

# МЕДИАЛАНДШАФТ РОССИИ И МИРА:

ПРОШЛОЕ, НАСТОЯЩЕЕ  
И БУДУЩЕЕ

Сборник научных статей

**MEDIALANDSCAPE OF RUSSIA AND THE WORLD:**  
PAST, PRESENT, FUTURE

Conference proceedings

Москва • MOSCOW

2021

РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ДРУЖБЫ НАРОДОВ  
ФИЛОЛОГИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ  
Кафедра теории и истории журналистики  
КАЗАХСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
ИМЕНИ АЛЬ-ФАРАБИ  
ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛИСТИКИ  
Кафедра печати и электронных СМИ  
УНИВЕРСИТЕТ ЖУРНАЛИСТИКИ  
И МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ УЗБЕКИСТАНА  
ФАКУЛЬТЕТ ПЕЧАТНЫХ СМИ И ИЗДАТЕЛЬСКОГО ДЕЛА  
Кафедра теории и практики медиа

---

# МЕДИАЛАНДШАФТ РОССИИ И МИРА: ПРОШЛОЕ, НАСТОЯЩЕЕ И БУДУЩЕЕ

*Сборник научных трудов*

MEDIA LANDSCAPE OF RUSSIA  
AND THE WORLD:  
PAST, PRESENT, FUTURE

*Conference proceedings*

Москва  
2021

УДК 070:316.77:659(063)  
ББК 76.0  
М42

Утверждено  
РИС Ученого совета  
Российского университета  
дружбы народов

Ответственный редактор –  
*Ел.В. Мартыненко*

Редакционная коллегия:

*Л.О. Алгави, А.Е. Базанова, К.Н. Гасанов, А.А. Иванова, Ш.Н. Кадырова,  
В.В. Матвиенко, А.К. Малаховский, В.В. Малаховская, Е.О. Попова,  
Н.П. Пархитыко, Н.Е. Расторгуева, В.П. Смородинов, Д. Стулбер*

**М42 Медиаландшафт России и мира: прошлое, настоящее и будущее = Media Landscape of Russia and the World: Past, Present, Future : сборник научных статей / под ред. Ел.В. Мартыненко. – Москва : РУДН, 2021. – 703 с. : ил.**

В сборник научных статей, подготовленный по итогам международной научно-практической конференции «Медиаландшафт России и мира: прошлое, настоящее и будущее», состоявшейся на базе кафедры теории и истории журналистики филологического факультета Российского университета дружбы народов 14 апреля 2021 г., вошли научные статьи и доклады студентов, аспирантов, соискателей, ученых, преподавателей университетов России и зарубежных стран, а также специалистов-практиков.

Издание включает исследования исследования актуальных проблем функционирования глобального и национального медиапространства с учетом исторической ретроспективы изучаемой проблематики. Настоящее издание подготовлено с целью популяризации междисциплинарной научно-исследовательской деятельности в молодежной среде и привлечения наиболее способных к научной работе студентов гуманитарных вузов к продолжению исследований в магистратуре и аспирантуре Российского университета дружбы народов в рамках реализации Программы стратегического академического лидерства РУДН «Приоритет-2030».

Адресовано ученым, аспирантам, студентам и специалистам-практикам для использования в научной, учебной и практической деятельности, а также может быть интересно массовому читателю.

*Авторы статей несут полную ответственность за точность приводимой информации, цитат, интернет-ресурсов и списка использованной литературы.*

Программа стратегического академического лидерства РУДН  
«Приоритет-2030»

ISBN 978-5-209-10912-9

© Коллектив авторов, 2021

© Российский университет дружбы народов, 2021

**КОРОННЫЙ ВИРУС  
ИЛИ В ЧЕМ «ВИНОВАТА» КОММЕРЦИЯ?  
ШТРИХИ К МЕДИАПОРТРЕТУ ГЛОБАЛИЗИРОВАННОГО  
БИЗНЕСА**

**А. А. Кудабай, Г. К. Муканова**

Казахстан, Алматы, Казахский национальный университет  
имени аль-Фараби

*В статье автор уделяет внимание динамике изменений восприятия образа бизнеса в период коронавирусной пандемии. Выделяет четыре фазы отношения бизнеса и общества, и характера публикаций на деловую тематику. Определяет их как «растерянность – обвинение – осознание – сотрудничество», приводит примеры и анализирует их воздействие на аудиторию.*

