



# МедиаТренды

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

## Содержание:

<b>Колонка редактора</b> .....	1
Думая об отечественных масс-медиа, надо вспомнить одну основополагающую вещь: СМИ и журналистика всегда отражение, продукт не только своего времени, но и своего общества.	
<b>Индикаторы</b> .....	2
ТОП-20 медиасобытий в России в 2012 году, а также факты о медиаиндустрии в 2013 году	
<b>Тема номера</b> .....	4
Медиапрогнозы 2013. Взгляд экспертов (Ясен Засурский, Ольга Смирнова, Андрей Рихтер, Виталий Лейбин, Николай Богомолов, Ирина Полуэхтова, Андрей Раскин, Виктор Коломиец)	
<b>Масс-медиа: теория и практика</b> .....	6
Шеф-редактор журнала «Журналист» Мария Владимировна обещает, что все будет хорошо	
<b>МедиаКалендарь</b> .....	6
День практики на журфаке; Google следит за Санта-Клаусом; «Первый канал» вещает в HD-формате; производство цифровых данных вырастет на 200%; Wikipedia – самая толстая книга в мире	
<b>ЖЖ: жизнь журфака</b> .....	7
Медиапрогнозы от студентов	
<b>Книжные новинки</b> .....	8
Понимание медиа М. Маклюэна; Media and Culture with 2013 Update: An Introduction to Mass Communication by Campbell R., Martin R.C. & Fabos B.; Media of Mass Communication by Vivian J.	
<b>Медиатекст</b> .....	8
Владимир Славкин. Предновогоднее	



## КОЛОНКА РЕДАКТОРА

**Думая об отечественных масс-медиа, надо вспомнить одну основополагающую вещь: СМИ и журналистика всегда отражение, продукт не только своего времени, но и своего общества.**

гибичионизм, сомнению во всех авторитетах, подтачивающих чувство коллективной идентичности и веру в общие ценности, информационной избыточности, в которой зачастую не в состоянии разобраться даже очень грамотный медиапользователь.

К рождению нового позитива в 2012 г. все-таки следует отнести усиление общественного запроса на социально ответственные СМИ. Он проявился и в формировании альтернативных повесток дня в новых медиа, по которым стали жить и традиционные СМИ; и в решении о создании общественного телевидения России и включении его в первый мультиплекс цифровых каналов, а также в последовавшем назначении А. Г. Лысенко генеральным директором ОТР; и в заявлении телеканала НТВ об отказе в 2013 г. от наиболее одиозных – скандальных и безвкусных – программ в пользу программ общественно-политической тематики.

Но все-таки, думая об отечественных масс-медиа, надо вспомнить одну основополагающую вещь: СМИ и журналистика всегда отражение, продукт не только своего времени, но и своего общества. Говоря о плохой журналистике, общество все-таки говорит о себе. И чем дальше мы продвигаемся по дороге к демократическому, свободному, информационному, модернизированному обществу, тем четче мы должны понимать: наша журналистика будет такой, какой захочет видеть ее наше общество – все в целом, а не отдельные элиты, такой, чьи принципы, задачи и профессиональные ценности будут сформированы нами, гражданами и медиапрофессионалами.

*Елена Вартанова*

Тренды года ушедшего, тренды наступившего – очевидная тема для предновогоднего выпуска нашего издания. В российских СМИ в 2012 г. случилось много нового, что должно прорасти, проявиться и в 2013, и даже позже. Хочется верить, что уходящий год способствовал развитию российской журналистики, которой нелегко приходилось в последние годы. Хотя и справедливых упреков на ее долю приходилось немало. Представляется, что в трендах 2012 можно увидеть и обострение сложившихся конфликтов, и зарождение позитивных явлений.

