

DOI: <https://doi.org/10.60797/IRJ.2025.153.54>

## ИНФОПОВОД В СОВРЕМЕННОМ МЕДИАПРОСТРАНСТВЕ (НА МАТЕРИАЛЕ БЛОГОСФЕРЫ)

Научная статья

Темникова Л.Б.<sup>1,\*</sup>, Темников В.И.<sup>2</sup>, Вандышева А.В.<sup>3</sup>

<sup>1</sup>ORCID : 0000-0003-0222-2232;

<sup>1</sup> Кубанский институт профессионального образования, Краснодар, Российская Федерация

<sup>2,3</sup> Кубанский государственный технологический университет, Краснодар, Российская Федерация

\* Корреспондирующий автор (temnikova-lina[at]mail.ru)

### Аннотация

В данной работе авторы рассматривают инфоповоды в современной блогосфере, опираясь на публикации блогеров платформы «Дзен», стараясь определить их преимущество. В статье соискатели указывают о первых попытках осмысления инфоповодов, которые были предприняты в конце XX в. и первое десятилетие XXI в., наблюдаемые в кампаниях организаций. Позднее был выявлен прикладной характер исследования инфоповода, который можно было наблюдать в трудах исследователей по социологии, психологии, журналистике, политологии и др. В наше время основными источниками для поиска инфоповода становятся новостные каналы и социальные сети. Для достижения цели исследования, необходимо определить преимущества инфоповодов в современной блогосфере, опираясь на публикации некоторых каналов платформы Дзен. Материалом исследования служит событийный контент платформы «Дзен», новостные ленты онлайн ресурсов периодических изданий «Коммерсантъ», канала 1 TV, Бизнес-газеты и других. На основе анализа научной литературы авторы изучили структуру, содержание, а также основную аудиторию информационных поводов.

**Ключевые слова:** информационный повод, событие, новость, блогосфера, медиaproстранство, контент.

## NEWSWORTHY EVENT IN MODERN MEDIA SPACE (ON THE MATERIAL OF THE BLOGOSPHERE)

Research article

Temnikova L.B.<sup>1,\*</sup>, Temnikov V.I.<sup>2</sup>, Vandisheva A.V.<sup>3</sup>

<sup>1</sup>ORCID : 0000-0003-0222-2232;

<sup>1</sup> Kuban institute of professional education, Krasnodar, Russian Federation

<sup>2,3</sup> Kuban state technological university, Krasnodar, Russian Federation

\* Corresponding author (temnikova-lina[at]mail.ru)

### Abstract

In this work, the authors examine newsworthy events in the modern blogosphere, relying on the publications of bloggers of the 'Zen' platform, trying to determine their advantage. In the article, the co-researchers point out the first attempts to make sense of events, which were made in the late XX century and the first decade of the XXI century, observed in the campaigns of organisations. Later, the applied nature of event research was identified, which could be observed in the works of researchers in sociology, psychology, journalism, political science and others. Nowadays, news channels and social media are becoming the main sources for finding newsworthy events. To achieve the goal of the study, it is necessary to determine the advantages of events in the modern blogosphere, based on the publications of some channels of the 'Zen' platform. The material of the study is the event content of the 'Zen' platform, news feeds of online resources of periodicals 'Kommersant', channel 1 TV, Business Newspaper and others. Based on the analysis of scientific literature, the authors studied the structure, content, and the main audience of news events.

**Keywords:** newsworthy event, event, news, blogosphere, media space, content.

### Введение

Инфоповод в современном медиaproстранстве можно определить как событие, которое вызывает интерес целевой аудитории и массмедиа. Анализируя категорию «информационный повод» в медиасфере, зачастую мы встречали такие синонимы как «новость», «событие», употребляемые журналистами повсеместно. Подобное слияние понятий появляется ввиду нового положения информационного пространства, в котором, как справедливо отмечает Почепцов Г. Г. «событие имеет смысл только тогда, когда о нем сообщили СМИ. Если же такого сообщения не было, то можно считать, что не было и самого события» [13, С. 8]. Инфоповод по сути является событием, которое вызывает интерес целевой аудитории и массмедиа.

В последнее время наблюдается динамичное развитие традиционных СМИ (прессы, радио, телевидения), появление новых компьютерных технологий. Глобализация информационного пространства оказывает влияние на формирование контента в современной блогосфере, на ее языковые средства. Такие сложные и многогранные процессы требуют не только научного осмысления, но и практического исследования инфоповода.

Первые попытки осмысления инфоповода как предмета PR-деятельности были предприняты в России в конце XX в. и первое десятилетие XXI в. Именно на этот период приходится появление научных работ, в которых исследователи анализируют инфоповоды, наблюдаемые в конкретных кампаниях предприятий и организаций или в определенной сфере деятельности, что отражено в трудах Бусыгиной М.В. [2], Киуру К.В. [10] и Носовой Е.А. [12].

Прикладной характер исследования инфоповода можно наблюдать в работах по социологии у Голубина Р.В. [6], в психологии у Исмаиловой Н.П. [8], в журналистике у Ачиловой Е.Л., Кондрацкой В.Л. [1], в политологии у Калиниченко Д.И. [9] и других науках.

Актуальность работы обусловлена недостаточной изученностью инфоповода в блогосфере, так как рассмотрены лишь информационные поводы с точки зрения финансового сектора экономики (Радионцева Е.С.), представленные на результатах социологических исследований.

