

китайских СМИ показывает, что древние идеологемы меняют содержание и используются, как минимум, для трёх целей:

1. Обоснования легитимности идеологии марксизма-ленинизма (причём как в контексте революции, так и образа светлого будущего);
2. Сглаживания межэтнических противоречий в многонациональном китайском государстве;
3. Как альтернативы глобализации в её западном варианте.

ЕЛЕНА МЕЛЬНИКОВА

mel05@ukr.net

ассистент кафедры социальных коммуникаций
Мариупольский государственный университет
(Украина)

**Диссидентская коммуникация как альтернативный
источник информации (на примере Советской
Украины)**

В Советском Союзе запустили контркультуру, чтобы избежать контрполитики после периода «хрущевской оттепели». Протестные настроения были направлены в литературу, публицистику, искусство.

Среди диссидентских коммуникаций в Советской Украине были нелегальное радиовещание станций «Свобода», «Голос Америки», самиздат, организация запрещенных арт-выставок, творческие клубы, «кухонные» разговоры.

Несмотря на контроль со стороны КГБ за деятельностью неформальной прессы, общественных организаций, публичными выступлениями шестидесятников, диссидентские медиа во времена перестройки увеличили количество своих приверженцев

среди советской аудитории. Некоторые признаки этой коммуникации присутствуют и в современных интернет-СМИ (анонимность комментариев, сообщений, альтернативные потоки информации, в частности WikiLeaks т.п.). Поэтому дальнейшая перспектива исследования состоит в сравнении этих медиа как альтернативных источников информации.

Как считает С. Кара-Мурза, диссидентство зародилось в 1960-е, а 1970-е гг. стало важным явлением общественной жизни, представители которого стали альтернативной стороной тоталитарной системы, работали на контрастах, в новых течениях, как «творческое меньшинство», при этом использовали инфраструктуру официальной системы, цитировали идеологов коммунизма и т.д. Влияние диссидентов очевидно с учетом спирали молчания (Э. Ноэль-Нойман), т. к. информация самиздата распространялась не только с помощью «голосов» нелегальных радио, но и среди представителей интеллигенции, которые продолжали нести идеи в массы.

А. Грамши писал об утрате государственной гегемонии как процесса изменения общественного мнения и сознания каждого гражданина, трансформации его мира символов, культурной основы общества, на чем основана коллективная воля к сохранению порядка. Поэтому интеллигенция является главным фактором в установлении и подрыве гегемонии, ведь именно ее представители создают и распространяют в обществе идеологии. Для этого в СССР использовалась ритуализация сообщений.

Диссидентская коммуникация как альтернативный источник информации в СССР, несмотря на препятствия, «глушения», репрессии, столкновения с доминирующей моделью информации, влияла на советское информационное пространство. Методы и приемы информационного противостояния диссидентства официальным СМИ тоталитарного государства оказались

результативными (создание общественных, правозащитных движений, политических организаций, популяризация альтернативных медиа).

ЕЛЕНА МОИСЕЕВА

Канд. пед наук, ст.преп. кафедре ТП ЭСМИ

Эффективность телевизионной рекламы

Телевизионная реклама считается наиболее эффективным способом донесения информации до потребителя. Телевидение охватывает самые широкие слои населения, даже те, которые остаются за пределами влияния других средств массовой коммуникации. В пользу особой степени воздействия телерекламы говорит и синкретичность телевизионного образа в рекламе, осуществляющего комплексное воздействие на телеаудиторию. Характеристики телевидения, определяющие специфику воздействия телеобраза в рекламе, - вездесущность (способность охватить любые территории в зоне действия передатчика), экранность (движущиеся изображения сопровождаются звуком), simultанность (одновременность наблюдения и трансляции), непосредственность (одновременность действия и отображения его на экране.)

Реклама является одним из ведущих традиционных способов финансирования телевидения. Телевидение сегодня как одно из самых затратных, так и одно из самых прибыльных СМИ, что во многом определяется рекламными бюджетами телекомпаний. Е.Л. Вартанова называет следующие экономические особенности телевидения (1):

1) эффект масштаба производства заставляет телеканалы стремиться к постоянному увеличению, т.е. максимизации аудитории;

СОЮЗ ЖУРНАЛИСТОВ РЕСПУБЛИКИ ТАТАРСТАН
«ЕВРАЗИЯ-МЕДИА-ЦЕНТР»
(ШКОЛА БИ-БИ-СИ-ЕКАТЕРИНБУРГ)
ОБЩЕСТВО ВОСТОКОВЕДОВ РОССИИ
САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
СЕРВИСА И ЭКОНОМИКИ
КАФЕДРА ЖУРНАЛИСТИКИ
КАЗАНСКИЙ (ПРИВОЛЖСКИЙ) ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИНСТИТУТ ВОСТОКОВЕДЕНИЯ И МЕЖДУНАРОДНЫХ ОТНОШЕНИЙ
ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛИСТИКИ И СОЦИОЛОГИИ
КАФЕДРА ТЕОРИИ И ПРАКТИКИ ЭЛЕКТРОННЫХ СРЕДСТВ
МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ

*К 50-летию журналистского образования
в Казанском университете
и 10-летию кафедры теории и практики
электронных средств массовой информации
Казанского (Приволжского) федерального университета*

**МУЛЬТИМЕДИЙНАЯ ЖУРНАЛИСТИКА
ЕВРАЗИИ-2012:**

*международные медиапроекты,
глобальные Сети и информационные тренды Востока и Запада*

Программа и сборник тезисов
VI Международной научно-практической конференции
Казань, 12-14 декабря 2012 года

MULTIMEDIA JOURNALISM OF EURASIA-2012:
*International media projects,
global Networks and information trends of the East and West*

Program and thesis collection
Of VI International scientific and practical conference

Казань 2012

УДК 070
ББК

Редактор:
Наговицина Т.А.