Если вспоминать о трендах-противостояниях, то среди них, конечно, придется упомянуть обострение конфликта старых и новых медиа, в котором нет выигравших, но есть только проигравшие. Прежде всего потому, что, перестав читать газеты и отвернувшись от телевидения, молодая аудитория ушла в Интернет и социальные сети, что, несомненно, повлияло на их вовлеченность в социальные процессы и уровень социальной гражданской ответственности. Но в новой информационной среде не только обострилась мобилизационная функция СМИ, о чем, кстати, многие пока еще не думали, но и усилились манипулятивные воздействия политических спин-докторов и маркетологов на потребительское сознание юных пользователей.

Другой важный конфликт – между старой и новой медиакультурами, отражающий столкновение разных политических традиций российского общества. Закрытость, стремление к манипулированию, уверенность в наличии одной информационной «истины» противостоит открытости, зачастую переходящей в информационный экс-

## Факты:

- По прогнозу *ZenithOptimedia*, мировой рекламный рынок в 2013 г. вырастет на 4,1% и достигнет 518 млрд долл. Рост будет происходить в первую очередь за счет рынков развивающихся стран. Сообщается, что Интернет будет расти быстрее всех медиа, в основном благодаря бурному развитию социальных сетей и услуг онлайн-видео. Расширение Сети произойдет в 2013 г. на 14,6%, в то время как традиционные медиа вырастут лишь на 1,7%.
- Бюджетная поддержка российских СМИ в 2013 г. будет сокращена на 5 млрд руб. Это следует из проекта федерального бюджета, опубликованного Министерством финансов РФ. Наиболее остро сокращение финансирования на себе почувствуют производители телевизионной и радиопроизводства. Так, телеканалу «Звезда» пришлось попрощаться с бюджетным финансированием – 1,5 млрд руб. перенаправят на развитие Общественного телевидения. Бюджетные ассигнования периодической печати и информативности будут сокращены лишь на 300 млн руб.
- По данным *Millward Brown*, в 2013 г. новостные ленты *Facebook* будут выглядеть совершенно иначе, чем сейчас. На *Facebook* станет больше рекламы, и она будет масштабнее, смелее, интерактивнее и навязчивее. Бренды получат возможность стать более заметными в новостной ленте подписчиков. Свою платформу рекламных объявлений в 2013 г. также планирует запустить *Twitter*.
- Телеканал НТВ в следующем году намерен отказаться от криминальной и скандальной тематики и сделать ставку на создание качественной площадки для общественно-политических дискуссий. Кроме того, телеканал разбавит прайм-тайм сериалами в жанре мелодрамы, комедии и фантастики, а в позднее время будет показывать ситкомы и молодежные драмеди.

## ТОП-20 медиасобытий в России в 2012 году

Место в рейтинге	Событие	Заметность события
1	Учреждение в России Общественного телевидения, назначение Анатолия Лысенко генеральным директором ОТР	440,68
2	Смена состава совета директоров радиостанции «Эхо Москвы»	290,99
3	Выход «Анатомии протеста» и «Анатомии протеста-2», проверка данных по фильму «Анатомии протеста-2» Следственным комитетом РФ	200,10
4	Конфликт шеф-редактора «Новой газеты» Сергея Соколова и председателя СКР Александра Бастрыкина	188,89
5	В Нальчике убит журналист кабардино-балкарского филиала ВГТРК Казбек Геккиев	140,27
6	Смена формата: Ксения Собчак от «Дома-2», «Топ-модели по-русски» и премии «Муз-ТВ» к программе «Госдеп»	96,05
7	Депутат Илья Костунов в письме генеральному директору «Первого канала» Константину Эрнсту потребовал уволить Владимира Познера	88,13
8	Назначение Маши Гессен главным редактором «Радио Свобода», увольнения на радиостанции	67,03
9	Кадровые изменения в медиахолдинге Михаила Прохорова: Елена Мясникова и Дерк Сауэр перешли из ИД <i>Independent Media</i> в холдинг РБК, а Николай Усков возглавил медиагруппу «Живи!»	53,99
10	Министр культуры России В. Мединский порекомендовал генеральному директору НТВ В. Кулистикову снять с эфира 22 июня фильм «Служу Советскому Союзу»	50,18
11	Мультфильм «Ну, погоди» попал в категорию «18+»	46,40
12	Демьян Кудрявцев уволен с должности генерального директора «Коммерсантъ-Холдинга»	40,88
13	Планируется закрытие музыкального телеканала MTV в России в июне 2013 года	40,35
14	На церемонию вручения правительственной премии в области СМИ не пришли известные журналисты (В. Познер, Д. Быков, Д. Муратов, С. Пархоменко)	39,90
15	Роскомнадзор предложил штрафовать СМИ за использование ненормативной лексики	39,04
16	Филипп Дзядко покинул пост главного редактора журнала «Большой город»	28,73
17	Холдинг «Газпром-медиа» приобрел компанию <i>Comedy Club Production</i>	26,70
18	«Яндекс» стал собирать большую аудиторию, чем любой отдельно взятый телеканал	26,68
19	Ребрендинг «Муз ТВ», изменение формата вещания	24,30
20	«Первый канал» закрыл программу «Прожекторперисхилтон»	21,29

