

РЫНОК ЖУРНАЛИСТСКОГО ТРУДА: ЗАПРОСЫ РАБОТОДАТЕЛЕЙ (НА ПРИМЕРЕ МЕДИАСИСТЕМЫ ДАЛЬНЕГО ВОСТОКА)

Н. А. Аргылов

Дальневосточный федеральный университет

Е. В. Фомина

Северо-Восточный федеральный университет им. М. К. Аммосова

Поступила в редакцию 8 июля 2022 г.

Аннотация: в статье изучается дальневосточный рынок журналистского труда в контексте востребованных функциональных ролей, предъявляемых работодателями. На основе данных рекрутинговых сайтов были рассмотрены и проанализированы выдвигаемые требования, установлены закономерности между требованиями работодателей и должностями, с целью их последующей интерпретации. Для решения поставленных задач авторы использовали методы сравнительного анализа, контент-анализа и логического обоснования. В рамках исследования проведен обзор научных работ зарубежных и отечественных авторов, посвященных проблемам трансформации традиционных профессиональных навыков журналиста и востребованности специалистов медиапространства в условиях цифровизации экономики. Проанализированы и систематизированы данные порталов интернет-рекрутмента HeadHunter и Rabota.ykt.ru в разрезе двух регионов ДФО, сконцентрировано внимание на актуальных требованиях, выдвигаемых работодателями в отношении необходимых для трудоустройства компетенций, знаний и навыков.

Ключевые слова: рынок журналистского труда, рынок труда, профессиональные компетенции журналиста, компетенции журналиста, навыки журналиста.

Abstract: the article studies the Far Eastern market of journalistic labor in the context of the demanded functional roles presented by employers. On the basis of data from recruiting sites, we examined and analyzed the requirements put forward, established patterns between the requirements of employers and positions, in order to further interpret them. The authors used methods of comparative analysis, content analysis, and logical reasoning to solve the problems. As part of the study, a review of scientific papers by foreign and domestic authors on the transformation of traditional professional skills of journalists and the demand for media professionals in a digitalized economy was conducted. Data from the online recruitment portals «HeadHunter» and «Rabota.ykt.ru» were analyzed and systematized in the context of the two regions of the FEFD, focusing on the current requirements put forward by employers with respect to the competencies, knowledge and skills necessary for employment.

Keywords: journalistic labor market, labor market, professional competencies of a journalist, competencies of a journalist, skills of a journalist.

Масштабные изменения, такие как развитие цифровых технологий, цифровизация экономики, алгоритмизация, оказывают глубокое и преобразующее влияние на рынок труда. Подобные преобразования создают определенные проблемы, в том числе и в области трудовых отношений, остро встает вопрос об определении идентичности и функций той или иной профессии. Формирование сквозных, сверхпрофессиональных компетенций неизбежно в условиях трансформации рынка труда [1]. Медиаиндустрия

не является исключением, и конвергенция в медиа диктует необходимость развивать разные наборы навыков, от базовых или так называемых ремесленных до универсальных, которые актуальны в разных предметных областях [2].

Важным направлением для научных исследований становятся проблемы востребованности тех или иных функций медиаспециалистов. Исследователи изучают вопросы трансформации традиционных профессиональных навыков [3–7]; трансформацию запросов аудитории как требование отклика профессиональной журналистики [8–10]; проблемы несоответствия между получаемой квалификацией и фактическими условиями работы [11–13]; перспективы роботизации и замены части журналистского труда [14–16].

¹ Статья подготовлена в рамках гранта Президента РФ МК-5795.2021.2.

Нельзя не отметить тот факт, что кардинальные изменения журналистики как профессии создают условия и для изменений в понимании роли и функций журналистов. Об этом также говорится в исследовании, проведенном Союзом журналистов России совместно с компанией HeadHunter (hh.ru). В 2019 г. в рамках совместного изучения профессии «журналист» на российском рынке труда были определены запросы, которые формируют работодатели к знаниям и умениям соискателей [17] и сделаны выводы о том, что, несомненно, в эпоху развития цифровых технологий базовые компетенции все так же важны, однако очевидно, что трансформация профессии требует и новых знаний.

