

ББК
46
Е804

Ю.М. ЕРШОВ

ОСНОВЫ ЖУРНАЛИСТИКИ И ЦИФРОВЫХ МЕДИА

УЧЕБНИК

КТО МЫ?
С ЧЕМ МЫ РАБОТАЕМ?
КАК ЭТО ДЕЛАЕТСЯ?
ДЛЯ КОГО МЫ РАБОТАЕМ

КНОРУС

BOOK.ru
ЧИТАТЬ ONLINE



Ю.М. Ершов

ОСНОВЫ ЖУРНАЛИСТИКИ И ЦИФРОВЫХ МЕДИА

Рекомендовано
Экспертным советом УМО в системе ВО и СПО
в качестве **учебника** для направлений бакалавриата и магистратуры
«Журналистика» и «Медиакоммуникации»

BOOK.ru
ЧИТАТЬ ONLINE 

КНОРУС • МОСКВА • 2025

УДК 070:004(075.8)

ББК 76+32+76.01+32.81я73

Е80

Рецензенты:

Г.Г. Шепилова, заведующая кафедрой телевидения и радиовещания факультета журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова, д-р филол. наук, проф.,

Н.В. Жиликова, заведующая кафедрой теории и практики журналистики Национального исследовательского Томского государственного университета, д-р филол. наук, доц.

Автор

Ю.М. Ершов, филиал Московского государственного университета имени М.В. Ломоносова в городе Севастополе

Ершов, Юрий Михайлович.

Е80 Основы журналистики и цифровых медиа : учебник / Ершов Ю.М. — Москва : КНОРУС, 2025. — 336 с. — (Бакалавриат и магистратура).

ISBN 978-5-406-14187-8

Предназначен для введения в специальность и получения базовых знаний по направлению «Журналистика». Рассматривается природа коммуникатора, специфика журналистской корпорации, предмет журналистской деятельности, индустриальные особенности производства контента на разных медиаканалах, эффекты восприятия медиатекста и обратная связь с аудиторией СМИ.

Помимо традиционных каналов массовой коммуникации широко представлен и опыт новых медиа: цифровых платформ, социальных сетей, видеохостингов. Основан на рассмотрении проблемных ситуаций. По каждой теме даны контрольные вопросы для самостоятельного изучения.

Соответствует ФГОС ВО последнего поколения.

Для студентов бакалавриата и магистратуры, обучающихся по направлениям «Журналистика» и «Медиакоммуникации».

Ключевые слова: журналистика; массовая коммуникация; СМИ; новые медиа; медиаобразование.

554767

УДК 070:004(075.8)

ББК 76+32+76.01+32.81я73

БИБЛИОТЕКА

ФГАОУ ВО

Сибирский федеральный

университет

Ершов Юрий Михайлович

ОСНОВЫ ЖУРНАЛИСТИКИ И ЦИФРОВЫХ МЕДИА

Формат 60×90/16. Гарнитура «Newton».

Усл. печ. л. 21,0. Уч.-изд. л. 20,2.

ООО «Издательство «КноРус».

117218, г. Москва, ул. Кедрова, д. 14, корп. 2.

Тел.: +7 (495) 741-46-28.

E-mail: welcome@knorus.ru www.knorus.ru

Отпечатано в полном соответствии с качеством предоставленных материалов в ООО «Фотоэксперт». 109316, г. Москва, Волгоградский проспект, д. 42, корп. 5, эт. 1, пом. 1, ком. 6.3-23Н