## МЕДИАПРОГНОЗЫ 2013

**Ясен Засурский**, президент факультета журналистики, профессор

В будущем году появятся клоны телеканала «Дождь» и новые интернет-издания подобного типа, но, может быть, несколько более раскрепощенные. На радио будут успешно соперничать деловые каналы. К сожалению, вряд ли появятся новые качественные издания в ежедневной журналистике. Но убежден, что будут развиваться качественные форматы аналитической и просветительской журналистики с акцентом на утверждение новых ценностей. Год змеи должен принести нам хотя бы одно издание, претендующее на мудрость, которую змея олицетворяет в тибетском календаре.

Надеюсь, что появятся аналоги серьезных журналов в традициях Ломоносова, Циолковского и ушедшего в этом году мастера научной мысли, доступной широкому кругу читателей, Сергея Петровича Капицы. Надеюсь, что наука оттеснит дешевую развлекательность нашей журналистики.



**Ольга Смирнова**, доцент кафедры периодической печати

Несмотря на традиционные для последних лет прогнозы о скорой и неминуемой смерти печатных газет и журналов, представляется, что диагноз был поставлен излишне категорично. Действительно, всем известно, что один из наиболее устойчивых трендов последних лет – сокращение доли печатных СМИ в структуре медиапотребления

в целом. Выход печатных СМИ на других платформах, в частности в онлайн-версиях, несколько исправляет ситуацию, но пока не решает проблемы. Необходим поиск новых форм укрепления «здоровья» периодической

печати. Интересно, что в последнее время проявился новый, довольно неожиданный тренд: возвращение некоторых изданий, изначально существовавших только в Интернете, к традиционному для СМИ виду – печатному. Например, международный интернет-сайт *Style.com*, пишущий о моде и стиле, начал выпускать бумажный журнал. В России таким примером является деловая интернет-газета «Маркер», которая также выпускает бумажный вариант в качестве приложения для газеты «Известия». Можно дискутировать о задачах, которые решают эти издания таким нестандартным способом (чаще всего это увеличение прибыли), но это свидетельствует о продолжении процесса конвергенции СМИ в новых, неожиданных направлениях. И о том, что слухи о скорой смерти бумажной прессы все же сильно преувеличены.

**Андрей Рихтер**, Бюро Представителя ОБСЕ по свободе СМИ

Наиболее важная для редакций и рекламодателей часть аудитории окончательно уходит в онлайн, а традиционные СМИ (кроме создания общего шумного фона) лишь конкурируют за право удовлетворять ее нишевые потребности. Именно за счет «продажи» читателям и зрителям тех или иных уникальных авторов, жанров и форматов у них пока сохраняется шанс развиваться. Получила свое развитие «паражурналистика», широкая возможность обсуждать на форуме и в социальных сетях события, о которых сообщают СМИ, предлагать журналистам новые сюжеты и повороты их развития.