**Ключевые слова:** *коронавирусная пандемия, образ бизнесмена, восприятие коммерции аудиторией, публикации деловых СМИ, глобализация.*

*In the article, the author pays attention to the dynamics of changes in the perception of the business image during the coronavirus pandemic. He identifies four phases of the relationship between business and society, and of the nature of business publications. Defining them as “confusion - blame - awareness - cooperation”, he gives examples and analyzes their impact on the audience.*

**Keywords:** *coronavirus pandemic, image of a businessman, perception of commerce by the audience, publications of business media, globalization.*

*«Нет ничего более благодатного для народа,  
чем свобода торговли – и ничего более непопулярного»*

*Томас Бабингтон Маколей*

Среди множества новоприобретенных концепций и небывалых спекуляций, всплывших на волне массовой истерии и экономической нестабильности, довольно неожиданным образом проявили себя выпады в сторону бизнеса, капиталистического уклада и глобализации в целом. Это сейчас, немного поуспокоившись, придя, наконец, в себя и, казалось бы, осознав всю ограниченность ресурсов для преодоления тех же последствий всеобщей напасти, правительства и социум вновь обратили взоры в сторону необходимости поддержки «столь жизненно важной» ветви родных экономик и народного хозяйства. А как же иначе? Не считая того, что одна только сфера МСБ представляет сегодня до 90% предприятий по всему миру, обеспечивая более 50% занятости, а в странах с так называемой развивающейся экономикой доходя до 40% национальных доходов (ВВП) [1], так это еще и довольно значительная часть налоговых поступлений тех же государственных бюджетов, без которых преодоление указанных последствий невозможно. Опустим здесь вклад крупного, так называемого, большого бизнеса, лишь вскользь упомянув еще раз всем известную и вряд ли сегодня кем-либо оспариваемую роль как ведущего работодателя, так и ключевого игрока на мировом рынке.

Так что же произошло и как отразилась всемирная пандемия на образе современного бизнеса? Смогли ли последние драматические события внести отличительные коррективы в восприятие представителей «купеческого сословия», или это всего лишь всё те же неизменные звенья единого и извечного процесса, позволившие нам в других условиях в несколько ином ракурсе взглянуть на весь «груз» накопившихся и нерешенных проблем?.. Попытаемся сделать собственный анализ медиапубликаций «периода COVID» и уже на этой основе проследить динамику изменений восприятия делового имиджа, проанализировать воздействие коронавирально-

го фактора на поведение медийной аудитории и сделать свои выводы, необходимые нам в дальнейшем для хода исследований. В качестве базового материала статьи используем обзоры публикаций как онлайн версий наиболее читабельных изданий, так и популярных зарубежных и казахстанских интернет-сайтов. Причина такого выбора – не прихоть авторов, а часто выпускаемый из виду *фактор перепечатки* (массового тиражирования и ретрансляции) и нередко *переделки* (не будем здесь останавливаться на этической стороне вопроса) наиболее актуальных и уникальных статей, позволяющих нам, однако, не особо задерживаться на кропотливом анализе «второстепенных» публикаций, но при этом предоставляющих свободу действий их «авторам» в дальнейшем копировании и воспроизведении значимых идеологем.

Весной 2020 года весь мир впал в состояние глобального ступора. И долгие годы, возможно, нас еще будут преследовать телевизионные картинки и снимки фотографов улиц опустевших городов и сел, замерших цехов заводов и фабрик, остановившихся повсеместностроек, обезлюдивших аудиторий школ и университетов, безжизненных парков, площадей и вокзалов, закрытых торговых залов и замолчавших впервые старинных торговых лавок... Подобные «репризы» не обошли стороной ни одно государство, независимо от его политического или экономического устройства, исторического, географического либо регионального положения; в одном ряду оказались США, Россия, Иран и Китай, Европа и Азия, Австралия и Африка. Неожиданная и общая беда вдруг наглядно показала всю наивность предположений о некоей эффективности и избранности той или иной системы, того или иного мироуклада. Мы не могли поверить собственным глазам, увидевшим наяву пустые прилавки «образцового капитализма», где рынок, казалось бы, только и живет по законам спроса и предложения. *Недоумение* и *шок* – так можно было бы охарактеризовать начальный этап пандемии, а, следовательно, и характер публикаций этого периода, а образ доселе удачливого бизнеса, который рисовался нам как образец успеха и респектабельности, вдруг нежданно предстал в ка-

честве чуть ли не растерянного, напуганного, но все еще заласканного ребенка.

