**Журналистика в составе креативных индустрий:**

**способы создания творческого журналистского контента**

***Московкин Владимир Львович***

*Магистрант*

*АНО ВО «Институт современного искусства»*

*Кафедра журналистики и массовых коммуникаций, Москва, Россия*

*E-mail:* [*natalia\_vakurova@mail.ru*](mailto:natalia_vakurova@mail.ru)

В конце 2023 года Государственная Дума РФ приняла в первом чтении закон «О развитии креативных (творческих) индустрий в Российской Федерации» [1].

Депутат фракции КПРФ Олег Смолин высказал сомнение в том, что творческая деятельность может быть включена в экономическое понятие «индустрия». Он напомнил, что подавляющее большинство настоящих деятелей искусства о рынке никогда не думали, и многие из них умерли в бедности.

Однако сегодня продукты творческой деятельности массово выходят на рынок, в том числе на медиарынок, поэтому закон о креативных индустриях необходим и отражает современное развитие экономических и социально-культурных процессов в обществе. Важно, что законопроект определяет основы правового регулирования организации и развития в РФ креативных (творческих) индустрий как базового сектора креативной экономики и устанавливает условия их деятельности и государственной поддержки.

Система креативных индустрий включает в себя средства массовой информации и такие направления, как медиабизнес, журналистика, медиатехнологии и медиадизайн.

Рассмотрим основные способы создания креатива в журналистике.

1. *Визуализация*. Тенденция визуализации медийного контента развивается уже более двух десятилетий. В настоящее время можно констатировать, что сложилась система методов, позволяющих формировать легкий для восприятия и содержательный контент, востребованный целевой аудиторией [2, 3].
2. *Мультимедийность*. Размещение журналистских материалов в различных СМИ и на интернет-платформах расширяет аудиторию и повышает коммуникационную эффективность. Большинство редакций СМИ работают как конвергентные и требуют универсализации журналистской деятельности.
3. *Интерактивность.* Участие аудитории в создании контента стирает границу между коммуникатором и коммуникантом и создает больше условий для творческого осмысления актуальной проблематики. Особый интерес исследователей привлекает пользовательский контент, его модальность и стилистика, а также ведение дискуссий в группах социальных сетей по релевантным темам.
4. *Персонализация.* Повышается роль конкретной творческой личности, которая становится медиаперсоной и привлекает аудиторию. Личность журналиста сегодня крайне важна как в работе СМИ, так и в реализации творческих медиапроектов.
5. *Искусственный интеллект*. Появляются возможности генерирования новостной повестки, написания текстов, создания заголовков и поиска информации с помощью программ ИИ [4, 5, с. 9-10].

Вывод: журналистика имеет все признаки творческой деятельности и является важной составляющей системы креативных индустрий. Журналисты используют выразительные языковые средства, фото и видео-материалы, рисунки, графику, различные виды креолизованного текста. В современном интернет-пространстве стремительно набирают популярность визуальные мемы и дипфейки. На основе соответствующих технологий формируются креативные методы создания медиаконтента, развиваются такие форматы, как лонгриды, подкасты, сторителлинг в телеграм-каналах, различные иммерсивные проекты.

Таким образом, креативные технологии широко применяются в современной журналистике, которая развивается на основе новых социальных вызовов и цифровых технологий, открывающих безграничные возможности для развития СМИ как креативной индустрии.

**Литература**

1. Госдума приняла в I чтении законопроект о развитии креативных индустрий в России https://digital.gov.ru/ru/events/48501/
2. Вартанова Е.Л. О современных медиа и журналистике. Заметки исследователя. – М.: МедиаМир, 2015
3. Грабельников А.А., Гегелова Н.С. Экранная коммуникация и визуализация журналистики: история и современность: монография. - Москва, Берлин: Директ-Медиа, 2021
4. Гуськова С.В. Искусственный интеллект в работе журналиста: противоречия и прогнозы. – Журналистика в 2023 году: творчество, профессия, индустрия: сб. мат. Междунар. науч.-практ. конф. – М: Фак. журн. МГУ, 2024
5. Зимина Л.В. Нейросети в креативных индустриях. Журналистика в 2022 году: творчество, профессия, индустрия: сб. мат. междунар. науч.-практ. конф. – М.: Фак. журн. МГУ, 2023. С. 362-363