Цель исследования – определить преимущества инфоповодов в современной блогосфере, в частности, опираясь на публикации некоторых каналов платформы Дзен.

Материалом исследования является событийный контент платформы «Дзен», опубликованный в период с 1 января 2024 г. по 20 октября 2024 года, а также новостные ленты онлайн ресурсов периодических изданий «Коммерсантъ», канала 1 TV, Бизнес-газеты и других.

### **Основные результаты**

Изучению особенностей инфоповода посвящены работы (Радионцевой Е.С., Ачиловой Е.Л., Кондрацкой В.Л., Исмаиловой Н.П. и др.). В настоящее время основными каналами для нахождения актуального инфоповода, как подчёркивают исследователи, являются новостные каналы и социальные сети (Тертычный А.А., Волкова Е.В., Калиниченко Д.И.). Остается дискуссионным вопрос о границах категории информационный повод, его структуре и содержании.

Исследователи информационного повода в своих работах по-разному классифицируют данную категорию.

На основе мониторинга научных исследований в области информационно-коммуникационного пространства, проведенных в первые десятилетия XXI в., Гикис С.Н. выделяет производное «информационный повод» от категории «информация» и определяет два основных подхода к сущностному наполнению данной категориальной единицы [5].

В первую группу автор включает мнения специалистов в области рекламы и связей с общественностью, которые согласны с тем, что информационный повод – событие, востребованное в медиасреде, и является важным инструментом в реализации медиарилейшинз.

Ко второй группе исследователь относит высказывания теоретиков в области журналистики и массовой коммуникации, которые определяют инфоповод, как фактологическую основу медиатекста, обладающую рядом характеристик.

Стронникам социально-политической коммуникации информационный повод интересен важностью привлечения внимания целевой аудитории. Е.Н. Давыборец акцентирует внимание на проблеме информационной перегрузки людей и считает, что только яркая информация может быть сохранена в памяти [8].

Е.А. Королев разработал классификацию информационных поводов с учетом потребностей субъектов политической коммуникации и журналистов как авторов медиатекстов [12]:

- протокольный, освещает события первых лиц в стране и регионе и является базисом для создания информационной базы участников политической коммуникации;
- сенсационный, поэтапно стирает границы между политикой и шоу-бизнесом, где важным становится необычность события, а не сам источник информации;
- плюралистический, в основном подходит для независимых медиаредакций, предоставляющим своей целевой аудитории контент от различных политических сил.

Информационный повод, ставший в XXI в. неотъемлемым элементом в теории PR и журналистики в связи с развитием Интернета и изменениями в медиапотреблении, интегрирует событие в единую информационную картину дня. Однако исследователи до сих пор не пришли к единому пониманию природы информационного повода: в научных публикациях представлены лишь отдельные позиции.

Например, анализируя современные технологии в связях с общественностью, И. А. Быков перечисляет следующие ключевые информационные поводы: новости, знаменательные даты, общественно-значимые проблемы, специальные PR-мероприятия и чрезвычайные события, с возможным сенсационным эффектом [3]. Однако автор не приводит классификационных критериев, упоминает только необходимость достоверности и релевантности данной научной категории.

Нам близка позиция М.В. Гундарина, который предлагает такие критерии, необходимые для формирования информационного повода как: общественная значимость и привлекательность; близость взгляда аудитории, сенсационность материала, новизна и актуальность предлагаемых фактов, масштаб информации и т.д. [7].

### **Обсуждение**

Помимо практиков и теоретиков в журналистике, социологии, политологии, информационные поводы представлены компанией «Медialogия», авторитетным и признанным экспертом в мониторинге и анализе СМИ и аккаунтов социальных медиа. Согласно информации, представленной компанией на официальном сайте (<https://mlg.ru>), свой контент «Медialogии» поставляют более 80 тыс. издателей федерального и регионального уровней. «Медialogия» автоматически мониторит около 250 платформ – это более 500 тыс. сообщений СМИ и 100 млн сообщений соцмедиа в сутки.

Компания стала представлять в открытых источниках информационные поводы, вызвавшие наибольший резонанс в СМИ. Методика анализа основана на двух показателях – оценке количества публикаций с одинаковым информационным поводом и медиаиндексе, который позволяет качественно анализировать эффективность PR-деятельности, а именно информационного аспекта этой работы. Индекс рассчитывается автоматически на основе технологий лингвистического анализа по методике, разработанной компанией совместно с учеными-математиками и аналитиками массмедиа и PR.

Ранее Радионцева Е.С. в своей работе «Информационные поводы: технологии выхода компаний в медиaprостранство» рассмотрела проблему вывода информационных поводов компаний коммерческого сектора России на медийный рынок. В статье были приведены компании, инфоповоды которых вызвали наибольший общественный резонанс по итогам анализируемого периода: компания Domestos отремонтирует худшие туалеты в российских школах.

Еще одним заслуживающим внимание примером, по мнению автора, служит проект компании «Ростелеком» о запуске акции «IT-семья» по обучению пожилых людей цифровой грамотности. Проект дал возможность СМИ показать судьбы поколений, основанные на дружбе дедов и внуков.

В своей работе приведем несколько событий иного характера, не связанного с коммерческим сектором, попавших в ежегодный исследовательский проект компании Медиалогия «Инфоповод 2023 года» в номинации «ИТ и Телеком» в качестве победителей.