Пока что речь идет о любительском дополнении работы редакций, а не о замене профессиональной журналистики «гражданской».

Мне кажется, что игнорирование тенденций развития новых медиа лишь ускорит сужение как поля, так и перспектив существования журналистики, а стало быть, и необходимости учить этой профессии.



## МЕДИАПРОГНОЗЫ 2013

**Виталий Лейбин, главный редактор журнала «Русский репортер»**

Рекламный рынок скорее всего продолжит медленный рост. Вряд ли следует ожидать катастрофы, но большого оптимизма тоже не чувствуется. Прогноз этого рынка зависит, конечно, и от мировой экономической ситуации (большая часть журнальной рекламы – это западные компании), и от решений внутри страны. И там и там – временное затишье. Но с 2013 г. исчезает рынок рекламы алкоголя и табака. Надежда – возрастающая активность российских компаний, которые подчас уже могут себе позволить маркетинговые расходы. В итоге – медленный рост рынка прессы без больших прорывов и новых проектов, но и без массовых закрытий. Прогноз – с точностью до некатастрофического сценария в мировой экономике.

Рынок распространения, увы, будет скорее всего развиваться слабо. Особенно мешает кампания в ряде регионов, направленная против мелкой торговли, от которой страдают и газетные киоски. Количество то-

чек продаж в России в разы меньше, чем в развитых странах. Отдельные издания будут пытаться, как всегда, в индивидуальном порядке обходить эту проблему, но реальный выход в общих системных решениях, которые не по карману ни одной отдельно взятой медиакомпания. Я не ожидаю решений в будущем году, но это не значит, что за них не надо бороться.

Интернет продолжит рост: Россия уже на первом месте в Европе по количеству интернет-пользователей. На западноевропейском рынке это будет означать продолжение медленного падения тиражей печатной прессы. А на российском рынке печатной прессы продолжится рост из-за ненасыщенности рынка качественной прессы. Интернет и печать пока на нашем рынке не конкуренты, они скорее усиливают друг друга.

Демонопользацию рынка прессы в России пока ожидать сложно, но нужно за это бороться. Прежде всего за разгосударствление рынка федерального телевидения и региональной прессы. Государственное давление на прессу продолжит быть умеренным, судя по тому, что зеленый свет и явную поддержку получают даже явно фрондерские проекты типа телеканала «Дождь».

**Николай Богомолов, заведующий кафедрой литературно-художественной критики и публицистики**

К сожалению, раздумья перед Новым годом скорее тревожные, чем оптимистические.

Внутри факультета нас, конечно, волнует судьба специализации «Художественная культура в СМИ» у бакалавров. Осенью мы будем впервые набирать студентов, и очень хочется, чтобы они были талантливые, умные, хорошо пишущие, жадные до знаний. Но будут ли? Один из моих любимых рассказов про университет – воспоминания В. А. Каверина, как он взялся писать курсовую о древнерусской повести, но вскоре понял, что без греческого языка это сделать невозможно. Втайне надеясь поменять тему, он пришел к академику В. Н. Перетцу. Тот глубоко задумался, а потом, прося, сказал: «Давайте мы ваш доклад отодвинем на пару месяцев, вы выучите греческий и все напишете». Университет должен давать стимул к знаниям, а студент, невзирая ни на какие трудности, – их добывать. Увы, нынешние программы рассчитаны на лентяев: от сих до сих, и ни минуты больше. А если прибавить к этому стабильное студенческое желание ото всего отделаться малой кровью, то и получается, что вместо реферата или курсо-

вой все чаще получаешь скачанную из Интернета ерунду. И перед всеми нами оказывается вечный, но все обостряющийся вопрос: что сделать, чтобы студент учился?