© Ершов Ю.М., 2025

© ООО «Издательство «КноРус», 2025

ISBN 978-5-406-14187-8

ОГЛАВЛЕНИЕ

ПРЕДИСЛОВИЕ.....	7
ГЛАВА 1. КТО МЫ?.....	12
1.1. Феномен журналистики и многозначность этого понятия.....	12
1.2. Журналистика как бизнес и рыночно-обусловленная деятельность.....	19
1.3. Журналистика как общественная деятельность и активизм....	23
1.4. Журналистика как литературное творчество. Журналистский фриланс и блогинг.....	28
1.5. Журналистика как социальный институт.....	34
1.6. Функции журналистики и профессиональные роли журналиста.....	40
1.7. Принципы журналистской деятельности.....	45
1.8. Этика журналистской профессии.....	51
1.9. Типология журналистики.....	55
1.10. Модели журналистики.....	59
1.11. Система СМИ: индустриальные медиаканалы, направления и тематические сферы журналистики.....	69
1.12. Редакция СМИ как фирма. Зачем она нужна и как может быть прибыльной?.....	73
1.13. Журналистские организации и журналистская корпорация....	77
1.14. Журналистский корпус современной России: профессиональная статистика и социологическое изучение ...	81
1.15. Система журналистского образования и рынок журналистского труда в России.....	85
1.16. Изменение профессиональных ролей в условиях цифровизации информационных процессов.....	91
ГЛАВА 2. С ЧЕМ МЫ РАБОТАЕМ?.....	97
2.1. Формирование массовой аудитории через удовлетворение информационных потребностей читателя, зрителя и слушателя. Социологический подход к измерению журналистского труда.....	98
2.2. Составление информационной повестки дня и создание коммуникации между народом и властью. Политологический подход к изучению журналистской деятельности.....	103

2.3. Телевизионные зрелища в контексте культурных исследований	109
2.4. Филологические и лингвистические подходы к изучению журналистских произведений	114
2.5. Информация как первоэлемент журналистского поиска. Новость и критерии новостного сообщения	118
2.6. Аналитика и объяснительная журналистика	123
2.7. Картинки жизни и образы прошлого и современности как элементы содержания художественной публицистики. Принципы образного письма	127
2.8. Медiateкст и дискурс	132
2.9. Жанр в журналистике.....	137
2.10. Формат как вещательная концепция и порождающая модель медiateкста	143
2.11. От замысла до выхода в свет: этапы творческого процесса и методы журналистской работы.....	147
2.12. Язык СМИ и понятие авторского стиля.....	152
2.13. Содержание и форма журналистского произведения.....	155
2.14. Топология журналистского текста и способы репрезентации места репортерского описания	161
2.15. Герой нашего времени и образ современника в медiateкстах	166
2.16. Критерии оценки журналистской работы и качества журналистского текста.....	170
ГЛАВА 3. КАК ЭТО ДЕЛАЕТСЯ?	176
3.1. Понимание журналистики как медиапроизводства, индустрии и рыночного пространства.....	177
3.2. Влияние каналов, платформ и технических новшеств на структуру творческого процесса и конфигурацию методов работы журналиста	181
3.3. Печатные издания — исторически первая отрасль медиаиндустрии. Специфика работы журналиста в редакциях газет и журналов.....	185
3.4. Своеобразие работы журналиста в изданиях разного типа	190
3.5. Специфика работы журналиста в информационном агентстве. Стандарты письма информационных агентств	195
3.6. Место и роль радио в современных медиапрактиках. Работа журналиста на радио.....	199
3.7. Вещание в социальных сетях и на стриминговых платформах. Подкаст как форма интернет-вещания	203
3.8. Работа журналиста в производящих телекомпаниях: специфика разделения труда. Многообразие телевизионных специализаций и профессиональных ролей на ТВ	207
3.9. Природа телевидения и язык экранных искусств. Телевизионность как профессиональное требование к журналистскому продукту на ТВ.....	211

3.10. Форматы и форматное мышление на телевидении.....	216
3.11. Новые медиа и продукты интернет-коммуникаций. Цифровые форматы — представление журналистского контента. Переосмысление жанров и цифровой сторителлинг.....	219
3.12. Жанры и форматы цифровых медиа. Как это делается в диджитал-журналистике: лонгрид, подкаст, стримы.....	224
3.13. Дата-журнализм. Открытые порталы данных. Обработка данных и краудсорсинг. Инструменты для анализа и визуализации данных.....	229
3.14. Этапы медийного производства: от идеи до выпуска. Специфика информационных продуктов и услуг. Жизненный цикл продукта. Медиахолдинг как интеграция производственных и сбытовых структур.....	233
3.15. Партнеры и стейкхолдеры медийных компаний.....	239
3.16. Оценка результативности редакционной деятельности СМИ. Медиаизмерения и рейтинговые службы. «Гамбургский счет» в журналистской корпорации.....	246