«Яндекс» научил нейросети расшифровывать архивные записи со сложной дореволюционной орфографией. Разработанная технология с помощью нейросети сможет разобрать рукописный текст XVIII-XIX веков, который неподготовленный человек вряд ли сможет понять. Отмечается также, что сервис сможет справиться с данной задачей за несколько секунд. Со временем количество хранилищ и доступных отсканированных файлов будет увеличиваться. Инфоповод собрал 1982 просмотра, как указано на странице РИА новости. Что касается данных от компании Медиалогия, то она указывает следующее:

- фактических сообщений – 145;
- медиаиндекс – 2109 [18].

«Одноклассники» запустили видеозаписи по архитектуре на примере известных зданий Москвы и Санкт-Петербурга. Экскурсии проводят в онлайн формате, на которых кратко можно ознакомиться с несколькими архитектурными стилями – авангардом, сталинским ампиrom и советским модернизмом. Лекции проходят в группе «Глазами инженера» в социальной сети. Эту новость прочли 1761 пользователь, как отмечено на molnet.ru. Медиалогия представляет такие данные по этому инфоповоду:

- фактических сообщений – 68;
- медиаиндекс – 2025 [19].

На примере компании Медиалогия, мы можем видеть медиаиндексы инфоповодов организаций коммерческого сектора за определенный период времени. Однако данный фактор не отражает полную картину, необходимую для описания целей нашей работы. Обратимся к платформе Дзен для того, чтобы понять, какие инфоповоды были популярны в период с 1 января 2024 г. по 20 октября 2024 г., каков рейтинг их просмотров и на какие медиаресурсы ссылались блогеры, используя события в своих публикациях. По нашему мнению, наиболее релевантными были темы:

- повышение демографии;
- выставка ПМЭФ-2024.

За указанный выше период к данным темам обращались следующие блогеры платформы «Дзен»: «Аврора 2», «Граммарнаци», «Venefica», имеющие более десяти тысяч подписчиков и регулярно публикующие статьи по актуальным инфоповодам и предлагающие читателям оценку происходящего.

Как известно, «Дзен» – российская блог-платформа для создания и просмотра контента. Лента «Дзена» доступна в мобильном приложении «Дзен» и на одноименном сайте. Она формирует ленту публикаций, автоматически подстраиваясь под интересы пользователя. Подбор публикаций осуществляется на основе анализа истории посещенных страниц, указанных пользователем предпочтений и других факторов.

Пользователи Интернета публикуют свои и читают или смотрят чужие материалы на различные темы: от рецептов до сборки автомобиля. Однако на данной платформе действует цензура по публикациям и видеоконтенту. Но, несмотря на это, платформа позволяет оставлять комментарии, и блогеры, публикуя свои статьи, могут давать оценку интересующим инфоповодам.

В отличие от «Медиалогии», у платформы «Дзен» нет методики анализа инфоповодов и расчета медиаиндекса. Однако, читая пост или статью, мы можем видеть количество просмотров, комментариев и лайков, тем самым понимая, насколько интересно то или иное событие. Стоит отметить, что блогеры платформы Дзен публиковали статьи к указанным инфоповодам и давали свою оценку в связи с появлением подобных новостей в различных СМИ. Так, новости о повышении демографии можно найти:

- в онлайн версии газеты «Коммерсантъ» за 06.09.2024:

*Глава комитета Госдумы по защите семьи Нина Останина считает, что в России нужно провести «специальную демографическую операцию». Начать ее она предложила с Дальнего Востока. По ее словам, комитет попросит правительство о создании единого демографического центра подготовки кадров [20].*

Издание указывает лишь о количестве просмотров (21 тысяча человек), у которых нет возможности оставить комментарии.

На данную новость, как инфоповод, приведем ответные реакции блогеров.

Так, на канале «Аврора 2» читаем:

*«...проблема демографии, это, конечно, всепланетная проблема, и даже супер развитые страны ею страдают, но мы... но мы в этих страданиях первые! Перестрадали всех! ...Решили, что надо увеличивать материнский капитал, строить садики, и просто обязательно создать министерство по этой проблеме!» (статья прочитана 9502 читателями, поставили лайк – 2537, 692 – написали комментарии) [28].*

Канал «Граммарнаци» считает необходимым дать следующую оценку проблеме демографии:

*«Проблема демографической ямы действительно существует. Кто же ее выкопал? На рождаемость влияет множество факторов. Причем иногда – совсем не так, как кажется на первый взгляд. Недавно я смотрела исследование о демографических проблемах в России и во всем мире. Оказывается, страны, где нет запрета на однополые связи, по*

уровню рождаемости намного обгоняют Россию.... Поэтому запрет радуги и борьба с прерываниями – не самые актуальные направления. Они не приносят существенного результата» (прочитали 2 675 тыс., 853 поставили лайк, 527 оставили комментарии) [33].

Канал «Venefica» предлагает читателям свою точку зрения по указанной выше дилемме:

«А теперь перейдем к демографии, которая по мнению лиц начальствующих как бы должна наполнять новыми смыслами заявляемую любовь к Родине, и с которой у нас как-то не очень... «Территорию обеспечивать всю в стране» – вот зачем нужно население» (прочитали 3405, 961 поставили лайк, 208 оставили комментарии) [35].

- в новостной ленте 1 канала 1 TV:

*Президент России Владимир Путин сегодня провел встречу в Кремле с главой Мордовии Артемом Здуновым, на которой они обсудили вопрос о повышении рождаемости в республике.* Путин спросил Здунова о рождаемости в регионе.