Но есть и вторая сторона дела – то, что происходит за стенами университета. Постоянные нападки на гуманитарные науки становятся все жестче, а в последнее время явно обозначилась тенденция к оргвыводам: закрыть, реорганизовать, поменять руководство. Ни один здравомыслящий человек не скажет, что все надо оставлять, как оно есть: надо и закрывать, и реорганизовывать. Только делать это должны специалисты, а не чиновники. И делать с умом, а не огулом. Понимая, что гуманитарная составляющая ничуть не менее важна, чем естественнонаучная. Надо в какой-то момент остановиться и подумать, что же мы делаем. Тут роль нашего университета, как мне кажется, и каждого из нас должна выйти на передний план.



### Ирина Полуэхтова, профессор кафедры теории и экономики СМИ, руководитель отдела социологических исследований АЦВИ

Определенно можно прогнозировать, что сохранится главный тренд – технологический. Интернет и мобильные гаджеты меняют нашу повседневность, практики медиапотребления и медиабизнес. Конкуренция и конвергенция традиционных и новых медиа определяют развитие всей сферы медиа, которая стремительно меняется и ищет ответы на вызовы цифровой эпохи. Их множество – экономические, технологические, творческие. К примеру, медиаиндустрия нуждается в новой системе измерения, адекватной кроссплатформенному медиапотреблению. Для традиционных

медиа, помимо технологической модернизации, актуальной становится более сложная, творческая задача выработки нового языка общения с поколением *digital natives*. Не все проблемы, конечно, будут решены в 2013 г. Но именно поиск ответов на цифровые вызовы останется основным драйвером медиаотрасли.



### Андрей Раскин, и. о. заведующего кафедрой телевидения и радиовещания

К ожидаемым значимым событиям в области телевидения в следующем году в первую очередь следует отнести появление нового общественного телеканала. Уже с января 2013 г. начнется подготовка для него телевизионных программ, а в мае должна состояться премьера. Сначала «Общественное телевидение России» будет распространять свой сигнал с помощью операторов кабель-

типлекса, в который войдут те телевизионные каналы, которые по разным причинам не сумели получить место в первом и втором мультиплексах, а также местные телевизионные каналы.

В жанровой структуре телеканалов, прежде всего «Первого канала», «РТР», «НТВ», «СТС», «Рен-ТВ» и «ТНТ», можно ожидать увеличение документальных проектов с учетом некоторого снижения количества телесериалов и кинофильмов. Но при этом ожидается рост числа развлекательных проектов, особенно музыкальных, которые показали высокие рейтинги в минувшем году. Также есть вероятность увеличения в эфире основных телеканалов и познавательных передач.

ного и спутникового телевидения, а в дальнейшем канал рассчитывает получить место в первом мультиплексе.

Появление во второй половине года нового качественного делового телевизионного канала «Русский Bloomberg» станет дополнением как к уже существующему телеканалу «РБК-ТВ», так и к другим телеканалам такой направленности. Еще одним событием может стать формирование третьего цифрового мульт-

Можно предположить и то, что телевизионные каналы продолжат ребрендинг и перепрограммирование с учетом изменения параметров телевизионной аудитории. На фоне развития традиционного телевидения новый импульс получают и те телевизионные проекты, которые распространяются с помощью Интернета. Так что конкуренция телевидения и Интернета, а также их взаимовлияние усилятся.

### Виктор Коломиец, заведующий кафедрой социологии журналистики, профессор, руководитель АЦВИ

В наступающем году технологические инновации останутся основным фактором, задающим как вектор преобразований в медиаиндустрии, так и его темпы. Здесь можно выделить два направления: территориальное расширение проникновения современных коммуникационных технологий (высокоскоростного Интернета, цифрового телевидения) и освоение населением новых коммуникационных девайсов. Первое создает инфраструктуру для потребления объемного, следовательно, более качественного контента. Второе меняет практику медиапотребления, делая ее более мобильной, наполненной сразу несколькими

ми экранами. В 2013 г. одновременное использование двух-трех экранов, где телевизор (обязательная составляющая ежедневного медиапотребления) дополняется стационарным компьютером, ноутбуком, планшетником или смартфоном, станет повседневностью и окажет влияние на формирование бизнес-моделей, учитывающих эти практики.