Наиболее примечательные заголовки публикаций этого периода: «Как выглядят магазины Европы на фоне пандемии коронавируса. Фоторепортаж» (rbc.ru), «США: пустые улицы и рекордный рост безработицы» (euronews.com), «Французы штурмуют магазины: «иррациональное поведение» на фоне коронавируса» (eadaily.com), «Пустые улицы, закрытые магазины: коронавирус в Италии» (ria.ru), «Из-за коронавируса закрылись самое старое в Европе кафе и площадь Святого Петра» (tass.ru), «Коронавирус закрыл китайские заводы. Ждать ли дефицита электроники?» (business-gazeta.ru), «В Стамбуле закрыли Гранд-Базар: эпидемия Covid-19 отпугивает посетителей» (eadaily.com), «Закат Дордоя. Как вымирает крупнейший рынок Центральной Азии» (bbc.com), «Ситуация на самом деле фатальная. Как малый бизнес переживает карантин» (informburo.kz), «Чрезвычайное положение в Казахстане: Какие магазины и ТРЦ не будут работать» (tengrinews.kz), «Глава крупной российской компании заразился коронавирусом» (forbes.ru)... «Распространенное настроение среди предпринимателей – растерянность, неуверенность перед будущим, страх новых угроз со стороны государства. А поскольку предприниматели – наиболее пассионарный слой населения территорий, их пессимизм отражается на всей среде» [2].

Не способствовали снижению напряжения и заявления официальных лиц, а также публикации массмедиа, ориентировавшиеся на подобные заявления. И как бы в подтверждение сказанному сообщения BBC News: «Великобританию назвали самой пострадавшей от пандемии коронавируса страной с *развитой экономикой*. Она пережила самый большой спад за всю историю наблюдений» [3]. Недалеко от этого настроения ушла и Deutsche Welle, которая приводит свои неутешительные выводы. «Рецессия, вызванная пандемией коронавируса, окажется в Германии более глубокой, чем ожидалось. Об этом предупредили 14 октября пять научно-исследовательских институтов, представивших традиционный осенний

доклад о состоянии экономики ФРГ. Поскольку она – крупнейшая в Европе, следует исходить из того, что спад на немецком рынке неминуемо скажется на других странах Евросоюза» [4]. Одновременно глава минэкономики ФРГ Петер Альтмайер в своем интервью даже и не старался развеять общие опасения: «Мы были едины со всеми участниками во мнении, что немецкая экономика находится в наиболее сложной ситуации из всех, что мы пережили в послевоенный период. Включая ситуации, которые мы наблюдали во время банковского и биржевого кризисов. Власти в Германии должны исходить из того, что *многие предприятия могут прекратить своё существование*» [5]. Ему как бы вторит старший экономист Всемирного банка Патрик Кирби: «Восстановление экономики глобальной будет, но будет очень медленным. Мы считаем, что еще пару лет мы будем оставаться ниже территории 2019 года, а на темпы роста, которые были до этого, не выйдем приблизительно никогда» (все выдел. авторами). И общий вывод всех перечисленных выше выступлений прогнозы ВВС: «Экономисты МВФ впали в уныние через пару недель после того, как Запад начал постепенно удаляться на карантин. В середине апреля они потеряли веру в ближайшее будущее и предрекли мировой экономике спад...» [6].