Опираясь на теоретические концепции и исследования экспертов, мы предприняли попытку проанализировать некоторые аспекты функционирования рынка журналистского труда на Дальнем Востоке. Интересным представляется изучение регионального медиарынка в контексте происходящих в медиaprостранстве процессов развития информационно-коммуникационных технологий, в частности большой интерес вызывают профессиональные роли журналистов, востребованные сегодня на рынке труда в условиях конвергенции и внедрения современных технологий.

Методология исследования. Отправным эмпирическим материалом для нашего исследования послужили вакансии, размещенные на платформах HH.ru и Rabota.ykt.ru. Было принято решение акцентировать внимание на двух регионах Дальнего Востока — Республике Саха (Якутия) и Хабаровском крае. Сплошное наблюдение велось в период с 15 октября по 26 ноября 2021 г. и с 21 марта по 13 мая 2022 г. Мониторинг проходил в два этапа, что позволило составить более точное представление о состоянии рынка журналистского труда выделенных регионов, а также сконцентрировать

внимание на актуальных требованиях, выдвигаемых работодателями в отношении необходимых для трудоустройства компетенций, знаний и навыков. Был проведен контент-анализ 30 вакансий опубликованных на сайтах интернет-рекрутинга в категориях «Искусство, развлечения, массмедиа» (HH.ru) и «СМИ и полиграфия» (Rabota.ykt.ru), выделены необходимые фрагменты информации для изучения востребованных журналистских функций. Условно дифференцированы навыки и компетенции, указанные в вакансиях, выявлены доли базовых, межпрофессиональных и личных навыков, востребованных на рынке труда. Кроме того, проведен количественный анализ вакансий, установлены закономерности между требованиями работодателей и должностями, с целью последующей интерпретации выявленных закономерностей. При этом была поставлена задача максимально изучить и проанализировать разнообразие выдвигаемых требований.

Ввиду временных ограничений и лимитов выборки данное наблюдение носило разведывательный характер. Тем не менее результаты, полученные на ограниченном эмпирическом материале, на наш взгляд, позволили осветить ситуацию на рынке журналистского труда Республики Саха (Якутия) и Хабаровского края в контексте востребованных функциональных ролей. В частности понять, какие навыки для каких должностей востребованы на медиарынке ДФО.

Результаты исследования. Исходя из общей задачи — изучить дальневосточный рынок журналистского труда в контексте востребованных функциональных ролей — нами рассматривались требования, предъявляемые работодателями в опубликованных вакансиях. Общая выборка вакансий по двум источникам составила 30 вакансий. В таблице 1 нашли отражение данные по требуемым навыкам в разрезе должностей.

Таблица 1

Количество вакансий по должностям с указанием навыков, упоминаемых чаще всего

Профессия	Количество вакансий	Топ-6 требуемых навыков					
		Грамотность	Написание текстов различных форматов	Пользователь ПК	Поиск и оценка информационных поводов (мониторинг)	Поднятие позиций сайта в результатах выдачи поисковых систем (SMM)	Редакторский контроль (навыки)
Корреспондент	7	4	3	2	4	1	
Специалист пресс-службы (работа со СМИ)	6	1	2	2		1	1
Журналист/ журналист-копирайтер	6	4	5	2	2	4	1
Редактор/редайт-редактор	6	4	4	4	2	1	4
Копирайтер	5	4	4		4	5	1
Итого	30	17	18	10	12	12	7

В общем, полученные сведения демонстрируют ориентацию работодателя на специалиста с классическим набором навыков. Наибольшее количество упомянутых в вакансиях компетенций составляют «умение писать тексты различных форматов» (18), «грамотность» (17), «поиск и оценка информационных поводов» (12), что соответствует формальному статусу журналиста, закрепленному в Законе РФ «О средствах массовой информации», в соответствии с которым журналиста можно охарактеризовать как «лицо, занимающееся редактированием, созданием, сбором или подготовкой сообщений и материалов для редакции зарегистрированного средства массовой информации, связанное с ней трудовыми или иными договорными отношениями либо занимающееся такой деятельностью по ее уполномочию» [18]. При этом контент-анализ вакансий показал, что современные условия осуществления профессиональной деятельности обозначили необходимость для журналистов владеть также навыками, связанными с производством мультимедийного контента и работой в социальных сетях. В запросах работодателей можно отметить такие требования, как «создание контента (карточек для социальных сетей)», «отбор и редактирование материалов для Telegram-канала», «знание основ маркетинга» и прочие, которые, хоть и встречались реже, но тем не менее подтверждают мнения исследователей о том, что на рынке медиа-специалистов требуются профессионалы с новыми коммуникационными компетенциями, технологическими и предпринимательскими навыками.