«Рождаемость – низкая. Это острая проблема для нас, это номер один, и с ней надо разбираться....Поэтому мы сейчас будем все возможности, которые были озвучены в послании, использовать, все силы на это кидать», — сообщил Здунов на встрече с Путиным [21].

1 канал лишь публикует новость, данные о количестве просмотров, а комментарии исключает.

Эта новость не оставляет равнодушной канал «Аврора 2»:

«...Знаете какое НО у Мордовии? Низкая рождаемость и проблема с медициной. Но глава Мордовии клятвенно пообещал президенту с сегодняшнего дня вплотную заняться этими проблемами. Особенно проблемой демографии! Так чего же такого волшебного в сегодняшнем дне, что поможет главе Мордовии поднять демографию у себя в регионе?» (прочитали – 6759, поставили лайк 2027, 403 оставили комментарии) [29].

- на одной из страниц в онлайн формате газеты «БИЗНЕС ONLINE»:

*Философ Александр Дугин назвал КВН ядовитой матрицей вырождения. По его словам, в России должны быть только нравственно здоровые развлечения (Например, хороводы и путешествия по родному краю), а все остальное необходимо запретить* [22].

На сайте данной газеты читателям предоставлена возможность оставить комментарии, но нет данных о количестве просмотров. Данной опцией смогли воспользоваться 76 человек.

Находим следующий отклик по данной теме на канале «Аврора 2»:

«Слышали, что сказал наш государственный идеолог мусье Дугин? Говорит – надо хороводы водить в березках разных, потом хорошо дети получаются» (прочитали 16,6 тысяч человек, 4547 поставили лайк, 797 оставили комментарии) [30].

Из указанных публикаций можно сделать вывод о количестве просмотров, комментариев и оставленных лайках. Вопрос повышения демографии бесспорно не оставляет равнодушным как читающих, так и пишущих блогеров. Не менее интересным, на наш взгляд, был инфоповод о выставке ПМЭФ, имевшей место 5-8 июня 2024 года в Санкт-Петербурге.

Событие можно было найти в следующих онлайн СМИ:

«Достижение инфляцией цели и поддержание ее на этом уровне. Цель – 4%», – указала глава ЦБ [23].

Ниже представим публикацию канала «Аврора 2» по этому поводу:

«...эта сцена длилась несколько секунд...Одни на сцене, другие в зале, и наша свет Эльвирушка говорит – в этом году мы попытаемся достигнуть инфляции в 4%. Сколько-сколько? – громко ахнул кто-то из сидящих. 4% – повторила она. И зал дружно заржал.... Но, в случае ее заявления даже эти великолепные актеры не сдержались!» (прочитали – 45,5 тыс., 7946 поставили лайк, 1042 оставили комментарии) [31].

*Несмотря на серьезность мероприятия, главным инфоповодом стало обсуждение меню и стоимости для гостей ПМЭФ-2024* [24].

На указанные заголовки в СМИ не смогли не отреагировать блогеры платформы Дзен.

Так, блогер «Аврора 2» оставляет следующий пот на своем канале:

«Вот и закончился экономический форум вселенского масштаба. Были все! Что еще было хорошего? Покушали хорошо! Будем смотреть правде в глаза и говорить гордо и радостно – покушали на форуме ХОРОШО!» (прочитали 23,8 тыс., 5448 поставили лайк, 766 оставили комментарии) [32].

*Выступление президента будет посвящено экономике страны – достижениям, экономическим проблемам, ориентирам на будущее, сообщили журналистам в Кремле. На пленарном заседании также запланированы выступления президента Боливии Луиса Альберто Арсе Катакоры и президента Зимбабве Эммерсона Мнангагвы. В начале выступления Путин отметил, что между странами началась гонка за укрепление своего суверенитета* [25].

Канал «Граммарнаци» комментирует данную новость следующим образом:

«На радость им же, трудящимся гражданам РФ, президент заявил, что поставленная им цель вхождения РФ в четверку экономик мира достигнута. При этом он сидел между президентами Боливии и Зимбабве. Возможно, он имел ввиду приоритет именно в этих странах третьего мира? Не форум, а сказка какая-то!» (прочитали 2 437 тыс., 924 поставили лайк, 393 оставили комментарии) [34].

*Колоритный «Молдавский двор» приглашает гостей познакомиться с богатой культурой, историческими традициями и современной жизнью Молдавии. Экспозиция представлена оппозиционным блоком «Победа». В составе большой делегации — лидер блока Илан Шор и глава Гагаузии, исполнительный секретарь блока «Победа» Евгения Гуцул, депутаты Парламента Республики Молдова, муниципальные советники, общественные деятели и бизнесмены.*

*По словам участников делегации, для них это мероприятие – еще один способ доказать, что жители республики настроены на дружбу с Россией и странами Евразийского экономического союза* [26].

*Телеведущая Юлия Барановская заявила о возрождении культурного кода России:*

«Наши прабабушки: родила в поле, положила, дальше косить, потом кормить, дальше работать. Мы на какой-то момент это потеряли, но быстро это возвращаем. Невозможно западным влияниям взять и избавить тебя от культурного кода», — отметила Барановская [27].

У блогера «Venefica» можно найти следующий отклик по вышеуказанным событиям:

«Теперь в ходу традиционные ценности, которые отчего-то среди молодежи уполномочили представлять Молдову и партию Шор. Смотрелось все радостно и обнадеживающе, и ценности были в полной безопасности в таком цветущем окружении....Короче, девушки, бросайте ваших бровистов и курсы по ноготочкам, айда учиться и косить, снопы вязать и сено в стога метать! Техника вам не поможет – а традиции помогут! И навыки древние!» (прочитали 7303, 1739 поставили лайк, 393 оставили комментарии) [36].

