

СКВОЗНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ КАК ФАКТОР МЕДИАБЛАГОПОЛУЧИЯ АУДИТОРИИ*

В. Ф. Олешко

*Уральский федеральный университет,
ул. Мира, 19, 620002, г. Екатеринбург, Россия,
vladimir.oleshko@urfu.ru*

Сквозные цифровые технологии сегодня все более активно используются в деятельности массмедиа. Но в современных исследованиях, как показывает автор, необходимо акцентировать внимание и на том аспекте, что при их посредстве можно решать актуальнейшую задачу обеспечения медиаблагополучия представителей различных подгрупп массовой аудитории. В рамках пилотного исследования были проанализированы основные компоненты текстов сетевых изданий Уральского федерального округа России, опубликованных в 2022 году с использованием сквозных технологий. Полученные данные соотнесены с факторами успешности или неуспешности взаимодействия с массмедиа для решения проблемы психологического благополучия аудитории. Даны рекомендации по использованию сквозных цифровых технологий при подготовке текстов различных жанров.

Ключевые слова: массмедиа; сквозные цифровые технологии; аудитория; текст; медиаблагополучие; психологическое благополучие.

END-TO-END TECHNOLOGIES AS A FACTOR OF MEDIA WELL-BEING OF THE AUDIENCE

V. F. Oleshko

*Ural Federal University,
19, Mira Str., 620002, Yekaterinburg, Russia
Corresponding author: V. F. Oleshko (vladimir.oleshko@urfu.ru)*

End-to-end digital technologies are increasingly being used in the activities of mass media today. In modern research, it is necessary to focus on the aspect that with their help it is possible to solve the most urgent task of ensuring the media welfare of representatives of various subgroups of the audience. As part of a pilot study, the main components of the texts of online publications of the Ural Federal District of Russia published in 2022 using end-to-end technologies were analyzed. The obtained data are correlated with the factors of success or failure

of interaction with mass media to solve the problem of psychological well-being of the audience. Recommendations on the use of end-to-end digital technologies in the preparation of texts of various genres are given.

Key words: mass media; end-to-end digital technologies; audience; text; media well-being; psychological well-being.

Основными тенденциями развития общества в новейшем времени являются, как известно, процессы глобализации и цифровизации. Сквозные технологии при этом все больше влияют на самые разные сферы жизнедеятельности человека. К сквозным относятся те цифровые технологии, которые одновременно охватывают несколько трендов или отраслей. Так, в программе «Цифровая экономика Российской Федерации» [1], например, перечислены основные из них: нейротехнологии и искусственный интеллект; системы распределенного реестра; квантовые технологии; новые производственные технологии; промышленный интернет; компоненты робототехники и сенсорики; технологии беспроводной связи; технологии виртуальной и дополненной реальностей. В быту это, к примеру, возможности программы «умный дом», те же «умные часы», арендованные при помощи системы распределенного реестра автомобили или скутеры и т. д. Некоторые из данных технологий сегодня активно используются и в деятельности массмедиа. Где-то экспериментально, где-то с целью привлечь к потреблению контента молодежную аудиторию или для расширения диалоговых возможностей традиционных СМИ. Но в современных исследованиях, на наш взгляд, необходимо акцентировать внимание и на том аспекте, что при помощи сквозных технологий можно решать актуальнейшую задачу обеспечения медиаблагополучия представителей различных подгрупп массовой аудитории.

Цифровизация как неизбежный и постоянно развивающийся процесс изменения технологических возможностей носителей, трансформации источников информации, перманентной мультимедиаки контента требует новой грамотности, навыков, все чаще иных средств общения не только между людьми, но и между ними и государством, человеком и банками, учреждениями социальной направленности, а также предполагает новые образовательные среды. В то же время, современные пользователи, как свидетельствуют результаты проведенных в том числе и нами социологических исследований [2], все больше подвержены синдрому информационной усталости [3]. И если проблематика противостояния

фейковой информации, борьбы с теми, кто распространяет откровенно лживый или односторонне выгодный контент в различных медиасредах, в литературе освещена достаточно подробно [4; 5], то тема медийного (прежде всего психологического) благополучия предполагает поиск вариантов решения. Одним из них является более активное использование журналистами возможностей сквозных цифровых технологий.

Проникновение «цифры» во все сферы жизни активизировано и запросом представителей массовой аудитории на роль медиа как своеобразного проводника в эпоху транзитивности. «Психологическое содержание понятия «транзитивность» вбирает в себя как социальные трансформации, так и изменчивость социальных представлений и ценностей, и неопределенность норм и установок» [6]. На данный момент массмедиа широко используют сквозные цифровые технологии, к числу которых можно отнести прежде всего использование оформительских и иных компонентов для создания и эффективной трансляции мультимедийных текстов, формирование различных баз данных, включение при этом в арсенал творческой деятельности возможностей нейросетей, искусственного интеллекта, VR и AR-технологий. При их посредстве журналисты имеют возможность реализовать сразу несколько таких, к примеру, затратных ранее по времени функций, как отбор и генерация оригинального контента на основе больших данных, дополнительная проверка поступающих сообщений для исключения фейков, анализ пользовательских реакций аудитории для ее наращивания, поиск потенциальных рекламодателей и т. д.

