Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение

высшего образования «Челябинский государственный университет»

Факультет журналистики

**II Международная научно-практическая конференция «ПОЛЬЗОВАТЕЛЬСКИЙ КОНТЕНТ В СОВРЕМЕННОЙ КОММУНИКАЦИИ»**

***20–21 марта 2025 г.***

**Уважаемые коллеги!**

Факультет журналистики Челябинского государственного университета объявляет о проведении II Международной научно-практической конференции **«Пользовательский контент в современной коммуникации».** Конференция посвящена пользовательскому контенту (user-generated content, UGC), основным платформам («ВКонтакте», Telegram и другим), комментариям пользователей, любительской журналистике и другим формам коммуникации, возникающим в неинституциональной коммуникативной среде.

Помимо пленарного заседания и работы секций планируется проведение ряда практических мастер-классов от профильных специалистов.

**ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАБОТЫ КОНФЕРЕНЦИИ**

**Влияние UGC на профессиональную журналистику**

– Влияние пользовательского контента на принципы, приемы, стратегию и тактику профессиональной новостной редакции.

– Любительская журналистика: депрофессионализация в области создания новостного и аналитического контента как вызов отрасли.

– Новости и UGC: формирование повестки дня, изменение приоритетов в подаче новостей, влияние стиля UGC на новостные стандарты.

– Реальность и симулякры в зарубежных и российских медиа в эпоху пост-правды.

– Фактчекинг и пользовательский контент.

**Коммуникации и общение в условиях новой медиареальности**

– Визуальные практики в пользовательском контенте.

– Жанры сетевой коммуникации.

– Онлайн-нетерпимость: проявление и роль пользовательского контента.

– Пользовательский контент в интернет-коммуникации.

– Фэндомы, косплеи, спортивные фан-сообщества и прочие проявления фан-культуры.

**Междисциплинарные исследования в области пользовательского контента**

– Использование пользовательского контента в эмпирических экономических исследованиях.

– Политика и аудитория.

– Пользовательский контент и культура.

– Пользовательский контент и медиаобразование.

– Психологические особенности аудитории и исследование пользовательских реакций.

– Юридические особенности использования пользовательского контента.

– UGC в рекламе и PR.

**Пользовательский контент в философском осмыслении**

– Вопросы диалогичности современной цифровой культуры.

– Медиафилософское рассмотрение пользовательского контента.

– Эстетические измерения пользовательского контента и любительской коммуникации.

**Политическая ангажированность и пользовательский контент**

– Вопросы манипуляции общественным мнением.

– Политизация пользовательского контента в условиях острых идеологических противостояний.

– Превращение пользовательского контента в политический инструмент.

**Социопортрет пользователя: пользовательский контент в зеркале социологии**

– Вопросы фриланса и монетизации любительских практик.

– Пользовательский контент как отражение общественных отношений.

– Социологические исследования пользовательского контента.

**Язык и стиль пользовательского контента**

– Коммуникативный аспект: речевая агрессия и ее формы, имплицитность речевой агрессии, речевая интолерантность / толератность и речевые конфликты, эффективная коммуникация и коммуникативная прагматика, риторические приемы, позволяющие добиться коммуникативных эффектов, новые средства выразительности, образности и т. д.

– Нормативный аспект: нормы русского языка и расшатывание, нарушение норм, вопрос о стилистических нормах в пользовательском контенте, языковые нормы и жанровые формы пользовательского контента.

– Этический аспект: вопрос о речевой этике в пользовательском контенте, эвфемизация и речевая этика, речевая этика и различные этикетные ситуации (обращение, приветствие, извинение, просьба и др.).

**Приветствуется расширение тематики в области изучения пользовательского контента.**

К участию в конференции приглашаются специалисты в области журналистики и массовых коммуникаций, рекламы и PR, медиакоммуникаций, социологии, культурологии, философии, педагогики, филологии, психологии, антропологии, представители технических специальностей, исследователи интернет-пространства, программисты, экономисты и все те, кто заинтересован в обсуждении очерченных проблем. Оргкомитет надеется на внимание к конференции со стороны практикующих журналистов и специалистов в области онлайн-технологий.

Оргкомитет не практикует дискриминацию по возрасту, научным регалиям, ведомственной принадлежности и занятости участников конференции. Единственный критерий участия – качественная заявка, которая пройдет рецензирование и будет одобрена (см. *Приложения*). Поэтому просим особое внимание уделить тезисам доклада в заявке.

**Дедлайн** заявок: **01 марта 2025 года**.

Для участия в конференции необходимо отправить заявку, содержащую материалы доклада в виде статьи (см. раздел «Публикации»).

**Публикации**: материалы конференции (от 1 000 слов, не менее 5 научных источников в списке литературы) будут изданы в электронном научном журнале «[Динамика медиасистем](https://dynamicsmedia.ru/)» к началу конференции (РИНЦ). Авторам **одобренных заявок** будет предложено прислать полный текст статьи для размещения в научных журналах «[Знак: проблемное поле медиаобразования](https://znakmedia.ru/index.php/znak)» (перечень ВАК, К2) и «[Челябинский гуманитарий](https://znakmedia.ru/index.php/chelgum)» (перечень ВАК, К2). Условия и порядок размещения будут уточнены в последующих информационных письмах после дедлайна заявок.