После довольно-таки продолжительного периода шока и растерянности, незаметно проходит короткий промежуток *поиска виновных*; незаметно не только для широкой публики, но как не удивительно, и для специализированной, исследовательской аудитории. По крайней мере, посвященных этому аспекту научных и медийных, серьезных публикаций мы еще встречаем довольно редко. А стоило бы, ведь в тот момент соблазну обвинить других поддались не только бульварная и популяризированная пресса, но и довольно солидные издания. Диапазон обличений варьировался от поиска «источника» появления вируса и выявления «мотивов» недоброжелателей, до обвинений «прогнившего эксплуататорского стоя» и навешивания всех собак на треклятую глобализацию. Как вариант: «Существует и другая теория, связанная с тем, что новая зараза была намеренно создана и выпущена на свободу предста-

вителями фармацевтических компаний, чтобы те могли создать вакцину и заработать миллиарды долларов» – fb.ru [7]. Или: «Экономисты и политики заговорили о конце эпохи индивидуализма, формировании нового образа жизни, и все громче начинают звучать голоса, предсказывающие гибель капитализма» – vedomosti.ru [8]. Что уж говорить о других публикациях, если с самой площадки Международного дискуссионного клуба «Валдай», из уст весьма уважаемого члена Общественного совета Алматы Марата Шибута вдруг зазвучало: «Ирония судьбы заключается в том, что коронавирус здесь – болезнь элиты, которая может позволить себе летать в Берлин в гости к родственникам или отдыхать в Куршевеле» [9]. Да и сам директор по инвестициям Saxo Bank Стин Якобсен считает главной виновницей распространения коронавируса глобализацию: «Глобализация – это основной источник неприятностей, об этом говорит масштаб путешествий по миру» (всё выдел. авторами) [10].

Нельзя сказать, что этот промежуток прошел бесследно. Как вариант, нынешнее его перевоплощение в образе «прививочных войн». На смену обличениям Востока в злонамеренной корысти, «ставшей» причиной всеобщей беды, пришли обвинения в нечестной игре Запада, «не дающей» выкарабкаться теперь всем из глобального кризиса. Что ж, в «оправдание» мы можем лишь привести слова французского психоаналитика и психотерапевта, профессора Роберта Нойбургера (Robert Neuberger): «Самый простой способ избавиться от вины – свалить ее на что-то внешнее. Возлагая собственную вину на плечи других, мы пытаемся психологически оправдать свои действия или бездействие, играя роль жертвы, которой не везет в жизни из-за разных сторонних факторов, тем самым снимая пыл собственных недостатков и комплексов» [11]. Возможно, в какой-то момент, перекладывая вину на глобализацию и капитализм, мы косвенно обвиняли ее «прямых» представителей – бизнесменов и коммерсантов. Кто же, как не они, заинтересован в открытости границ, доступности и эффективности прямых логистических цепочек, беспрепятственном продвижении заморских товаров или в собственном выходе на иностранные рынки?

Но, как мы уже отметили, данный «обличительный» этап продолжался недолго, до того самого момента, когда пришло осознание масштабов экономических потерь и ущерба, понесенного странами; по всему миру подсчитывали недостачу налоговых поступлений. «Пандемия, внезапно парализовавшая экономику всего мира, обойдется очень дорого: минус семь триллионов долларов к концу 2021-го, подсчитали в Организации экономического сотрудничества и развития» [12].

Этап *подсчета потерь* ярко характеризуют заголовки публикаций того периода: «Генсек ООН предрек миру сильнейший экономический спад за 80 лет» (tass.ru), «Коронавирус разоряет мир. Сколько придется заплатить за реанимацию мировой экономики?» (bbc.com), «Коронавирус отбросил экономику Европы на 10-20 лет назад» (rbc.ru), «Time объявил 2020-й худшим годом» (esquire.kz), «Крупнейшие мировые бренды объявляют о банкротстве» (zonakz.net), «Коронавирус уничтожает бюджет. Остаться без сбережений из-за новой волны COVID-19 боятся жители Чехии» (24.kz), «Иностранные инвесторы стали меньше вкладывать в Казахстан» (ism.kz), «Коронавирус оставит ЕАЭС в торговом убытке» (logirus.ru), «В РФ 4,5 млн малых и средних предприятий обанкротились из-за пандемии» (interfax.ru), «Каждая третья компания в Казахстане приостановила работу» (ism.kz), «60% казахстанских компаний готовятся к сокращениям и оптимизации штат» (forbes.kz), «9 тыс. бизнесменов в Алматы не могут расплатиться за аренду в ТРЦ и ТД» (regtv.kz), «Офисы умерли: российские компании вводят удаленку навсегда» (mk.ru), «Ещё один карантин убьёт МСБ» (forbes.kz), «COVID усилил контрафакт» (expert.ru).