Мария Владимировна, шеф-редактор журнала «Журналист»



Все будет хорошо!

Я оптимист, и думаю, что в медиаиндустрии в 2013 г. все будет хорошо. Жизненно важные процессы идут, старое отмирает, к новому приходится привыкать, а каким-то вещам учиться. Региональные и столичные медиа развиваются по-разному. Причин этому множество –

основная, конечно, финансы. Их наличие или отсутствие влияет на темпы роста отдельного СМИ или медиахолдинга. Столичные медиа вкладываются в новые технологии – запуск мобильных приложений или версий для iPad. У регионалов нет на это средств, да если бы они и нашлись, то возникает вопрос: будет ли спрос на подобную продукцию? Многие ли подпишутся на него, если думы людей, живущих за пределами МКАД, вовсе не о том, как купить себе iPad к Новому году, а о том, что в грядущем году опять вырастут тарифы на ЖКХ, цены на бензин – а значит, продукты и жизнь в целом станут еще дороже. Где заработать денег и как выжить? Вот вопросы, волнующие большую часть населения России, в том числе и журналистскую.

Беспокоит низкий уровень подготовки тех, кто работает в СМИ – далеко не все они журналисты по образованию, а значит, и представление о нашей профессии у них зачастую превратное. Журналистике сегодня обучают все кому не лень. Окончив двух- / трехмесячные курсы, молодежь уже считает себя готовыми специалистами. Результаты такой «работы» мы видим: это и неумение написать качественный текст, и грубые нарушения этики, и неспособность потрудиться, чтобы добыть информацию. Хотелось бы, чтобы требования, предъявляемые к журналистам в СМИ, были более высокими. Тогда появится надежда на то, что престиж профессии восстановится, и ее можно будет назвать, как и раньше, «четвертой властью».

## МедиаКалендарь

На факультете журналистики МГУ прошел ежегодный день практики. Группа «Интерфакс» и факультет журналистики МГУ приняли решение о присуждении стипендии им. Б. С. Грищенко студентке 4 курса Екатерине Фоминой. Специальными призами отмечены работы Марины Бочкарёвой (2 курс), Натальи Корченковой (4 курс) и Ирины Чевтаевой (4 курс).

Источник: Интерфакс

Google запустила сервис, который позволит следить за перемещениями саней Санта-Клауса. С помощью сервиса, который получил название *Santa Tracker*, можно узнать, в каком городе находится Санта-Клаус,

куда он поедет дальше и сколько подарков он уже успел разнести. Местоположение Санты отображается на картах Google. Работать с *Santa Tracker* можно через сайт, через приложение для *Android* и через расширение для браузера *Chrome*. Google утверждает, что создала сервис в сотрудничестве с «эльфами-разработчиками» из офиса Санта-Клауса

Источник: Лента.Ру

«Первый канал» начал вещание в *HD*-формате. С простой домашней антенны на крыше ни одной передачи или фильма в формате *High Definition* посмотреть не удастся (*HD*-каналы могут показывать только *HD*-телевизоры). Кроме того,

«Первый канал» будет вещать в *HD* через спутниковые системы *НТВ+*, «Триколор ТВ», а также кабельные и *IP*-сети.

Источник: filternews.ru

Производство цифровых данных будет расти на 200% каждые два года. К 2020 г. на каждого жителя планеты, в том числе женщин и детей, будет приходиться по 5,2 Гб данных. Всего же человечество к тому времени накопит цифровой информации на 40 зеттабайт, или на 40 триллионов гигабайт. Если каждый байт представить как одну песчинку, то полученной песочной дорожкой можно будет обмотать всю планету по экватору 57 раз.