Более детально проанализированы требования, предъявляемые работодателями в отношении каждой должности (таблица 2), сформированы три основные группы компетенций для проведения дальнейшего анализа:

— базовые (традиционные) навыки — отслеживание информационных поводов и планирование деятельности, получение информации для подготовки материала, обработка и проверка полученной информации для материала, формирование материала [19], работа над содержанием публикаций СМИ, выбор темы публикации (разработка сценариев), подготовка к публикации собственных материалов / работа в эфире, отбор авторских материалов для публикации, редактирование материалов, разработка концепции авторских проектов, планирование и координация деятельности подразделения, анализ результатов деятельности подразделения, установление и поддержание контактов с внешней средой [20];

— смежные (сверхпрофессиональные) навыки — технические навыки по поиску и подаче информации в Интернете, навыки кодирования и написания макросов, умение пользоваться системой, которая публикует заметки на сайт, необходимость работать значительно быстрее, уметь принимать решения в том числе по поводу текстовой либо мультимедийной формы подачи материала [21], уметь создавать конвергентный мультимедийный текст [4];

— личные качества.

Таблица 2

Доля требуемых навыков по каждой должности к числу всех требований, указанных в вакансиях

Должность	Доля требуемых навыков (%)		
	Базовые	Смежные	Личные
Журналист	65%	17%	17%
Корреспондент	80%	10%	10%
Редактор	69%	6%	25%
Пресс-секретарь (работа со СМИ)	92%	8%	0%
Копирайтер	39%	33%	28%

Интересные и показательные закономерности можно наблюдать, изучая каждую должность и требования к ней индивидуально. В запросах работодателей для должности «журналист» превалирует доля базовых навыков (65%), смежные компетенции и личные качества указаны в равных долях (по 17,5%). Чаще всего в запросах встречаются «необходимость уметь писать тексты разных форматов» и «грамотность». Далее по степени убывания встречаются «умение находить интересные инфоповоды», «мониторинг», «навыки фактчекинга», «креативность» и «умение работать в соцсетях». Несмотря на изменения и трансформацию профессии, базовые требования остаются важной и неотъемлемой частью в работе региональных журналистов, тем не менее

стоит отметить увеличение требуемых видов деятельности на фоне происходящих в медиапространстве цифровых трансформаций. Тут стоит обратить внимание на то, что, помимо создания традиционных информационных материалов, наиболее распространенным запросом у работодателей стала публикация в социальных сетях. Сейчас многие редакции имеют страницы в соцсетях, в связи с чем в функциональные обязанности журналистов добавилась необходимость создавать и публиковать посты и отвечать на комментарии.

Изучая трудовые функции, указанные в вакансиях для должности «корреспондент», становится понятно, что запросы работодателей максимально близки к интерпретации видов профессиональной

деятельности, которую определяет действующий профессиональный стандарт «Корреспондент средств массовой информации» [19]. Самыми часто упоминаемыми навыками в данной профессии стали навыки «поиска и оценки информационных поводов», «грамотная речь», «написание текстов различных форматов», «навыки работы с фото- и видеоборудованием» и «работа в кадре». Примечательно, что лишь 10% от заявленных требований — это межпрофессиональные навыки, которые встречались в двух вакансиях из семи. Из требований к личным качествам можно выделить «пунктуальность», «коммуникабельность», «ответственность» и «умение работать в режиме многозадачности».

Для пресс-секретаря (специалиста по работе со СМИ) требования в полипрофессиональных навыках встречались в одной вакансии из шести. Это требования «создания контента (при необходимости): карточек для социальных сетей» и «аналитическая оценка тем». Запросы на классические навыки распределились равномерно между «написанием текстов различных форматов», «грамотной речью», «подготовкой пресс-релизов и информационных сообщений» и «освещением мероприятий».

Вокруг профессии «копирайтер» существует много дискуссий: одни исследователи считают, что «копирайтер» — это лишь специалист по рекламе, другие утверждают, что это специалист который, кроме рекламных текстов, пишет журналистские, литературные и прочие виды текстов, которые распространяются через СМИ, Интернет и другие каналы [22], и поскольку функции медиатекста становятся более обширными и совмещают в себе характеристики текстов разного вида (от журналистских до рекламных и PR) [23], то именно «копирайтинговый текст» можно отнести к тексту, который является более обширным, чем рекламный текст, и включает в себя и коммуникативную, и информационную, и рекламно-справочную, и социальную функции [24], а это значит по средствам создания таких текстов копирайтера можно считать специалистом медиaprостранства и изучать данную профессию в рамках анализа рынка журналистского труда.