ГЛАВА 4. ДЛЯ КОГО МЫ РАБОТАЕМ 251

4.1. Читатель как адресат публикаций. Журналистская ответственность перед читателем.....	252
4.2. Модели взаимоотношений СМИ и аудитории. Типология авторских практик в зависимости от отношений с читающей публикой.....	256
4.3. Деловая пресса: специфика обслуживания рынков и корпораций. Корпоративные и ведомственные издания: работа журналистов в нишевых специализированных редакциях.....	259
4.4. Журналистика и третий сектор: работа с общественностью и деятельность в составе некоммерческой негосударственной организации (НКО).....	263
4.5. Работа журналиста на органы власти: государственная печать и правительственные коммуникации. Специфика журналистской деятельности в казенных изданиях и на федеральных каналах.....	269
4.6. Журналистика в системе отношений личности и государства.....	273
4.7. Эффекты восприятия и эффекты воздействия журналистского сообщения. Понятие эффективности, действенности работы СМИ и проблемы дисфункций в массмедиа.....	277
4.8. Аудиторная социология и медиаметрия. Задачи и методы изучения читательского поведения. Критика методов рейтинговых служб.....	283
4.9. Организация «домашней» социологической службы в редакции СМИ и работа со сторонними исследовательскими организациями.....	288

4.10. Аудитория как автор медийных текстов и их распространитель. Работа журналиста с пользовательским контентом. «Мобильный репортер» и другие форматы вовлечения аудитории в народную журналистику.....	292
4.11. Как научиться разговаривать с аудиторией СМИ и завоевать лояльных пользователей?	297
4.12. Новостные и тематические сообщества в социальных сетях и роль журналиста во взаимодействии с сетевыми группами	302
4.13. Нарушения профессиональных норм отношений с читателем. Манипулятивные технологии: скрытая реклама и пропаганда как противники журналистики.....	307
4.14. Фейковые новости и феномен постправды. Проблема медиаграмотности и распознавания фальсификаций в медиатекстах	312
4.15. Человек медийный. Чтение, слушание и просмотр как социокультурные практики. Прогнозы медиапрактик будущего.....	318
4.16. Перед летней производственной практикой. Как полюбить своего читателя и научиться с ним разговаривать? Практика в редакции СМИ как ваш личный проект	322
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	328

ПРЕДИСЛОВИЕ

Перед вами книга, предназначенная для введения в специальность. Это азбука журналистики и справочник для начинающих работать в медиаиндустрии. И прежде всего это учебник, т.е. учебное издание, выпущенное для студентов факультетов, отделений и кафедр журналистики. Но и для всех тех, кто хотел бы повысить свою медиаграмотность, кто хотел бы разобраться в том, как устроен медийный мир. Хочется верить, что книга будет интересна преподавателям журналистики и разных коммуникативных дисциплин как еще одна версия журналистской пропедевтики (вводный курс, систематически изложенный в сжатой и элементарной форме).

Многолетнее преподавание в университете убедило меня в том, что даже самый лучший курс лекций не отменяет учебника как путеводителя студента по массиву знаний об изучаемой области деятельности. Современные студенты не слишком загружают свою оперативную память, надеясь на необъятные интернет-ресурсы и поисковики. По этой же причине навыки конспектирования лекций на наших глазах утрачиваются. А значит, в процессе подготовки к зачетам и экзаменам сталкиваются с неизбежными трудностями в систематизации знаний.

В идеале каждый лектор, разработавший авторский курс, должен представить собственный учебник. И если бы у преподавателей было больше времени на подобное творчество, каждый и написал бы такую книгу. Лично мне понадобилось 35 лет преподавания, чтобы осмыслить вводный курс как цельное высказывание. Отчего же так много? В эти три десятка лет вместились смена общественного строя и революционные изменения в профессии, связанные с появлением иных моделей журналистики и невиданных доселе отрядов прессы.

Какие задачи я ставил в разработке учебника? Я стремился доказать, что журналистика — это вечный труд и необходимая миру работа, а не просто хроника дня или информирование о текущих событиях. Люди, избравшие это направление подготовки, должны знать, что это такая же важная для социума профессия, как и врач, например, или учитель. И мне хотелось бы морально поддержать этих юных авторов (сегодня это почти исключительно девушки), которые решили стать

журналистами не в самый лучший для массмедиа период. В истории журналистики были и похуже времена, но они рано или поздно проходят, а крылья у журналистов отрастают вновь.

Моей целью стало сведение многочисленных сведений о разных аспектах журналистской деятельности в цельную картину и единый нарратив. Эту симфонию нужно было представить в одной точке и провести из этого центра линии профессиональной этики, организации работы редакции, медийного бизнеса и т.п. Точка отсчета искалась довольно-таки долго, но она нашлась в определении журналистики как профессиональной деятельности по сбору, обработке и распространению с помощью СМИ актуальной информации.