Технический редактор:
Аминов А.Л.

Мультимедийная журналистика Евразии-2012:

международные медиапроекты, глобальные Сети и информационные тренды Востока и Запада.

Программа и сборник тезисов VI Международной научно-практической конференции. Казань, 12-14 декабря 2012 года. - Казань: Издательство Казанского университета, 2012. – 87 с.

Multimedia journalism of Eurasia-2012:

International media projects, global Networks and information trends of the East and West.

Program and thesis collection of VI International scientific and practical conference. Kazan, 12-14 December 2012. - Kazan: Kazan University, 2012. - 87p.

СОДЕРЖАНИЕ

ОРГАНИЗАТОРЫ И ПАРТНЁРЫ КОНФЕРЕНЦИИ	- 2 -
ПРОГРАММА	- 3 -
ПРОГРАММА ПЛЕНАРНОГО ЗАСЕДАНИЯ	- 6 -
ИНФОРМАЦИЯ О СЕКЦИЯХ	- 8 -
Секция I. Международные медиапроекты.....	- 8 -
Секция II. Глобальные сети и информационные тренды Востока и Запада.....	- 10 -
Секция III. Медиаобразование в контексте мультимедийной журналистики	- 14 -
Секция IV. История журналистики и мультимедийность.....	- 15 -
ТЕЗИСЫ УЧАСТНИКОВ КОНФЕРЕНЦИИ	- 18 -
РОМАН БАКАНОВ	- 18 -
<i>Функции телекритики в «Комсомольской правде»</i>	<i>- 18 -</i>
РАМЗИЯ БИКЧЕНТАЕВА.....	- 20 -
РУШАН ЗИАТДИНОВ.....	- 20 -
<i>Использование компьютерной анимации в преподавании корейского языка студентам журналистских специальностей.....</i>	<i>- 20 -</i>
АЛЕКСАНДР БУШЕВ	- 22 -
<i>Дискурс европейской идентичности</i>	<i>- 22 -</i>
ВЛАДИСЛАВ ВАТУТИН.....	- 24 -
<i>Трансформация жанра «проповедь» в медиапространстве</i>	<i>- 24 -</i>
АЛЬСИНА ГАЗИЗОВА.....	- 26 -
<i>Тенденции развития прессы с постсоветского периода -</i>	<i>- 26 -</i>
-	
АЛЕКСАНДР ГРАДЮШКО.....	- 28 -
<i>Становление и развитие веб-журналистики Беларуси в условиях конвергенции информационного пространства .</i>	<i>- 28 -</i>

ВЛАДИМИР ГРИСЮК	29 -
<i>Элементы публицистики в романе-памфлете Лины Костенко «Записки украинского сумасшедшего»</i>	29 -
МАРИНА ГУРЫЛЁВА.....	31 -
<i>Этика рекламы фармацевтической и парафармацевтической продукции</i>	31 -
ЕЛЕНА ДОРОЩУК.....	32 -
<i>Функционально-психологические особенности вечернего телеэфира: фрейм игры</i>	32 -
ОЛЕГ ЗЫКОВ.....	34 -
<i>«Инновация – 2012» в журналистике: общественно-политическое издание</i>	34 -
ИРИНА КАРАПЕТОВА	37 -
<i>Успех журнала Vogue после окончания I Мировой войны</i> -	37 -
-	
ВАЛЕРИЯ КАРПИЛЕНКО.....	38 -
<i>Телевизионный новостной сюжет как разновидность новостного дискурса. Его методы влияния на современную аудиторию</i>	38 -
ПЕТР КИРИЧЁК	40 -
<i>Массовая информация в сфере политики</i>	40 -
СВЕТЛАНА КЛИМУК	42 -
<i>Коммуникационное сопровождение международной деятельности экспортной компании «алтайские мельницы» в интернете</i>	42 -
ИНДИРА МАГДАНОВА	44 -
<i>Аналитическая корреспонденция как телевизионный жанр</i>	44 -
ДМИТРИЙ МАРТЫНОВ.....	46 -
<i>Конфуцианство, «Великое Единение» и язык китайских СМИ</i>	46 -
ЕЛЕНА МЕЛЬНИКОВА	48 -
<i>Диссидентская коммуникация как альтернативный источник информации (на примере Советской Украины)</i> ... -	48 -
48 -	
ЕЛЕНА МОИСЕЕВА	50 -