

читатель не способен к анализу сообщений, в частности, пониманию, где «факт», а где «мнение»; поэтому он наиболее подвержен воздействию телевидения, кинофильмов, мультфильмов, прессы, интернета. Поэтому современные СМИ, ориентированные на данную целевую аудиторию, должны понимать свою социальную ответственность и сохранять духовно-нравственную направленность.

Литература

1. Акопов, А.И. Методика типологического исследования периодических изданий / А.И. Акопов. – Иркутск: Изд-во Иркутского ун-та, 1985. – 320 с.
2. Чуковский, К. Матерям о детских журналах / К. Чуковский. – СПб.: Наука, 1911. – 87 с.

Дмитрий ДРОЗДОВ

Белорусский государственный университет

ЖУРНАЛИСТИКА НА ЦИФРОВОМ ПЕРЕПУТЬЕ: ОТ РЕПОРТЕРА ДО ЖУРНАЛИСТА-МЕДИА

Перманентные проблемы в мировой экономике, структурные изменения в сфере производства и потребления товаров и услуг заставили менеджмент редакций газет и журналов, радиостанций и телевизионных каналов, информационных агентств пересмотреть сложившуюся бизнес-модель приготовления, продажи и доставки своих продуктов потребителям. Сегодня журналистика представляет собой постоянно качественно и количественно изменяющуюся парадигму, где новости создаются профессиональными репортерами и случайными прохожими, оказавшимися со своими смартфонами на месте события, а различные веб-ресурсы стали важнейшими источниками информации. В результате синтагма ежедневной картины мира значительно расширилась, стала более многообразной и интересной, однако менее достоверной и без привычных этических рамок.

Развитие интернета, цифровых и мобильных технологий за последние несколько десятилетий в значительной степени изменили привычное информационное пространство, существенно расширив его и качественно трансформировав. Традиционные медиа для адаптации к существенным изменениям внешней среды были вынуждены включиться в процесс конвергенции, и те из них, которые сделали это наиболее эффективно, добились увеличения реальной аудитории, получили дополнительные доходы от рекламы, улучшили показатели экономической деятельности. Среди наиболее актуальных вызовов современной сферы

массовой коммуникации выделяют увеличение скорости передачи информации, рост количества авторов сообщений, усложнение связанных с этим правовых и морально-нравственных проблем, возможность контролировать активность пользователей [1].

Современные профессиональные журналисты должны вместе с менеджментом конкретной редакции находить «золотое правило» профессиональной и корпоративной этики, когда начинают вести персональный текстовый или видеоблог. В данном случае, оставаясь членом редакционного коллектива, журналист выступает как независимый автор, и у общественности возникает своеобразное «раздвоение» в восприятии его творчества, гражданской позиции: является оно исключительно личностным или все-таки существует в рамках творческой концепции редакции. Случаи из медийной практики показывают, что при всем разнообразии решений публицист и редактор, как правило, находят консенсус. Например, когда сотрудник ВВС Пол Мейсон создал персональный новостной блог и стал публиковать там репортажи, то после набора значительного количества подписчиков блог был интегрирован в сайт данной британской вещательной компании. А вот бывший журналист газеты «Коммерсантъ» Олег Кашин в своем блоге на платформе LifeJournal размещал фактологический материал, который не вошел в опубликованные на страницах издания статьи, а также ссылки на сайт газеты [2].

Такой организационно-творческий симбиоз является своеобразным переходом к приемам и методам исключительно веб-журналистики. Актуальные блоги, текстовые спортивные трансляции в режиме реального времени, обновления в течение дня информации о ходе важного события стали неотъемлемой частью новостных, тематических и других сайтов. Технологические инновации, в частности информатика, также влияют на современную журналистику через реализацию концепции связанных данных, под которыми в данном случае понимаются коллекции взаимосвязанных по определенным критериям наборов данных, а также методы оперирования связанных между собой структурированных данных. Это позволяет оптимизировать поиск, создание и распространение информации конкретной семантики, осуществлять поиск не только в коллекциях гипертекстовых документов, но и через гиперссылки в коллекциях сведений и фактов. В некоторых тематических секторах, таких как музыка, кино, этот метод используется медиакомпаниями постоянно.

Интересным проявлением конвергенции в зарубежной журналистике стало создание медиа специальных страниц, посвященных «живой истории» какого-либо события или явления. При таком методе подачи

информации аудитория получает необходимые экспертные оценки, краткий обзор и хронологию события, а также доходчиво изложенный рассказ о новейших разработках для решения задач в данной сфере. В качестве примера можно привести тематическую страницу на сайте газеты The New York Times, посвященную проблеме изменения климата [3].

Изменяется и сама структура личности журналиста, перечень и наполнение его функций. Концепция «универсального журналиста» получила свое дальнейшее развитие в журналисте-медиа, который на своем сайте, блоге, аккаунте выступает как полноценное средство массовой информации. Эта трансформация выражается и в том, что он становится предпринимателем, менеджером, занимаясь продажей собственных информационных товаров и услуг, привлекая рекламодателей. С технической стороны для этого тоже благоприятные условия, поскольку один качественный смартфон может заменить фотоаппарат, видеокамеру, звукозаписывающую аппаратура, ноутбук и другое необходимое ранее оборудование. В зарубежных СМИ уже давно менеджмент персонала практикует привлечение все большего количества фрилансеров и сокращение количества журналистов, работающих на условиях полной занятости.

В результате технологических изменений и инноваций форматы и каналы доставки массовой информации аудитории постоянно изменяются, но неизменной остается главная мотивация человека, во многом определяющая его образ жизни и поведение: желание узнать, как можно больше о других людях, обществе, природе, и самому рассказать, поделиться своими историями, мыслями и ощущениями. Этот вектор и должен оставаться направляющим при выработке стратегий развития современной журналистики.

Литература

1. Градюшко, А.А. Дигитализация белорусских печатных СМИ: модели использования социальных медиа / А.А. Градюшко // Знак: проблемное поле медиаобразования : научный журнал [Электронный ресурс]. – 2017. – № 3 (25). – Режим доступа: <http://elib.bsu.by/handle/123456789/184530> – Дата доступа: 18.12.2017.
2. Блог Олега Кашина [Электронный ресурс]. – 2011. – Режим доступа: <http://kashin.livejournal.com/> – Дата доступа: 18.12.2017.
3. Climate change [Electronic resource]. – 2017. – Mode of access: <https://www.nytimes.com/interactive/2017/12/06/climate/year-end-review.html>. – Date of access: 06.12.2017.