Источник: Digital Universe

Книги имеют удивительное свойство менять свои размеры и размеры своих читателей. Самой толстой книгой в мире является печатное издание *Wikipedia*. Три года назад она была издана британским дизайнером Робом Мэтьюсом. Издание толщиной полметра содержит пять тысяч страниц. Еще один рекорд книги – ее самый маленький в мире тираж – всего 1 экземпляр. А вездесущий Google подсчитал количество всех художественных, публицистических и научных трудов в мире. Оказалось, что общее количество книг на Земле составляет 129 864 880 (тираж в расчет не брался).

Источник: Московский Дом книги

ЖЖЖ



## МЕДИАПРОГНОЗЫ ОТ СТУДЕНТОВ

### Евгений Копкин

Современные ванги СМИ прогнозируют тотальное вымирание периодической печати. Так сказать, индивидуальный конец света для главного и старейшего способа передачи информации в массы. Конечно, это можно посчитать шуткой или неудачным розыгрышем, но факты и цифры говорят обратное. Традиционный бумажный вариант газет и журналов постепенно превращается в электронный формат. Прогрессивные издания создают новостные страницы в Интернете. Печатное слово сходит с дистанции, поэтому обязателен сначала контент в цифре, а потом в печати. И этот тренд новостных агентств продолжится.

После перехода бумаги в Сеть нужно задуматься о читателях. Для полного успеха придется как можно быстрее улавливать новые тенденции и понимать спрос среди аудитории. Но это не вся аудиторная проблема. Мы переживаем настоящий взрыв авторства. За всю историю человечества едва набиралось 200-300 млн авторов, а сейчас их сразу на порядок больше.

### Илона Яковлева

С каждым годом СМИ развиваются всё более стремительно. И все, начиная с правительства и закан-

чивая простыми гражданами, ждут чего-то нового и необычного от средств массовой информации. На мой взгляд, в 2013 г. изменятся аудиовизуальные СМИ – телевидение и Интернет, и интернет-СМИ будут бороться за право стать одним из ведущих разделов журналистики и продолжат отстаивать позицию самых достоверных и оперативных СМИ. Что касается газет и радио, то они, вероятнее всего, не подвергнутся сильной деформации и будут работать в стандартном режиме. Но это только предположения, потому что никто из нас не может дать точный прогноз развития СМИ. Так как на это влияют различные факторы: экономика, политика, социально-культурное развитие и др.

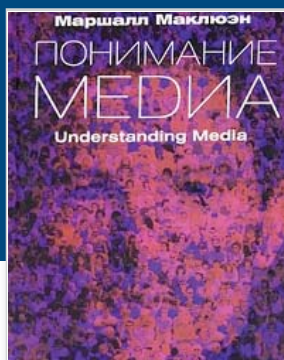
### Юлия Емельянова

Интернет начнет «дорожать». Скорее всего, крупные издания станут требовать небольшие суммы за свежие материалы. В Интернете на сайтах этих же изданий будет опция «выкупить номер в PDF за любой месяц любого года». Радио будут слушать больше, хотя бы потому, что с каждым годом пробки всё длиннее. А если серьезно, то большие перспективы ждут те радиостанции, которые смогли подстроиться под Интернет.

### Маша Кузнецова

Что год грядущий нам готовит? Во-первых, интеллектуальных шоу на нашем телевидении станет меньше, ведь буквально на днях было объявлено о закрытии программы «Самый умный» на телеканале СТС. Довольно популярная передача не дожидаясь своего десятилетнего юбилея всего-то пару месяцев. Думаю, что отсутствие шоу Тины Канделаки будет ощутимо для всех, ведь отечественное телевидение никогда не радовало нас обилием интеллектуальных программ, особенно для подростков. В этой ситуации остается только искать хоть что-то положительное и радоваться, что «Своя игра» не ушла с экранов. Во-вторых, в сегменте развлекательного ТВ все для той же молодой аудитории также произойдут существенные изменения. Телеканал MTV-Россия прекратит свое вещание, якобы уступив свою нишу новому молодежному каналу «Пятница». Но какую именно нишу займет новый канал пока неясно, ведь о его сетке вещания анонсировано совсем немного. Ясно одно – с наступлением нового сезона отечественное ТВ заметно изменится, ведь эфир покидают настоящие долгожители. А вот куда приведут эти изменения – пока неизвестно.