Заявки принимаютсячерез сайт конференции <https://nauka-jourcsu.ru/konf/ugc> и дублируются по e-mail: konf\_jourcsu@mail.ru.

Принять участие в конференции можно в **очном** и **онлайн-формате**. Заочное участие не предусмотрено.

*По всем вопросам обращаться:* *konf\_jourcsu@mail.ru*

*Информация:* [*http://nauka-jourcsu.ru/ugc*](http://nauka-jourcsu.ru/ugc)

*С уважением, оргкомитет конференции «Пользовательский контент в современной коммуникации»*

*Приложение 1*

Форма заявки на

**II международную научно-практическую конференцию «ПОЛЬЗОВАТЕЛЬСКИЙ КОНТЕНТ В СОВРЕМЕННОЙ КОММУНИКАЦИИ»**

20–21 марта 2025 года

|  |  |
| --- | --- |
| ФИО полностью |  |
| Ученая степень (без сокращений) |  |
| Ученое звание (без сокращений) |  |
| Должность и место работы или учебы, полное название вуза или организации БЕЗ ведомственной принадлежности |  |
| Источник финансирования исследования (если есть) |  |
| Электронный адрес для связи |  |
| Тематическое направление |  |
| Тема доклада |  |
| Форма участия: очно/онлайн |  |

*Приложение 2*

**ТРЕБОВАНИЯ К ОФОРМЛЕНИЮ СТАТЕЙ**

Уважаемые авторы!

Ниже приводится шаблон для оформления статьи. Также приводим чек-лист, который поможет вам сориентироваться, соблюдены ли все требования по оформлению статьи. Просим удалить из файла справочный текст перед отправкой в редакцию.

*Чек-лист оформления для авторов*:

– обязательно укажите направление работы конференции, которому соответствует ваш материал; если для вашего материала не подходит ни одно из направлений, предложите свое;

– в тексте не должны использоваться переносы, отбивки красной строки при помощи пробелов или табуляции;

– в тексте используются только обычные тире при необходимости, длинные тире заменяются, даже если они использовались в цитатах, использование дефиса вместо тире не допускается;

– обязательно выставление неразрывных пробелов между инициалами и фамилией, если таковые приводятся в тексте;

– внутритекстовые ссылки на список источников оформляются в следующем виде: (Загидуллина 2018) – при указании на источник; (Simakova 2018: 84) – при цитировании конкретной страницы. В случае, если в списке литературы два и более источников одного автора, датированных одним и тем же годом, к году добавляются буквы английского алфавита, например: (Simakova 2018a), (Simakova 2018b), (Топчий 2020a), (Топчий 2020b), (Топчий 2020с). В списке литературы (и русскоязычном, и References) тоже ставятся буквы в соответствующих случаях;

– список источников приводится в алфавитном порядке; перевод библиографии на английский язык (References) приводится в том же порядке, что и русскоязычный список;

– все рисунки и таблицы приводятся с подписями и выделением курсивом в виде: *Рис. 1.* Наименование рисунка.

Ссылки на рисунки и таблицы в тексте обязательны в следующих форматах: 1) данные приводятся на рисунке 1; 2) отображены следующие данные (рис. 1); 3) отображены следующие данные (см. рис. 1).

НАПРАВЛЕНИЕ РАБОТЫ КОНФЕРЕНЦИИ (выбрать из списка или указать свое)

**НАЗВАНИЕ СТАТЬИ**

**Имя Отчество Фамилия1, Имя Отчество Фамилия2**

1 Университет, город, страна, электронная почта, номер ORCID (если есть)

2 Университет, город, страна, электронная почта, номер ORCID (если есть)

***Аннотация.***Текст аннотации – текст вашей заявки, рассмотренный и одобренный программным комитетом, а также доработанный вами в соответствии с рекомендациями рецензентов и  /  или по вашему усмотрению.

***Ключевые слова****:* не менее пяти и не более семи.

**НАЗВАНИЕ СТАТЬИ НА АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ**

**ФИО на английском языке приводятся в формате:**

**Svetlana I. (сокращение отчества до первой буквы) Simakova**

На английском языке: университет, город, страна, электронная почта, номер ORCID (если есть)

***Abstract***. Перевод аннотации на английский язык.

***Key words:*** перевод ключевых слов на английский язык.

**Подзаголовок 1** (если он помогает ориентироваться в логике статьи; автор может представить свой текст без деления на части)

# Текст Текст Текст Текст Текст Текст Текст Текст Текст Текст Текст Текст Текст Текст Текст Текст Текст Текст Текст Текст Текст Текст Текст Текст Текст Текст Текст Текст Текст Текст Текст Текст Текст Текст Текст Текст Текст Текст Текст Текст Текст Текст Текст Текст Текст Текст Текст Текст Текст Текст