Ирония судьбы в том, что образ строптивного коммерсанта, «нэпмана, которого непременно нужно прижать к ногтю», не желающего ограничивать свою деловую деятельность ради общего блага и в период общей для всех напасти, постепенно сменился, даже независимо от него самого, на портрет уже небезразличного к нуждам самого социума бизнесмена, обеспечивавшего работой и средствами к существованию не только себя, но и своих ра-

ботников, и их семьи. Пандемия оказалась настолько масштабной, что даже богатые в экономическом отношении страны вынуждены были признать, что без бизнеса преодолеть всех последствий кризиса невозможно. Более того, именно бизнес, в трудное для него самое время, сумел прийти на помощь как пострадавшим, так и наиболее уязвимым, оказывал поддержку национальным системам медицины, социального обеспечения и образования, наладил производство самых необходимых средств и техники для больниц. *«Во время кризиса, вызванного ограничениями из-за пандемии коронавируса, крупный бизнес запустил десятки программ поддержки людей, оказавшихся в трудной ситуации»* - aif.ru. «Объем социальных программ и безвозмездной помощи на борьбу с пандемией COVID-19 от представителей бизнеса и филантропов в мире уже исчисляется сотнями миллионов долларов» - rbc.ru. «Ряд казахстанских бизнесменов оказал финансовую поддержку для реализации необходимых медицинских мер в борьбе с эпидемией коронавируса COVID-19» - inform.kz. «Благотворительный фонд #KustoHelp призвал казахстанских бизнесменов присоединиться к акции по поддержке семей погибших медицинских работников. Фонд уже перечислил по 1 миллиону тенге 155 семьям медработников, погибших от коронавируса и пневмонии» - tengrinews.kz [13].

Сегодняшний этап взаимодействия общества и бизнеса, а также освещения этой тематики в массмедиа можно было бы назвать периодом взаимной поддержки. На государственном уровне стран приходит понимание, что потеря бизнеса означает, прежде всего, потерю необходимых сегодня средств и ценнейших возможностей, инициативы снизу и рассчитывающего только на свои собственные силы, весьма самостоятельного и крепкого слоя населения. К примеру, волевым решением президента Касым-Жомарта Токаева в Казахстане вмешательство в дела бизнеса приравнено к уголовно наказуемым преступлениям, а на уровне парламента серьезно рассматривается вопрос возможности личного возмещения чиновниками ущерба, нанесённого бизнесменам в результате незаконных проверок [14]. Приходит понимание и со стороны социума, кото-

рый, также все больше вовлекается в общественные акции по защите прав бизнеса, активно выступая против чрезмерных ограничительных мер и ставящих порой бизнес на грань выживания. Расчет на поддержку только государства в чрезвычайной ситуации, каковой и является Covid-пандемия, оказался переоценен и во многом неоправдан. Претерпели изменения и освещение проблематики бизнеса в медиа; на смену констатации проблем и упрекам в адрес коммерсантов, на страницах печатных и электронных СМИ все больше можно видеть публикаций, наподобие «Как трансформировать бизнес-стратегию в период пандемии» - expert.ru; «Россия, Турция и Китай усиливают свое присутствие в казахстанском бизнесе» - lsm.kz; «Как развивается креативная экономика в Центральной Азии» - kursiv.kz; «Казахстанские бренды уходят в регионы» - lsm.kz; «Перерождение капитализма: как пандемия разрушает существующую систему, меняя ее к лучшему» - forbes.ru.

Изменилось ли отношение к бизнесу, хотя бы в тех же странах постсоветского пространства? Время покажет. Но то, что бизнес старается занять предопределенное ей судьбою место, бесспорно. Как, бесспорно, и то, что наследники купеческого дела пытаются и сегодня преодолеть доставшиеся им в наследство повсеместные мифы и стереотипы, изменить трагическое наследие истории. «Не было бы счастья, да несчастье помогло», – гласит народная мудрость. Возможно, и эта короткая смена парадигм восприятия «*растерянность – обвинение – осознание – сотрудничество*» демонстрирует нам наглядно возможности подобной трансформации. Общая на всех беда помогла, наконец, осознать, что опора только на отдельные механизмы общественного устройства недостаточна, и вклад каждого в подобной кризисной ситуации становится поистине неопределимым. Тем более, если это вклад людей, «генетически предрасположенных» рассчитывать на свои силы. Но сегодня и сам бизнес оказался в уязвимом положении. И только осознав тот факт, что, помогая друг другу, мы помогаем в будущем себе, возможно мы все же придем к решению общих проблем.