Предельно кратко о журналистике можно рассказать, называя те действия, которые каждый журналист совершает (поиск новостей, анализ данных, трансляция сообщений). Однако важно охарактеризовать субъекта коммуникации (журналиста и его редакцию) и адресата (аудиторию и ее отношения с коммуникатором). По сути, это описывается в известной схеме Гарольда Лассуэлла: кто передает? Что передает? По каким каналам? Кому передает?

Однако формула Лассуэлла слишком прямолинейна, механистична и как бы очищена от «мук слова» творческой личности журналиста. Если ее брать за кратчайшую запись коммуникационного акта, надо будет внести в нее принципиально многовариантный творческий характер журналистской работы, чтобы стала понятна профессиональная специфика этого акта. Ведь и врач опрашивает пациента, и следователь ведет допрос подозреваемого, однако все это не журналистское интервью.

Структура учебника определена задачей представить последовательность актов коммуникации, насыщая ее спецификой журналистского творчества и медийного бизнеса.

Первая глава посвящена ответу на вопрос «Кто мы?». Если одной фразой, то можно ответить: «Мы — профессиональные коммуникаторы, журналисты и редакции СМИ». В шестнадцати параграфах первой главы объясняется, что значит быть журналистом, какие бывают журналисты, что их отличает от политических активистов и блогеров. Центральное место в этой главе принадлежит параграфам, в которых излагаются профессиональные нормы и принципы, корпоративные стандарты и дилеммы морального выбора журналиста. По нашему убеждению, именно этика журналиста принципиально отличает представителей нашей профессии от других коммуникаторов и информаторов.

Вторая глава учебника отвечает на вопрос «Что мы делаем?». И этот ответ неоднозначен, поскольку в журналистике много профессиональных ролей и обязанностей. Журналисты создают свою аудиторию, журналисты

создают общественное мнение, журналисты формируют повестку дня и в какой-то степени картину мира у своих читателей и зрителей. Но все эти долгосрочные эффекты воздействия достигаются журналистами через медиатекст. Именно медиатекст в широком понимании (вместе с видеорядом и звучащей речью) является непосредственным продуктом журналистского творчества, подлежащим изучению.

У медиатекстов есть своя индустриальная специфика, которая зависит от медиаканала. На одних факультетах журналистики с первых недель обучения студента погружают в эту индустриальную и платформенную специфику. На других не принята ранняя специализация, и студента в первый год обучают журналистике вообще, а не телевизионной и не газетной журналистике. Автор учебника — сторонник универсальной журналистики — считает, что специализация наиболее полезна только на выпускном курсе после прохождения двух практик.

Во второй главе речь идет не о телевизионном сюжете и не о газетной заметке, а о медиатексте, который имеет кроме индустриального характера композиционное членение, сюжетный ход, стилевые особенности и многое другое, что является предметом журналистского творчества (те самые муки слова).

«Как мы это делаем?» — третья глава учебника, которая углубляется в индустриальную специфику медиаканалов и показывает, что на телевидении текст имеет принципиально иные характеристики, нежели текст газетный. На ТВ текст или закадровый, или синхронный. Но и в том и в другом случае он взаимодействует с видеорядом, который создается вашим партнерами по редакционному заданию — оператором, а потом еще и видеоинженером на монтаже. То же и с газетно-журнальными публикациями, подготовка которых имеет свои производственные особенности, связанные с издательским циклом и полиграфическим исполнением продукта.

Третья глава учебника представляет журналистику как авторскую работу и как производственную деятельность в творческих коллективах. Важно понять, как взаимодействует журналист с коллегами, и показать этапы медийного производства (от замысла до выпуска). Эти знания прежде давались в курсе «Организация работы редакции», а нынче содержатся в курсе «Экономики СМИ», который читается на последних годах обучения. Однако и первокурсникам, не прошедшим ни одной производственной практики, важно понимать, что это целая отрасль, в которой им предстоит найти свое место.

Последняя глава учебника посвящена аудитории и взаимоотношениям редакций с читателями. Нельзя сказать, что прежде в учебниках по основам журналистики ничего не говорилось об обратной связи.

