор: Евгения Гурова. **Фотокорреспондент:** Егор Никаноров.

Над номером работали: Арина Иванова, Людмила Круглова.

Дизайн: Арина Баландцева. **Верстка:** Елена Сиротина.

Адрес редакции: 125009, г. Москва, ул. Моховая, д. 9, оф. 203. **E-mail:** mediaandtrends@gmail.com