

5. Preventing cyberattacks the UK National Cyber Security Centre launched. BBCnews, 2017 [Electronic resource]. URL: <https://www.bbc.com/zhongwen/simp/uk-38976260> (date of access: 02.08.2020).
6. Joint ministerial foreword. GOV.UK, 2020 [Electronic resource]. URL: <https://www.gov.uk/government/consultations/online-harms-white-paper/public-feedback/online-harms-white-paper-initial-consultation-response> (date of access: 02.08.2020).
7. Чжуан Жунвэнь. Приказ Государственного интернет-информационного бюро (№ 5) // Коммюнике Государственного совета Китайской Народной Республики. 2020. № 8. С. 46–50.

ПОЗИТИВНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ ФЕНОМЕНА ПРЕССЫ

Чжао Лян

*Белорусский государственный университет,
ул. Кальварийская, 9, 220004, г. Минск, Республика Беларусь,
zhaoliangabcd@qq.com*

Потенциал печатных СМИ осмысливается на фоне ряда последствий негативного воздействия сетевого поля. Прослежены ценностные доминанты, трансляция которых доступна исключительно прессе. Перечислены возможности укрепления позиций прессы в среде современных медиа.

Ключевые слова: «картина мира»; роль прессы; качественная пресса.

POSITIVE POTENTIAL OF THE PRESS PHENOMENON

Zhao Liang

*Belarusian State University,
9, Kalvariyskaya Str., 220004, Minsk, Republic of Belarus
Corresponding author: Zhao Liang (zhaoliangabcd@qq.com)*

The article discusses the potential of printed media against the background of negative impact of digital media. Value dominants that are exclusively transmitted by the press are identified. Ways of strengthening the position of the press among modern media are suggested.

Key words: «world picture»; role of the press, high quality press.

Процессы трансформации СМИ поставили печатные издания в критическое положение. Однако ряд исследователей не только не согласны

с тезисом об их «уходе», но и прогнозируют им вполне достойное будущее. «Цифровизация несет печатным СМИ не смерть, а скорее дает им уникальные возможности для завоевания новых территорий и для реализации новых задач. Необходим, однако, поиск новых форм укрепления «здоровья» периодической печати» [1, с. 26].

Прежде всего, перспектива будущего печатных СМИ связана с рядом «издержек» цифровых форм подачи контента. Потребитель цифровой версии газеты мобилен, нетерпелив, привык визуально «схватывать главное» – это стимулирует интернет-версии к упрощению и стандартизации, априори исключая полноценность качества журналистских материалов, даже новостных. Такие критерии качества последних, как актуальность, достоверность, этичность, оперативность, репортажность, объективность, строгое структурирование, наличие авторитетных источников, можно соблюсти и в «цифре», но как быть с полнотой информации (деталью, контекстом, подтекстом)? Если качество «неполное», каким будет усвоение информации – а ведь она в итоге должна нести практическую пользу?

Эту риторику можно продолжить. Если читатель привыкает к «схватыванию» всей интересующей его информации в два-три клика и взгляда, зачем тогда разнообразие жанров? Зачем аналитика и публицистика? Но разве не именно в сфере смыслового богатства жанровых и дискурсивных форм мы имеем возможность получать из газеты не только информацию, но и знание? При таких обстоятельствах интернет-версия – с ее жесткой форматизацией, симплификацией, распыляющими внимание ссылками и аттрактивными рекламами – будет, в конце концов, формировать симулятивную («медийно-рекламную») картину мира вместо «когнитивной» [2, с. 134], и это меньше, чем гуманитарной катастрофой, назвать нельзя.

При отсутствии первостепенной роли Текста (Слова) сводятся на нет другие основные функции СМИ, кроме удовлетворения «потребности в отвлечении и развлечении, в получении утилитарных, практически полезных знаний». Ведь традиционно удовлетворялись также «потребности в самоутверждении, самопознании и самореализации, потребность в самовыражении, связанная с межличностными и групповыми контактами, потребность в принадлежности, приобщенности к той или иной социальной группе и, наконец, потребность в социальной ориентировке и участии в выражении общественного мнения» [3, с. 173]. В этом контексте М. В. Загидуллина говорит об «эрозии журналистской системы и депрофессионализации журнализма» [4, с. 203].

Очевидно, что бытие журналистики и аудитории исключительно в цифровом поле чревато деградацией обеих сторон, и опасность эта взаимобусловлена. Таким образом, позитивный потенциал полноценного существования прессы можно увидеть уже «от противного»: что будет, если пресса исчезнет. Обобщим и непосредственные ее возможности, которыми не обладают другие СМИ, прежде всего интернет.

Так, печатные СМИ играют ключевую роль в *консолидации информационной повестки* [1, с. 32]: конкретную газету в ее бумажном завершенном виде регулярно-периодично читают *все*, в то время как по ходу чтения онлайн-версии внимание читателей, увлеченное ссылками, неизбежно рассеивается.

Ценность качества: последовательность, подлинность, авторитетность информации – чрезвычайно сильные стороны печатных СМИ, поскольку они содержат материалы, прошедшие и конкурентный отбор, и профессиональную редакторскую обработку.

Ценность авторства в эпоху рерайта и копипаста невозможно переоценить. Здесь следует отметить *потенциал качественной публицистики*, которую создает именно Автор со своей позицией – пусть даже предвзятой, но персонализированной; Автор, с кем можно вести *диалог*, пусть даже только внутренний. Невозможно переоценить значение и этого фактора, ибо важнейшая функция диалога – «создание творчески мыслящей аудитории» [5, с. 100].