Анализ должности «копирайтер» показал следующие результаты. Доля требуемых базовых навыков составляет 39% и практически в равной степени соотносится со смежными навыками, доля которых составила 33%, личные качества выделялись меньшее количество раз (28%), но тоже имеют достаточно большой уровень запросов в сравнении с запросами для других анализируемых должностей. Справедливо отметить увеличение набора требуемых навыков. Запросы работодателей касаются не только создания текстов различных форматов, а предполагают наличие у кандидата компетенций, необходимых для осуществления процесса всей цепочки производства контента. Это «знание и понимание инфо-

стиля», «поиск новой информации в проверенных источниках и ее структуризация», «работа с большим объемом информации», «интерес к сторителлингу», «умение быстро учиться и адаптироваться под разные тематики бизнеса» и так далее. Можно сказать, что с появлением и развитием конвергентной журналистики у медиаспециалистов появляется намного больше возможностей проявлять свой творческий потенциал, но и намного больше предъявляется требований, чтобы решать поставленные задачи эффективнее и быстрее.

Если анализировать каждую должность индивидуально, становится понятно, что кандидату необходимо владеть набором соответствующих профессиональных компетенций (в ряде случаев сверхпрофессиональных, то есть таких, которые выходят за рамки профессии) в зависимости от той позиции, на которую он претендует, при этом, анализируя запросы работодателей, которые они формулировали посредством вакансий, можно сделать предположения о том, что индустрия медиа вынуждена формулировать новый запрос на специалистов, отталкиваясь не только от трудовых функций, указанных в должностной инструкции, но и от потребностей рынка и аудитории.

Также, на наш взгляд, стоит отметить позиции, в которых не всегда в «чистом виде» были указаны должности, некоторые вакансии сочетали в себе двойные запросы, например «журналист — копирайтер» или «рерайт — редактор». Это может свидетельствовать о возможном процессе трансфера полномочий или обязанностей, предусмотренных для нескольких специалистов одному, что, предположительно, является экономически выгодно работодателям, и наниматель ищет мультифункциональных специалистов с широким диапазоном профессиональных ролей.

Изучение и анализ вакансий применительно к работодателям (таблица 3) показал, что из 30 опубликованных вакансий 13 были от редакций или издательств; 6 вакансий — от работодателей, связанных с консалтингом и аналитикой рынка; от различных министерств и ведомств поступило 9 вакансий; по одной вакансии от кадрового агентства и ресторанно-го комплекса.

Примечательно, что запросы на «журналиста» в равных количествах поступали от издательств и редакций, консалтинговых организаций и министерств и ведомств, тогда как запросы на «редакторов» и «корреспондентов» в подавляющем большинстве случаев были от издательств и редакций. Копирайтеры требовались преимущественно в организации, специализирующиеся на аналитике рынка, единичные запросы на «копирайтеров» поступали от кадрового агентства и сети ресторанов. Спрос на специалистов по работе со СМИ (пресс-секретарей) предъявлялся исключительно от министерств и ведомств. Данные показатели являются вполне зако-

номерными и отражают специфику деятельности предприятия. Организации, оказывающие консалтинговые услуги или услуги питания, не имеют прямого отношения к СМИ, и их запрос на «копирайтеров» вполне объясним, поскольку, как уже упоминалось выше, «копирайтер» является профессией специфич-

ной, в связи с чем требования к копирайтерам можно предъявлять самые различные. Спрос редакций и издательств на «корреспондентов» и «редакторов» тоже является объяснимым и логичным, так как это основные профессии, необходимые для успешного функционирования подобных предприятий.