### Заключение

Проанализировав новостные ленты онлайн изданий «Коммерсантъ», канала 1 TV, Бизнес-газеты и других, мы пришли к выводу, что появление информационных поводов в них отражает моментальную реакцию блогеров платформы «Дзен». Преимущество инфоповодов в современной блогосфере зависит от интереса целевой аудитории, а именно: от количества просмотров публикаций, оставленных комментариев и лайков, в чем мы смогли убедиться на указанных в работе статьях блогеров.

### Конфликт интересов

Не указан.

### Рецензия

Все статьи проходят рецензирование. Но рецензент или автор статьи предпочли не публиковать рецензию к этой статье в открытом доступе. Рецензия может быть предоставлена компетентным органам по запросу.

### Conflict of Interest

None declared.

### Review

All articles are peer-reviewed. But the reviewer or the author of the article chose not to publish a review of this article in the public domain. The review can be provided to the competent authorities upon request.

### Список литературы / References

1. Ачилова Е.Л. Информационные поводы в крымских спортивных СМИ / Е.Л. Ачилова, В.Л. Кондратская // Ученые записки Крымского федерального университета имени В.И. Вернадского. — 2022. — № 3. — С. 136–145.
2. Бусыгина М.В. Двойственная природа пресс-релиза в СМИ: форма и содержание / М.В. Бусыгина // Известия ВГПУ. — 2010. — № 2(46). — С. 44–47.
3. Быков И.А. Типология информационных поводов / И.А. Быков. — Санкт-Петербург : ИВЭСЭП, Знание, 2008. — 130 с.
4. Волкова Е.В. Стратегическое планирование коммуникации врача в социальной сети на основе инфоповода COVID-19 / Е.В. Волкова // Вестник Томского государственного педагогического университета. — 2021. — № 4(216). — С. 24–36. DOI: 10.23951/1609-624X-2021-4-24-36.
5. Гикис С.Н. Информационный повод в контексте современной новостной журналистики / С.Н. Гикис // Медиаскоп. — 2024. — № 1. — URL: <https://mediascope.ru/2842> (дата обращения: 13.12.2024).
6. Голубин Р.В. Пенсионная реформа в восприятии российского общества: исследование средствами web-аналитики / Р.В. Голубин, А.П. Коротышев, П.П. Рыхтик // Вестник ПНИПУ. — 2021. — № 4. — С. 59–77.
7. Гундарин М.В. Книга руководителя отдела PR: практические рекомендации / М.В. Гундарин. — Санкт-Петербург : Питер, 2009. — 337 с.
8. Давыборец Е.Н. Современные технологии формирования имиджа государства / Е.Н. Давыборец, О.В. Кузьмина, М.С. Танцура // Вестник Забайкальского гос. ун-та. — 2018. — № 2. — С. 66–73.
9. Исмаилова Н.П. Психологический анализ механизма информационного вируса в период пандемии COVID-19 / Н.П. Исмаилова, З.С. Курбанова // Мир науки, культуры, образования. — 2022. — № 1(92). — С. 419–421. DOI: 10.24412/1991-5497-2022-192419-421.
10. Калиниченко Д.И. Политическая медиаповестка дня: эмпирический анализ новостных заголовков / Д.И. Калиниченко // Via in tempore. История. Политология. — 2022. — № 3. — С. 677–689. DOI: 10.52575/2687-0967-2022-49-3-677-689.
11. Киуру К.В. Типология информационных поводов в спортивной журналистике / К.В. Киуру // Вестник Челябинского государственного университета. — 2012. — № 5(259). — С. 88–91.
12. Королев Е.А. Медиаплюрализм как императив творческой деятельности журналиста / Е.А. Королев. — Санкт-Петербург : СПбГУ, 2016. — 357 с.
13. Носова Е.А. Информационный повод как основа взаимодействия пресс-релиза и журналистского текста / Е.А. Носова // Филология и человек. — 2013. — № 2. — С. 132–139.
14. Почепцов Г.Г. Теория коммуникации / Г.Г. Почепцов. — Москва : Рефл-бук, 2001. — 656 с.
15. Радионцева Е.С. Информационные поводы: технологии выхода компаний в медиaprостранство / Е.С. Радионцева // Коммуникативные исследования. — 2023. — № 2. — С. 317–333. DOI: 10.24147/2413-6182.2023.10(2).317-333.
16. Тертычный А.А. Жанры периодической печати / А.А. Тертычный. — Москва : Аспект Пресс, 2017. — 320 с.
17. Мониторинг СМИ и соцсетей // Медиалогия. — URL: <https://mlg.ru> (дата обращения: 13.12.2024).
18. Сысоев Г. Нейросети научили расшифровывать документы с дореволюционной орфографией / Г. Сысоев // РИА Новости. — 2023. — URL: <https://ria.ru/20230125/nefroset-1847255700.html> (дата обращения: 10.12.2024).