Традиционный «кредит доверия» аудитории: «веками накопленное доверие плюс ощущение... что слово, написанное журналистом, было уже многократно прочитано: редакторами, корректорами и так далее. Еще важно, что напечатанное слово обратной силы не имеет, тогда как в интернете задним числом можно удалить или, что намного хуже, изменить материал, и ссылка на него будет уже не объективной» [1, с. 26].

Целостность видения мира: «Газета осуществляет мониторинг того, что происходит в мире, позволяет видеть связь времен, об отсутствии которых всегда говорили те, кто боялся утраты человеком понимания связи времен, чувства времени» [6, с. 8]. В то же время слишком часто сетевые медиа дают картину упрощенную, размытую, мозаичную (читаем, разорванную), случайную, некорректно модерированную, гипертрофированную. «Поэтому человек медийный впитывает хаотичность и фрагментарность предоставляемого ему контента, что и формирует всеми порицаемое клиповое сознание» [7, с. 299]. Сформулируем эту

мысль еще так: прерогатива всех СМИ – *системное отображение всех сфер жизни общества*, но реально только газета-журнал это могут делать компактно и эффективно. Имеется в виду, что ТВ и радио априори фрагментарны в своих подходах, а интернет никогда не предоставит целостную картину в силу практики приоритетного модерирования контента, поставляемого пользователю на основе его интересов.

Как дать потенциалу прессы преимущество перед легкодоступной и часто бесплатной сетевой информацией, пусть даже в виде оцифрованных версий печатных изданий (учитывая психофизиологию потребления digital-контента)? Прежде всего, стоит вспомнить, что именно пресса «явилась своего рода лабораторией, в которой вырабатывался инструментарий коммуникативного взаимодействия СМИ и аудитории» [8, с. 68]. Если это так, прессу можно и нужно поддерживать ее же собственными силами и средствами.

Об этом убедительно пишет в своей монографии М. В. Загидуллина (Южно-Уральский государственный университет). Здесь предлагается: 1) «обеспечение развития каждого отдельного журналиста как уникального ведущего своего и редакционного профиля»; 2) «переориентирование работы... в сторону креативного развития основных навыков “старого” журнализма... культивирования профессиональной “археологии медиа”, позволяющей находить в прошлых периодах развития... перспективные концепции развития»; 3) «постепенный отказ от конвергенции... в пользу относительной архаизации способов подачи информации и ориентирование на менее широкие аудитории, чем в период массмедиацентризма» [4, с. 204].

Продуктивным (и дополняющим вышеизложенное) видится подход О. В. Смирновой (МГУ): кроме прочих выходов из «печатного кризиса», предложена «стратегия восстановления репутации печатных СМИ как действующих и необходимых обществу» [1, с. 33]. Речь, как мы понимаем, идет о самовосстановлении и самопродвижении прессы, целенаправленно и последовательно напоминающей о своем не только историческом (хронологическом), но и элитарно-интеллектуальном приоритете. Самопродвижение, реально поддержанное качеством продукта, укрепит и репутацию, и финансовую независимость печатных изданий.

Библиографические ссылки

1. Смирнова О. В. Стратегии печати в эпоху цифры // Вестник МГУ. Сер. 10. Журналистика. 2013. № 6. С. 26–32.

2. *Ежова Е. Н.* Картины мира в СМИ : типология, функциональность, каналы трансляции // Вестник ВГУ. Сер. Литературоведение. Журналистика. 2011. № 1. С. 132–135.
3. *Золотухин А. А.* Содержание (контент) как основная позиционирующая характеристика СМИ // Вестник ВГУ. Сер. Литературоведение. Журналистика. 2010. № 2. С. 172–175.
4. *Загидуллина М. В.* Панмедиатизация: закат вербальной коммуникации : Монография. Челябинск : Изд-во ЧелГУ, 2019. 225 с.
5. *Кройчик Л. Е.* От события к событию (организация диалога в публицистике) // Вестник ВГУ. Сер. Литературоведение. Журналистика. 2017. № 4. С. 100–103.
6. *Засурский Я. Н.* 20 лет свободы прессы // Вестник МГУ. Сер. 10. Журналистика. 2010. № 3. С. 5–8.
7. *Клушина Н. И.* Гуманитарные стратегии современных СМИ // Век информации / под ред. Г. Г. Щепиловой. Т. 2. Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций. СПб., 2016. С. 296–299.
8. *Лазутина Г. В.* Печатные издания в процессе ценностного ориентирования аудитории: возможности и результаты // Вестник МГУ. Сер. 10. Журналистика. 2013. № 6. С. 56–67.

ТРАНСФОРМАЦИИ КОНЦЕПЦИЙ МЕДИАТИЗАЦИИ В КОНТЕКСТЕ ФОНОВОЙ COVID-ПАНДЕМИИ

М. Г. Шилина

*Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова,
ул. Моховая, 9, 125009, г. Москва, Россия,
marina.shilina@gmail.com*

В статье впервые предпринята попытка анализа базовых параметров концепции медиатизации в контексте фоновой COVID-пандемии, которая спровоцировала для аудитории замену реальности ее медийной репрезентацией и обусловила императивность и тотальность применения интернета и цифровой датификации. В изучении медиатизации в условиях фоновой пандемии на основе системно-функционального и модельного подходов выявлены особенности новой квазисубъектности в интернете и предложены параметры интернет-насыщенности (интернет-сатурации) как базового параметра для релевантного исследования актуальной коммуникативной фигурации. Автор приходит к выводу, что императивное применение ин-