Таблица 3

Распределение количества вакансий между работодателями

Работодатели	Должности				
	Корреспондент	Специалист пресс-службы (работа со СМИ)	Журналист/ журналист-копирайтер	Редактор/редактор-редактор	Копирайтер
Издательства, редакции, СМИ	6	–	2	5	–
Услуги консалтинга и аналитика рынка	–	–	2	1	3
Министерства, ведомства	1	6	2	–	–
Кадровое агентство	–	–	–	–	1
Ресторанный холдинг	–	–	–	–	1

В целом результаты исследования подтвердили ключевую тенденцию медиaprостранства, которая проявляется в выполнении все большего количества функциональных ролей, когда журналист становится не только универсальным журналистом, но и медиарботником, выполняющим внушительный инструментарий по подготовке материалов, их размещению, продвижению и пр. Медиаспециалисты могут работать в разных областях (СМИ, сфера рекламы и PR, министерства и ведомства и т.д.), т.к. существует потребность в специалистах, работающих в цифровой медиасреде.

Выводы. Современному рынку труда присуща высокая конкуренция, в том числе и в отношении привлечения работников. Чтобы преуспеть в конкурентной борьбе и понимать вектор направления, необходимо владеть нужной информацией. Сплошное наблюдение за рынком труда и анализ полученных результатов могут помочь участникам рынка увидеть структуру запросов и позволить очертить круг профессиональных компетенций, востребованных на рынке труда. При изучении и анализе формирования условий на медиарынке с учетом региональной специфики становится понятно, что и здесь, в условиях мультизадачности и многофункциональности, медиаиндустрия вынуждена формулировать запрос на полипрофессионалов. Востребованы разносторонние навыки: умение хорошо писать и говорить, работать на разных платформах, критически мыслить, иметь творческие способности, в общем, выполнять множество ролей, что, как отмечают эксперты и исследователи, является одной из ключевых тенденций в современной журналистике.

Расширяется диапазон новых смежных профессий, медиаспециалисты востребованы в разных областях, а медиарынок нуждается в специалистах

с широким набором навыков и умений, которые способны быстро адаптироваться в динамично меняющихся условиях.

Возможно, СМИ потеряли монополию на производство и распространение контента [25], но, на наш взгляд, безусловно, классический журналист, профессионал с набором определенных цифровых навыков всегда будет востребован на рынке труда и среди своей целевой аудитории.

ЛИТЕРАТУРА

1. Цифровая экономика: социально — психологические и управленческие аспекты. — М.: Прометей, 2019.
2. Как новые медиа изменили журналистику. 2012–2016. — Екатеринбург: Гуманитарный университет, 2016.
3. Баранова Е. А. Утраченные стандарты журналистской профессии / Е. А. Баранова // Приоритеты массмедиа и ценности профессии журналиста: материалы Международной научно-практической конференции, Екатеринбург, 17–18 мая 2018 года. — Екатеринбург: Уральский федеральный университет, 2018. — С. 15–17.
4. Вартанова Е. Л. Теория медиа: отечественный дискурс / Е. Л. Вартанова. — М.: Факультет журналистики, 2019. — 224 с.
5. Вартанова Е. Л. Цифровая журналистика как новое поле академических исследований / Е. Л. Вартанова // Медиаальманах. — 2021. — Вып. 6. — Режим доступа: <http://mediaalmanah.ru/files/107/837.php> (дата обращения: 07.07.2022).
6. Свитич Л. Г. Авторская деятельность журналистов в контексте реализации миссии журналистики / Л. Г. Свитич, О. В. Смирнова, М. В. Шкондин // Вестник Волжского университета им. В. Н. Татищева. — 2019. — Т. 2. — № 2. — С. 198–207.
7. Свитич Л. Г. Изменение журналистской профессии в процессах медиаконвергенции / Л. Г. Свитич // Вестник Челябинского государственного университета. — 2015. —

№ 5 (360). — С. 406–414.

8. Нигматуллина К. Р. Профессиональная культура журналистов в России / К. Р. Нигматуллина. — СПб.: Алетей, 2021.

9. Теория журналистики в России. — СПб.: Алетей, 2018.

10. Orgeret K. S. Discussing Emotions in Digital Journalism / K. S. Orgeret // Digital Journalism. — 2020. — № 8 (2). — С. 292–297.

11. Дружинин А. М. Творческая «перезагрузка» журналиста и образовательный процесс / А. М. Дружинин // Медиаскоп. — 2020. — Вып. 4. — Режим доступа: <http://www.mediascope.ru/2675> (дата обращения: 07.07.2022).

12. Шестеркина Л. П. Фактчекинг и верификация информации в контексте журналистского образования / Л. П. Шестеркина, Л. К. Лободенко, А. В. Красавина, А. Р. Марфицына // Вопросы теории и практики журналистики. — 2021. — Т. 10. — № 1. — С. 94–108.