## КНИЖНЫЕ НОВИНКИ



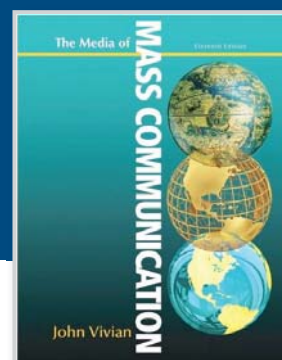
**Понимание медиа**  
Маклюэн М. (М., 2011)

Новое издание знаменитой и грандиозной по степени влияния на умы социальных мыслителей второй половины XX века работы «Понимание медиа» вышло к 100-летию со дня рождения канадского ученого и публициста Герберта Маршалла Маклюэна. Для социологов, социальных психологов и антропологов, культурологов, философов, журналистов и всех изучающих эти дисциплины.



**Media and Culture with 2013 Update: An Introduction to Mass Communication.**  
(Bedford/St. Martin's, 2012)

Сегодня мир наблюдает за стремительным изменением современного медиаландшафта. Книга «Медиа и культура» помогает осознать глубинную сущность этого процесса, выявить основные тенденции взаимодействия медиа и различных культурных контекстов.



**Media of Mass Communication (11th Edition)**  
Vivian J. (Pearson, 2012)

В обновленном одиннадцатом издании книги «Медиа массовой коммуникации» автор через анализ основных проблем и тенденций в сфере современных медиа в доступной форме отвечает на важные вопросы, с которыми могут столкнуться студенты, преподаватели, создатели медийных проектов и их потребители.

## МЕДИАТЕКСТ

**Владимир Славкин, доцент**  
кафедры стилистики русского языка



### Предновогоднее

В каждом языке есть свои универсалии – закономерности, особенности, присущие не одному какому-то уровню языковой системы, а многим. Одна из наиболее

очевидных и давно сформировавшихся – стремление к устойчивости лексики, грамматики, орфографии и пр. Благодаря этому мы можем без особых трудностей понимать написанное Ломоносовым и Пушкиным. Но в канун Новогодья, когда все в той или иной степени надеются на перемены, стоит поговорить о противоположном – об изменчивости.

Пусть изменится в лучшую сторону наше отношение к родному языку. Пусть ширится начатое по инициативе

«ТВ Центр» и «АиФ» коллекционирование грубейших ошибок в объявлениях, на вывесках, рекламных щитах, которое ведут зрители и читатели, небезразличные к окружающей языковой среде.

Пусть государственные мужи наконец поймут, что уважение к своей стране немислимо без заботы о сохранении родной речи и что умение говорить правильно не менее важно, чем умение делать.

Пусть расширяется словарный запас всего русского языка и каждого на нем говорящего.

Пусть иноязычные слова, приходящие к нам, будут вести себя прилично и не выталкивать исконно русское на обочину.

Пусть грубые и просторечные слова знают свое место.

Пусть будет склонна к изменениям самая устойчивая часть языка – фразеология, и тогда журналисты, любящие языковую игру, основанную на трансформации идиом, смогут сказать: «Язык наш – друг наш!»

**Главный редактор:** Елена Вартанова. **Шеф-редактор:** Денис Дунас. **Отв. секретарь:** Нонна Котрикадзе.  
**Фотокорреспондент:** Георгий Шликалов.  
**Над номером работали:** Арина Иванова, Людмила Круглова, Седа Степанян.  
**Дизайн:** Арина Баланцева. **Верстка:** Елена Сиротина.  
**Адрес редакции:** 125009, г. Москва, ул. Моховая, д. 9, оф. 107. **E-mail:** mediaandtrends@gmail.com  
Отпечатано в УПЛ факультета журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова



С Новым  
2013  
годом  
и Рождеством!

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