# Подзаголовок 2

# Текст Текст Текст Текст Текст Текст Текст Текст Текст Текст Текст Текст Текст Текст Текст Текст Текст Текст Текст Текст Текст Текст Текст Текст Текст Текст Текст Текст Текст Текст Текст Текст Текст Текст Текст Текст Текст Текст Текст Текст Текст Текст Текст Текст Текст Текст Текст Текст Текст Текст

**Список источников** (не менее 6 позиций; из них не менее трети – не ранее 2019 года; на все источники в списке должны быть даны ссылки в тексте; все работы, упомянутые в тексте, должны быть включены в список). Обращаем внимание, что электронные ссылки даются только на сетевые издания, не существующие в печатном виде, причем ссылки должны быть именно на сайт издания, а не на электронные библиотеки. Во всех остальных случаях дается полное описание печатного источника (название журнала, год, номер, страницы).

**Внимание! В список включаются исключительно научные источники!** Любые ссылки на массмедиа, сайты, законы и другую информацию приводятся непосредственно в тексте в круглых скобках после упоминания. В список источников также не включаются неопубликованные работы, учебники, учебные пособия, диссертации**.**

**Пример оформления списка источников**

Загидуллина М. В. Алгоритм мультимодального дискурс-анализа любительских видеонарративов (к вопросу о материализации идентичности) // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2023a. № 4 (50). С. 66–78. DOI https://doi.org/10.47475/2070-0695-2023-50-4-66-78.

Загидуллина М. В. Социотехнические разрывы кризисных ситуаций // Динамика медиасистем. 2023b. Т. 3, вып. 1. С.  130–136.

Медиаэстетический компонент современной коммуникации : коллектив. моногр. / науч. ред. М. В. Загидуллина, А. К. Киклевич. Челябинск : Челяб. филиал РАНХиГС, 2020. 293 с.

Сафонов А. В., Топчий И. В. Система образов меморативного ландшафта археологического памятника Аркаим как фактор его популяризации // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2023. № 4 (50). С. 102–111. DOI https://doi.org/10.47475/2070-0695-2023-50-4-102-111.

Симакова С. И. Аркаим как элемент символического капитала Челябинской области // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2023. № 4 (50). С. 112–118. DOI https://doi.org/10.47475/2070-0695-2023-50-4-112-118.

Simakova, S., Topchii, I. Media aesthetic component in special projects of the “Arguments and Facts” edition // Przegląd Wschodnioeuropejski. 2020. № XI/2. Рр. 499–507. https://doi.org/10.31648/pw.6526.

**References (в том же порядке, что и в русскоязычном списке)**

Zagidullina, M. V. (2023a). Algoritm mul'timodal'nogo diskurs-analiza lyubitel'skikh videonarrativov (k voprosu o materializatsii identichnosti) [Algorithm for multimodal discourse analysis of amateur video narratives (on the issue of materialization of identity)]. *Znak: problemnoe pole mediaobrazovanija*, 4 (50), 66–78. DOI https://doi.org/10.47475/2070-0695-2023-50-4-66-78. (In Russ).

Zagidullina, M. V. (2023b.). Sotsiotekhnicheskie razryvy krizisnykh situatsiy [Socio-technical gaps in crisis situations]. *Dinamika mediasistem*, t. 3, 1, 130–136. (In Russ).

Zagidullina, M. V. & Kiklevich, A. K. (Eds.) (2020). *Mediaesteticheskiy komponent sovremennoy kommunikatsii* [Media aesthetic component of modern communication]. Chelyabinsk: Chelyab. branch of RANEPA. 293 p. (In Russ).

Safonov, A. V. & Topchii, I. V. (2023). Sistema obrazov memorativnogo landshafta arkheologicheskogo pamyatnika Arkaim kak faktor ego populyarizatsii [The system of images of the memorial landscape of the archaeological site Arkaim as a factor in its popularization]. *Znak: problemnoe pole mediaobrazovanija*, 4 (50), 102–111. DOI https://doi.org/10.47475/2070-0695-2023-50-4-102-111. (In Russ).

Simakova, S. I. (2023). Arkaim kak element simvolicheskogo kapitala Chelyabinskoy oblasti [Arkaim as an element of the symbolic capital of the Chelyabinsk region]. *Znak: problemnoe pole mediaobrazovanija*, 4 (50), 112–118. DOI https://doi.org/10.47475/2070-0695-2023-50-4-112-118. (In Russ).

Simakova, S. & Topchii, I. (2020). Media aesthetic component in special projects of the “Arguments and Facts” edition. *Przegląd Wschodnioeuropejski*, XI/2, 499–507. https://doi.org/10.31648/pw.6526.

**Информация об авторе (-ах)**

**И. О. Фамилия** – ученая степень, ученое звание, должность, аффилиация

**Information about the author(s)**

**Имя О. Фамилия (на английском языке)** – перевод информации на английский язык.

Автор(ы) заявляет(ют) об отсутствии конфликта интересов.

The author declares no conflicts of interests.