13. Шестеркина Л. П. Новые границы профессиональной журналистики, или Чему учить студентов-журналистов / Л. П. Шестеркина, А. А. Бевз // Медиаскоп. — 2018. — Вып. 1. — Режим доступа: <http://www.mediascope.ru/2422> (дата обращения: 07.07.2022).

14. Замков А. В. Трудовая деятельность журналиста: люди или роботы? / А. В. Замков, М. М. Лукина, М. А. Крашенинникова // Медиа в современном мире. 58-е Петербургские чтения: Сборник материалов Международного научного форума. В 2-х томах, Санкт-Петербург, 18–19 апреля 2019 года / Ответственный редактор В. В. Васильева. — СПб.: Издательство Санкт-Петербургского государственного университета, 2019. — С. 19–20.

15. Исаев Е. М. Роботизация новостной журналистики в России: новые принципы работы редакции и трансформация журналистской этики / Е. М. Исаев, М. В. Кокорева // Коммуникации. Медиа. Дизайн. — 2019. — Т. 4. — № 3. — С. 85–102.

16. Сальникова Л. С. Роботы против журналистов: есть ли у журналистики будущее? / Л. С. Сальникова // Вопросы теории и практики журналистики. — 2019. — Т. 8. — № 4. — С. 668–678.

17. Анализ профессии «журналист» на российском рынке труда. Союз журналистов России. — Режим доступа: <https://ruj.ru/news/analiz-professii-zhurnalist-na-rossiiskom-rynke-truda-10337> (дата обращения: 07.07.2022).

18. Российская Федерация. Законы. О средствах массовой информации: федер. закон от 27 декабря 1991 г. (с изм. и доп., вступ. в силу с 29 июня 2022 г.). — Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_1511/f977773d5130bdc4b8aa5c541d1fa7ca381b18f4/6 (дата обращения: 07.07.2022).

19. Приказ Минтруда России от 21 мая 2014 г. № 339н «Об утверждении профессионального стандарта «Корреспондент средств массовой информации». — Режим доступа: https://base.garant.ru/70674144/#block_1000 (дата обращения: 07.07.2022).

20. Приказ Минтруда России от 04 августа 2014 г. № 358н «Об утверждении профессионального стандарта «Редактор средств массовой информации». — Режим доступа: <http://www.consultant.ru/> (дата обращения: 07.07.2022).

21. Колесниченко А. В. Трансформация журналистской работы под влиянием новых технологий: поиск информации, жанры медиатекстов, редакционная культура / А. В. Колесниченко, А. В. Вырковский, М. Ю. Галкина и др. // Вестник Московского университета. Сер. Журналистика. — 2017. — № 5. — С. 51–71.

22. Назайкин А. Н. Понятие «копирайтинг» вчера и сегодня / А. Н. Назайкин // Вестник Московского университета. Сер. Журналистика. — 2020. — № 3. — С. 140–155.

23. Жилина А. В. К вопросу о понятии «копирайтинг» и его видах / А. В. Жилина // Медиаскоп. — 2020. Вып. 2. — Режим доступа: <http://www.mediascope.ru/2627> (дата обращения: 07.07.2022).

24. Милославская З. А. Медиатекст: синтез журналистского, рекламного и PR-текста в условиях конвергентных СМИ / З. А. Милославская // Вопросы теории и практики журналистики. — 2016. — Т. 5. — № 4. — С. 576–587.

25. Вартанова Е. Л. О необходимости модернизации концепций журналистики и СМИ / Е. Л. Вартанова // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. — 2012. — № 1. — С. 7–26.

Дальневосточный федеральный университет
Аргылов Н. А., кандидат политических наук, научный сотрудник департамента коммуникаций и медиа
E-mail: nik-argylov@yandex.ru

Северо-Восточный федеральный университет им. М. К. Аммосова
Фомина Е. В., магистрант кафедры журналистики филологического факультета
E-mail: Ekaterina.kareli@mail.ru

Far Eastern Federal University
Argylov N. A., Candidate of Political Sciences, Researcher of the Communications and Media Department
E-mail: nik-argylov@yandex.ru

Northeastern Federal University named after M. K. Ammosov
Fomina E. V., Master's Student of the Journalism Department of the Faculty of Philology
E-mail: Ekaterina.kareli@mail.ru