ЛИТЕРАТУРА

1. Small and Medium Enterprises (SMEs) Finance, World Bank Report, June 27, 2020 [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.worldbank.org/en/topic/smefinance>
2. Выживут не все: проблема предпринимателя в малом городе [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://vc.ru/marketing/>
3. Coronavirus: UK worst hit among major economies, 26 August 2020 [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.bbc.com/news/business-53918568>
4. Немецкие ученые снизили прогноз ВВП Германии, Deutsche Welle, 14.10.2020 [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.dw.com/ru/uchenye-snizili-prognoz-vvp-frg-i-predskazali-rost-rossii/a-55276035>
5. Министр назвал ситуацию в экономике ФРГ тяжелой со времён Второй мировой, Рамблер-Финансы, 17 апреля 2020 [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://finance.rambler.ru/markets/> и др.
6. Калмыков А., Мировой экономике грозит кризис столетия, предупредил МВФ. Но все оказалось еще хуже [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.bbc.com/russian/news-52642074>
7. Теория заговора и непонимание причинно-следственных связей. Почему в пандемии обвиняют Ротшильдов, Билла Гейтса или ЦРУ [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://fb.ru/post/journalism/2020/3/24/195148>
8. Коронакризис и диагностированные Марксом болезни капитализма [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.vedomosti.ru/economics/articles/2020/06/11/832403-bolezni-kapitalizma>
9. Марат Шибутов, Пандемия, социальное неравенство и национализация элит [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://ru.valdaiclub.com/a/highlights/pandemiya-sotsialnoe-neravenstvo/>

10. Глобализацию назвали виновницей распространения коронавируса, [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.mk.ru/economics/2020/03/24/globalizaciyu-nazvali-vinovnicey-rasprostraneniya-koronavirusa.html>
  11. Robert Neuburger, *L'art de culpabiliser*, ill. Том Tirabosco, Paris, Payot & Rivages, 2008, 142 p.; Цитата по «Во всем виноваты другие» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.psychologies.ru/articles/vo-vsem-vinovatyi-drugie/>
  12. Минус семь триллионов: коронавирус опустошил мировую экономику [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://ria.ru/20200921/tsena-pandemii-1577459576.html>
  13. Протянувшие руку помощи. Как проявил себя бизнес в период пандемии [Электронный ресурс]. Режим доступа: [https://aif.ru/antivirus/protyanuvshie\\_ruku\\_pomoshchi\\_kak\\_proyavil\\_sebya\\_biznes\\_v\\_period\\_pandemii](https://aif.ru/antivirus/protyanuvshie_ruku_pomoshchi_kak_proyavil_sebya_biznes_v_period_pandemii); Бизнес отвечает пандемии // <https://plus.rbc.ru/news/5e8512327a8aa96048345feb> и др.
  14. В Казахстане незаконное вмешательство в бизнес будет считаться тяжким преступлением [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://inbusiness.kz/>
- 
-