19. «Одноклассники» запустили видеоэкскурсии по архитектуре на примере известных зданий Москвы // Информационное агентство ТАСС. — 2023. — URL: <https://tass.ru/kultura/16808617> (дата обращения: 10.12.2024).
20. Кеффер Л. Останина предложила начать «демографическую спецоперацию» с Дальнего Востока / Л. Кеффер // Коммерсант. — 2024. — URL: <https://www.kommersant.ru/doc/6957600> (дата обращения: 10.12.2024).
21. Путин обсудил вопрос с главой Мордовии повышение рождаемости в республике // Первый. — 2024. — URL: [https://www.1tv.ru/news/2024-08-01/482163-putin\\_obsudil\\_vopros\\_s\\_glavoy\\_mordovii\\_povyshenie\\_rozhdaemosti\\_v\\_respublike](https://www.1tv.ru/news/2024-08-01/482163-putin_obsudil_vopros_s_glavoy_mordovii_povyshenie_rozhdaemosti_v_respublike) (дата обращения: 10.12.2024).
22. Дугин призвал запретить КВН в России: «Ядовитая матрица вырождения». — 2024. — URL: <https://m.business-gazeta.ru/news/641735> (дата обращения: 10.12.2024).
23. Шмелева Т. Набиуллина назвала основной КРІ для Банка России / Т. Шмелева. — 2024. — URL: <https://rg.ru/2024/06/06/nabiullina-nazvala-osnovnoj-kri-dlia-banka-rossii.html> (дата обращения: 10.12.2024).
24. Майорова А. «Башкирский гусь» за 25 тысяч и вино за 12 тысяч рублей: чем кормят на ПМЭФ-2024: обзор / А. Майорова. — 2024. — URL: <https://msk1.ru/text/food/2024/06/05/73665905/> (дата обращения: 10.12.2024).
25. Снегова Д. Выступление Путина на пленарном заседании ПМЭФ-2024. Главное / Д. Снегова // Ведомости. — 2024. — URL: <https://www.vedomosti.ru/politics/articles/2024/06/07/1042467-vistuplenie-putina-na> (дата обращения: 10.12.2024).
26. «Молдавский двор» на ПМЭФ. — 2024. — URL: <https://forumspb.com/news/news/%C2%ABmoldavskij-dvor%C2%BB-na-pmef/?lang=ru> (дата обращения: 10.12.2024).
27. Кучерас М. Юлия Барановская обрадовалась обсуждению семейных ценностей на ПМЭФ / М. Кучерас. — 2024. — URL: <https://www.gazeta.ru/culture/news/2024/06/08/23203537.shtml> (дата обращения: 10.12.2024).
28. Про демографию: назвали причины падения и способы поднятия // Канал «Аврора 2». — 2024. — URL: <https://dzen.ru/a/ZvKr5sxMWhb3NGle> (дата обращения: 10.12.2024).
29. Глава Мордовии на встрече с президентом пообещал поднять рождаемость в республике // Канал «Аврора 2». — 2024. — URL: <https://dzen.ru/a/Zqy9nMjtn0qj3l6d> (дата обращения: 10.12.2024).
30. «Хороводам – да, КВНу – нет». Еще раз про демографию, семью и детей // Канал «Аврора 2». — 2024. — URL: <https://dzen.ru/a/ZqJNSWzF107CH1PJ> (дата обращения: 10.12.2024).
31. Еще раз про ПМЭФ: самый смешной момент // Канал «Аврора 2». — 2024. — URL: <https://dzen.ru/a/ZmZ6iDVPsW93jbiX> (дата обращения: 10.12.2024).
32. Об окончании ПМЭФ: до экономики дело так и не дошло // Канал «Аврора 2». — 2024. — URL: <https://dzen.ru/a/ZmRbHENsWwXWn3DD1> (дата обращения: 10.12.2024).
33. Про демографическую яму и кто ее выкопал // Канал «Граммарнаци». — 2024. — URL: <https://dzen.ru/a/ZoJclGeh12vtJfs> (дата обращения: 10.12.2024).
34. Не форум, а сказка какая-то! Реальные успехи, достигнутые на ПМЭФ // Канал «Граммарнаци». — 2024. — URL: <https://dzen.ru/a/ZmWDl4ayRxq4SSRZ> (дата обращения: 10.12.2024).
35. Патриотизм и демография: кто, кого и почему? // Канал «Venefica». — 2024. — URL: <https://dzen.ru/a/ZsDylCv05Tx11V0y> (дата обращения: 10.12.2024).
36. ПМЭФ: традиционные ценности против западной бездуховности // Канал «Venefica». — 2024. — URL: [https://dzen.ru/a/ZmKsILpye0Cih8\\_L](https://dzen.ru/a/ZmKsILpye0Cih8_L) (дата обращения: 10.12.2024).