Говорилось, хотя и без детализации. Вероятно, подробности опускались в расчете на то, что в курсе «Социология СМИ» студенты узнают все о последнем акте коммуникационного процесса: восприятии и воздействии журналистского слова. На мой взгляд, эта финишная часть журналистской работы незаслуженно умалялась и отдавалась на откуп социологам. Это стало ахиллесовой пятой отечественной журналистики. Редакции СМИ, надо признать, не умеют и не любят налаживать обратную связь с читателями, часто игнорируя мнения аудиторных групп о контент-политике. Разумеется, это сказывается на доверии публики к фигуре журналиста и к его труду.

Что я ожидаю от читателя этой книги? Отклика прежде всего. Книга должна совершенствоваться, исправляться и дополняться, что возможно только при наличии обратной связи. Я жду от читателя достраивания текста учебника своим личным опытом медиапрактик. Учебник всегда похож на скелет (нормативность теории выпирает из него, как ребра из дохлой лошади). Читатель призван нарастить плоть на этот костяк и оживить своими примерами авторские тезисы и формулы. Чему должен научиться читатель? Возможно, кто-то ждет от меня описания компетенций. Должен знать то-то, уметь то-то и владеть тем-то. Признаюсь, что считаю такой подход не слишком эффективным. Студенты приходят с разным бэкграундом, и на выходе у них тоже получаются разные конфигурации знаний и умений. Каждый возьмет из курса столько, сколько ему нужно и сколько он сможет унести. Если читатель после прочтения книги от корки до корки снимет свои розовые очки и начнет воспринимать журналистику реально — как труд, как поступок или служение, этого уже будет достаточно.

Содержание учебника может показаться на первый взгляд чрезмерно дробным: 64 параграфа. Но, во-первых, это содержание рассчитано на два года занятий. Месяц за месяцем «грызть» одну тему было бы скучновато. А во-вторых, такая подробная структура позволяет сделать каждый параграф учебника не слишком объемным, обозримым. Я стремился удержать разговор на каждую тему в пределах семи страниц или получаса неспешного чтения. В полной мере осознаю свою ответственность как лектор самого большого в учебном плане курса, занимающего четыре семестра. Журналистский цикл дисциплин начинается с этого курса и задает тон в овладении дисциплинами всех других циклов. Этот курс дает самые общие и принципиальные характеристики журналистики как профессии, раскрывает базовые законы и закономерности журналистского творчества. Он как импринтинг создает у вступающих в профессиональный мир представление о том, кто мы есть и ради чего мы здесь. Это страшно ответственно учить тому, что должно быть в журналистике.

Основы журналистики — это понятно. А почему в заглавии указаны и цифровые медиа, спросит внимательный и дотошный читатель. Цифровые медиа — это уже и не журналистика? Да, это перспектива, к которой надо быть готовым. Это постжурналистика, которая только рождается и сосуществует с традиционными медиаканалами, но в будущем изменит лицо нашей профессии. И мне не хотелось бы предстать генералом, который готовится к прошлой войне и учит новобранцев побеждать тем оружием, которое никогда уже не будет использовано, потому что морально устарело.

Мне помогли в подготовке этой книги к изданию, и я должен выразить благодарность многим людям. Это мой мудрый учитель — Юрий Николаевич Мясников, который за руку привел меня в журналистскую науку и поддержал мои первые публикации. Это мой научный руководитель — Семен Моисеевич Гуревич, автор учебников «Организации работы редакции» и «Экономики СМИ». Это мой научный консультант — Елена Леонидовна Вартанова, без которой я не написал бы докторскую диссертацию и ряд трудов по региональному телевидению.

Это мой друг и коллега по кафедре — Галина Германовна Щепилова, пригласившая меня в МГУ и продлившая мою преподавательскую активность. Это мой литературный агент — Эдуард Владимирович Михальский, который несколько лет назад предложил издать в московском издательстве учебник и много раз соглашался перенести срок сдачи рукописи. Спасибо и всем коллегам, которые читали мою рукопись, высказывая замечания и предложения по редактированию текста. Особая благодарность талантливым и думающим студентам, в диалоге с которыми уточнялись некоторые положения этого учебника.

Надеюсь, книга послужит не одному выпуску студентов, сохраняя свою жизненность и тогда, когда программы искусственного интеллекта с чат-ботами начнут всерьез конкурировать с журналистами за право формировать ленты новостей и вести диалог с их читателями.

Автор