## СОДЕРЖАНИЕ

<i>ВМЕСТО ПРЕДИСЛОВИЯ</i> НА ПУТИ К ГЛОБАЛЬНОМУ ИНФОРМАЦИОННОМУ ОБЩЕСТВУ . . .	3
<i>Arunima Mukherjee</i> MEDIASCAPE IN INDIA DURING PANDEMIC: ALTERING THE POLITICAL . . . . .	8
<i>Ludovico de Serio</i> VIOLENCE AGAINST WOMEN DURING THE CORONAVIRUS PANDEMIC AND THE ROLE OF THE MEDIA . . . . .	24
<i>Mahmoud Farhadimahali, Mohammad Mojaver Sheikhan, Zohre Javadieh</i> HOW ONLINE JOURNALISM SPREAD NEW INTERCULTURAL COMMUNICATION IN IRAN . . . . .	38
<i>A. S. Al-Qteishat</i> WHICH FORM OF MEDIA IS MORE CREDIBLE – PRINT OR ONLINE? . . . . .	40
<i>Kayal Sharmila, Saha Ruma</i> INDIAN MEDIA ENTERTAINMENT INDUSTRY IN COVID-19: A NEW AGENDA SETTING . . . . .	46
<i>Ms. Swati Chandak</i> THE USE OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE IN JOURNALISM PRACTICES – FUTURE TRENDS . . . . .	54
<i>А. К. Малаховский, Абу Хала Исмаил</i> ОСОБЕННОСТИ ИНФОРМАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОППОЗИЦИОННЫХ «ДЕМОКРАТИЧЕСКИХ» СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ И ТРАДИЦИОННЫХ СМИ В ПЕРИОД ОБОСТРЕНИЯ СИРИЙСКОГО КОНФЛИКТА . . . . .	56

<i>А. А. Иванова</i> ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ПРОДАКТ ПЛЕЙСМЕНТ В КОНТЕКСТЕ СОВРЕМЕННОЙ ОТЕЧЕСТВЕННОЙ ЖУРНАЛИСТИКИ . . . . .	260
<i>Ш. К. Ирназаров</i> К ВОПРОСУ ПРОФЕССИОНАЛИЗМА В ПОДГОТОВКЕ ДЕЛОВОЙ ИНФОРМАЦИИ . . . . .	269
<i>М. И. Исраил, Е. С. Мирзаева</i> ПРИНЦИПЫ КОМПЛЕКСНОГО ИССЛЕДОВАНИЯ ЯЗЫКА СМИ . . . . .	278
<i>Klara Kabylgazina, Tulpar Janibyek</i> LANGUAGE DEVELOPMENT IS ON THE CONTROL OF THE MEDIA . . . . .	297
<i>Galina A. Kap</i> INDEPENDENT WORK OF STUDENTS IN DISTANCE LEARNING . . . . .	305
<i>Г. С. Ковалев</i> КОНСПИРОЛОГИЧЕСКИЕ ТЕОРИИ ВО ВРЕМЯ ПАНДЕМИИ COVID-19 . . . . .	311
<i>В. Д. Крюкова</i> СМИ И ПАНДЕМИЯ: АНАЛИЗ ИНТЕРВЬЮ С ПРЕДСТАВИТЕЛЯМИ КУЛЬТУРЫ В РЕГИОНАЛЬНОЙ ПРЕССЕ (НА ПРИМЕРЕ ИНФОРМАЦИОННОГО АГЕНТСТВА «СИА-ПРЕСС») . . . . .	319
<i>А. А. Кудабай, Г. К. Муканова</i> КОРОННЫЙ ВИРУС ИЛИ В ЧЕМ «ВИНОВАТА» КОММЕРЦИЯ? ШТРИХИ К МЕДИАПОРТРЕТУ ГЛОБАЛИЗИРОВАННОГО БИЗНЕСА . . . . .	327
<i>Ю. А. Латипова</i> ИНТЕРАКТИВНОСТЬ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ НА ПОРТАЛАХ И В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ . . . . .	338
<i>Lin Li</i> THE TRANSFORMATION AND DEVELOPMENT OF PAPER MEDIA IN THE NEW MEDIA ERA . . . . .	346

*Научное издание*

**МЕДИАЛАНДШАФТ РОССИИ И МИРА:  
ПРОШЛОЕ, НАСТОЯЩЕЕ И БУДУЩЕЕ**

*Издание подготовлено в авторской редакции*

Технический редактор *Н.А. Ясько*  
Компьютерная верстка *Г.В. Котлярова*  
Дизайн обложки *Мариетта Минчева*

Подписано в печать 13.04.2021 г. Формат 60×84/16.

Бумага офсетная. Печать офсетная.

Усл. печ. л. 40,92. Тираж 100 экз. Заказ 341.

---

Российский университет дружбы народов  
115419, ГСП-1, г. Москва, ул. Орджоникидзе, д. 3

---

Типография РУДН

115419, ГСП-1, г. Москва, ул. Орджоникидзе, д. 3, тел. (495) 952-04-41