### Список литературы на английском языке / References in English

1. Achilova E.L. Informatsionnye povody v krymskih sportivnyh smi [Information occasions in Crimean sports media] / E.L. Achilova, V.L. Kondratskaja // Scientific Notes of the V.I. Vernadsky Crimean Federal University. — 2022. — № 3. — P. 136–145. [in Russian]
2. Busygina M.V. Dvoystvennaja priroda press-reliza v SMI: forma i sodержanie [The dual nature of the press release in the media: form and content] / M.V. Busygina // Proceedings of VSPU. — 2010. — № 2(46). — P. 44–47. [in Russian]
3. Bykov I.A. Tipologija informatsionnyh povodov [Typology of information occasions] / I.A. Bykov. — Sankt-Peterburg : IVESEP, Znanie, 2008. — 130 p. [in Russian]
4. Volkova E.V. Strategicheskoe planirovanie kommunikatsii vracha v sotsial'noj seti na osnove infopovoda COVID-19 [Strategic planning of physician communication in a social network based on COVID-19 info event] / E.V. Volkova // Bulletin of Tomsk State Pedagogical University. — 2021. — № 4(216). — P. 24–36. DOI: 10.23951/1609-624X-2021-4-24-36. [in Russian]
5. Gikis S.N. Informatsionnyj povod v kontekste sovremennoj novostnoj zhurnalistiki [Information occasion in the context of contemporary news journalism] / S.N. Gikis // Mediascope. — 2024. — № 1. — URL: <https://mediascope.ru/2842> (accessed: 13.12.2024). [in Russian]
6. Golubin R.V. Pensionnaja reforma v vosprijatii rossijskogo obschestva: issledovanie sredstvami web-analitiki [Pension reform in the perception of the Russian society: a study by means of web-analytics] / R.V. Golubin, A.P. Korotyshev, P.P. Ryhtik // PNIPU Bulletin. — 2021. — № 4. — P. 59–77. [in Russian]
7. Gundarin M.V. Kniga rukovoditelja otdela PR: prakticheskie rekomendatsii [The PR Manager's Book: Practical Advice] / M.V. Gundarin. — Sankt-Peterburg : Piter, 2009. — 337 p. [in Russian]
8. Davyborets E.N. Sovremennye tehnologii formirovaniya imidzha gosudarstva [Modern technologies of forming the image of the state] / E.N. Davyborets, O.V. Kuz'mina, M.S. Tantsura // Bulletin of Transbaikals State Univ. of Russia. — 2018. — № 2. — P. 66–73. [in Russian]
9. Ismailova N.P. Psihologicheskij analiz mehanizma informatsionnogo virusa v period pandemii COVID-19 [Psychological analysis of the information virus mechanism during the COVID-19 pandemic] / N.P. Ismailova, Z.S.

Kurbanova // The World of Science, Culture, Education. — 2022. — № 1(92). — P. 419–421. DOI: 10.24412/1991-5497-2022-192419-421. [in Russian]

10. Kalinichenko D.I. Politicheskaja mediapovestka dnja: empiricheskij analiz novostnyh zagolovkov [Political Media Agenda of the Day: An Empirical Analysis of News Headlines] / D.I. Kalinichenko // Via in tempore. History. Political Science. — 2022. — № 3. — P. 677–689. DOI: 10.52575/2687-0967-2022-49-3-677-689. [in Russian]

11. Kiuru K.V. Tipologija informacionnyh povodov v sportivnoj zhurnalistike [Typology of information occasions in sports journalism] / K.V. Kiuru // Bulletin of Chelyabinsk State University. — 2012. — № 5(259). — P. 88–91. [in Russian]

12. Korolev E.A. Mediapluralizm kak imperativ tvorcheskoj dejatel'nosti zhurnalista [Media Pluralism as an Imperative of Journalist's Creative Activity] / E.A. Korolev. — Sankt-Peterburg : SPbGU, 2016. — 357 p. [in Russian]

13. Nosova E.A. Informacionnyj povod kak osnova vzaimodejstvija press-reliza i zhurnalistskogo teksta [Information occasion as a basis for interaction between press release and journalistic text] / E.A. Nosova // Philology and Man. — 2013. — № 2. — P. 132–139. [in Russian]

14. Pocheptsov G.G. Teorija kommunikatsii [Theory of Communication] / G.G. Pocheptsov. — Moscow : Refl-buk, 2001. — 656 p. [in Russian]

15. Radiontseva E.S. Informacionnye povody: tehnologii vyhoda kompanij v mediaprostranstvo [Information occasions: technologies for companies to enter the media space] / E.S. Radiontseva // Communicative Research. — 2023. — № 2. — P. 317–333. DOI: 10.24147/2413-6182.2023.10(2).317-333. [in Russian]

16. Tertychnyj A.A. Zhanry periodicheskoy pechati [Genres of periodicals] / A.A. Tertychnyj. — Moscow : Aspekt Press, 2017. — 320 p. [in Russian]

17. Monitoring SMI i socsetej [Media and social media monitoring] // Medialogy. — URL: <https://mlg.ru> (accessed: 12/13/2024). [in Russian]

18. Sysoyev G. Neyroseti nauchili rasshifrovivat' dokumenty s dorevoljucionnoy orfografiyey [Neural networks taught to decipher documents with pre-revolutionary spelling] / G. Sysoyev // RIA News. — 2023. — URL: <https://ria.ru/20230125/nefroset-1847255700.html> (accessed: 10.12.2024). [in Russian]

19. «Odnoklassniki» zapustili videoekskursii po arkhitekture na primere izvestnykh zdaniy Moskvy ["Odnoklassniki" launched video excursions on architecture on the example of famous Moscow buildings] // TASS News Agency. — 2023. — URL: <https://tass.ru/kultura/16808617> (accessed: 10.12.2024). [in Russian]

20. Keffer L. Ostanina predlozhila nachat' «demograficheskuyu spetsoperatsiyu» s Dal'nego Vostoka [Ostanina suggested starting a 'demographic special operation' from the Far East] / L. Keffer // Kommersant. — 2024. — URL: <https://www.kommersant.ru/doc/6957600> (accessed: 10.12.2024). [in Russian]

21. Putin obsudil vopros s glavoy Mordovii povysheniye rozhdayemosti v respublike [Putin discussed the issue with the head of Mordovia to increase the birth rate in the republic] // First. — URL: [https://www.1tv.ru/news/2024-08-01/482163-putin\\_obsudil\\_vopros\\_s\\_glavoy\\_mordovii\\_povysheniye\\_rozhdaemosti\\_v\\_respublike](https://www.1tv.ru/news/2024-08-01/482163-putin_obsudil_vopros_s_glavoy_mordovii_povysheniye_rozhdaemosti_v_respublike) (accessed: 10.12.2024). [in Russian]