Процесс формирования среды медиаблагополучия современного человека предполагает, на наш взгляд, прежде всего сохранение и развитие у него в цифровую эпоху уникальной возможности получать своевременный отклик на любые свои запросы практически от любого субъекта информационной деятельности. Журналисты таким образом могут корректировать контент своего массмедиа, делать его более востребованным посредством учета реакций и комментирования конкретных медиаматериалов, тем самым обеспечивая тесную связь с потребителями контента. Тексты при этом необходимо сегодня делить на те, что предназначены для быстрого чтения (к примеру, в транспорте), а также для длительного – домашнего или профессионального чтения. Модели «вовлеченного» потребителя могут на базе сквозных технологий реализовываться при посредстве лонгридов, сторителлинга, узкопрофильных подкастов, контекстных ссылок и т. д. Сравнение результативности сразу

нескольких медиаплощадок, измерение параметров аудитории по числу уникальных посетителей и демографическим показателям, фиксация практически поминутных котировок новостей на *mediametrics.ru* позволяет любой редакции подбирать наиболее эффективную для выполнения своих задач тактику. Но важнейшей функцией сквозных цифровых технологий, помогающих формированию среды медаблагополучия, как мы отмечали, является в современных условиях их использование для противостояния фейк-ньюс, откровенно пропагандистским и скрытым рекламным текстам, что способствует в том числе и предотвращению нарастания напряженности в информационных войнах, негативных психологических последствий у индивидов или даже у представителей тех или иных социумов.

Используя метод мониторинга, мы в рамках пилотного исследования выделили и проанализировали основные компоненты 55 текстов сетевых изданий УрФО, опубликованных в 2022 году с использованием сквозных технологий. Эти данные были соотнесены с факторами успешности/неуспешности взаимодействия массмедиа для решения проблемы психологического благополучия аудитории [7]. Таким образом, были сделаны выводы, которые могут определить сущность гипотезы, которую необходимо будет проверить на более объемной выборке.

Так, для подготовки качественных информационных сообщений основной сквозной технологией должно быть предопределено системное использование журналистами возможностей Big Data (больших данных). Причем интериоризация смысловых блоков креолизованных текстов – соотнесена с контекстными ссылками на прямые и косвенные источники. Публикации аналитических жанров должны быть подготовлены с опорой на большие данные, нейротехнологии и искусственный интеллект (для отслеживания реакций аудитории), учтены новые производственные технологии (прежде всего актуальное программное обеспечение айфонов). Мультимедийный характер представляемого контента любых аналитических жанров в обязательном порядке сопровождается красочной инфографикой, разъяснениями в форме пошаговых «гайдов», визуализированных Stories, и т. д. Художественно-публицистические жанры цифровой эпохи должны соответствовать нарративной картине мира, определяющей не только природу событийности, но и роль человеческого фактора в позитивном или негативном развитии процессов жизнедеятельности людей. Сквозные технологии, расширяющие мультимедийность текстов (новые производственные технологии, Big Data,

технологии виртуальной и дополненной реальностей и др.), позволяют в этом случае привлечь внимание, например, молодежи, достаточно критично относящейся к журналистскому творчеству в традиционных жанрах, вызвать ее на полемику.

Таким образом, как мы доказываем, проблема обеспечения не только диалоговых отношений, но и в целом психологического и медиаблагополучия представителей массовой аудитории сегодня напрямую связана с эффективным использованием журналистами возможностей сквозных цифровых технологий.

**Исследование выполнено в рамках целевой программы «Приоритет 2030» (проект УрФУ «Благополучие человека в условиях цифровой трансформации»).*

Библиографические ссылки

1. Программа «Цифровая экономика Российской Федерации». Распоряжение Правительства Российской Федерации от 28 июля 2017 г. № 1632 р. [Электронный ресурс]. URL: <http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/0001201708030016> (дата обращения: 24.08.2022).
2. Олешко В. Ф. «Инфопандемия» как явление современной медийной практики // Региональная журналистика в новой коммуникационной среде: уроки пандемии COVID-19: сб. мат. Всерос. научн.-практ. конф. с междунар. участием / сост. О. Ф. Автохудинова. Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2021. 174 с. С. 35–38.
3. Жилин И. С. Синдром информационной усталости как следствие глобальных трансформационных процессов // Философские проблемы информационных технологий и киберпространства. 2020:2. <https://doi.org/10.17726/philIT.2020.2.5>
4. Самородова Элина. К вопросу о противодействии фейковым новостям в цифровом пространстве // Меди@льманах. 2021:6. DOI: 10.30547/medialmanah.6.2021.4252.
5. Градюшко А. А. Современная журналистика в цифровой экосистеме: теоретические подходы зарубежных медиаисследователей // Журнал Белорусского государственного университета. Журналистика-2022;1: С. 22–27.
6. Марцинковская Т. Д., Полева Н. С. Поколения эпохи транзитивности: ценности, идентичность, общение [Электронный ресурс]. URL: <https://psy.su/feed/9479> (дата обращения: 26.07.2022).
7. Олешко В. Ф., Мухина О. С. Журналистика периода COVID-19: актуальные вызовы, пути трансформации // Вестник НГУ. Сер. История. Филология. 2022:6:30–39. DOI 10.25205/1818-7919-2022-21-6-30-39.