22. Dugin prizval zapretit' KVN v Rossii: «Yadovitaya matritsa vyrozhdeniya» [Dugin urged to ban KVN in Russia: 'Poisonous matrix of degeneration']. — 2024. — URL: <https://m.business-gazeta.ru/news/641735> (accessed: 10.12.2024). [in Russian]

23. Shmeleva T. Nabiullina nazvala osnovnoy KPI dlya Banka Rossii [Nabiullina named the main KPI for the Bank of Russia] / T. Shmeleva. — 2024. — URL: <https://rg.ru/2024/06/06/nabiullina-nazvala-osnovnoj-kpi-dlia-banka-rossii.html> (accessed: 10.12.2024). [in Russian]

24. Mayorova A. «Bashkirskiy gus'» za 25 tysyach i vino za 12 tysyach rubley: chem kormyat na PMEUF-2024: obzor [Bashkir goose' for 25 thousand and wine for 12 thousand rubles: what they will feed at SPIEF-2024: a review] / A. Mayorova. — 2024. — URL: <https://msk1.ru/text/food/2024/06/05/73665905/> (accessed: 10.12.2024). [in Russian]

25. Snegova D. Vystupleniye Putina na plenarnom zasedanii PMEUF-2024. Glavnoye [Putin's speech at the plenary session of SPIEF-2024. Key points] / D. Snegova // Vedomosti. — 2024. — URL: <https://www.vedomosti.ru/politics/articles/2024/06/07/1042467-vistuplenie-putina-na> (accessed: 10.12.2024). [in Russian]

26. «Moldavskiy dvor» na PMEUF ["Moldovan Court" at SPIEF]. — 2024. — URL: <https://forumspb.com/news/news/%C2%ABmoldavskij-dvor%C2%BB-na-pmef/?lang=ru> (accessed: 10.12.2024). [in Russian]

27. Kucheras M. Yuliya Baranovskaya obradovalas' obsuzhdeniyu semeynykh tsennostey na PMEUF [Yulia Baranovskaya rejoiced at the discussion of family values at SPIEF] / M. Kucheras. — 2024. — URL: <https://www.gazeta.ru/culture/news/2024/06/08/23203537.shtml> (accessed: 10.12.2024). [in Russian]

28. Pro demografiyu: nazvali prichiny padeniya i sposoby podnyatiya [About demography: they named the reasons for the fall and ways to rise] // Channel "Aurora 2". — 2024. — URL: <https://dzen.ru/a/ZvKr5sxMWhb3NGle> (accessed: 10.12.2024). [in Russian]

29. Glava Mordovii na vstreche s prezidentom poobeshchal podnyat' rozhdayemost' v respublike [The head of Mordovia at a meeting with the president promised to raise the birth rate in the republic] // Channel "Aurora 2". — 2024. — URL: <https://dzen.ru/a/Zqy9nMjtnOqj3l6d> (accessed: 10.12.2024). [in Russian]

30. «Khorovodam – da, KVNu – net». Yeshche raz pro demografiyu, sem'yu i detey ["To round dances – yes, to KVN – no". Once again about demography, family and children] // Channel "Aurora 2". — 2024. — URL: <https://dzen.ru/a/ZqJNSWzF107CH1PJ> (accessed: 10.12.2024). [in Russian]

31. Yeshche raz pro PMEUF: samyy smeshnoy moment [Once again about SPIEF: the funniest moment] // Channel "Aurora 2". — 2024. — URL: <https://dzen.ru/a/ZmZ6iDVPsW93jbiX> (accessed: 10.12.2024). [in Russian]

32. Ob okonchaniy PMEUF: do ekonomiki delo tak i ne doshlo [On the end of SPIEF: it never came to the economy] // Channel "Aurora 2". — 2024. — URL: <https://dzen.ru/a/ZmRbHENswXWn3DD1> (accessed: 10.12.2024). [in Russian]

33. Pro demograficheskuyu yamu i kto yeye vykopal [About the demographic hole and who dug it] // Channel "GrammarNazi". — 2024. — URL: <https://dzen.ru/a/Zo-JclGeh12vtJfs> (accessed: 10.12.2024). [in Russian]

34. Ne forum, a skazka kakaya-to! Real'nyye uspekhi, dostignutyye na PMEF [Not a forum, but a fairy tale! Real successes achieved at SPIEF] // Channel "GrammarNazi". — 2024. — URL: <https://dzen.ru/a/ZmWDl4ayRxq4SSRZ> (accessed: 10.12.2024). [in Russian]

35. Patriotizm i demografiya: kto, kogo i pochemu? [Patriotism and demography: who, whom and why?] // Channel "GrammarNazi". — 2024. — URL: <https://dzen.ru/a/ZsDylCv05TxI1V0y> (accessed: 10.12.2024). [in Russian]

36. PМЕF: traditsionnyye tsennosti protiv zapadnoy bezdukhovnosti [SPIEF: Traditional Values vs. Western Spiritlessness] // Channel "Venefica". — 2024. — URL: [https://dzen.ru/a/ZmKsILpye0Cih8\\_L](https://dzen.ru/a/ZmKsILpye0Cih8_L) (accessed: 10.12.2024). [in Russian]