

4. Walker, A. The emergence of age management in Europe / A. Walker // International Journal of organisational behaviour. – 2005. – Vol. 10. – No. 1. – Pp. 685–697.
5. Frey, C. B., Osborne, M. A. The future of employment: How susceptible are jobs to computerisation? / C. Frey, M. A. Osborne // Technological forecasting and social change. – 2017. – Vol. 114. – Pp. 254–280.
6. Porcellato, L. et al. Giving older workers a voice: constraints on the employment of older people in the North West of England / L. Porcellato, et al. // Work, Employment and Society. – 2010. – Vol. 24. – No. 1. – Pp. 85–103.
7. Сизова, И. Л., Орлова, Н. С. Противоречия и напряженности в занятости лиц старших возрастов в современной России / И. Л. Сизова, Н. С. Орлова // Журнал Белорусского государственного университета. Социология. – 2021. – №. 1. – С. 107–119.
8. Taylor, P. et al. The older worker: Identifying a critical research agenda / P. Taylor, et al. // Social Policy and Society. – 2016. – Vol. 15. – No. 4. – Pp. 675–689.

УДК 070:004.738.5

ПРОФЕССИЯ ЖУРНАЛИСТА В ЭПОХУ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ: ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ И ПРАКТИЧЕСКИЕ РЕШЕНИЯ

Градюшко А. А.

*доцент Белорусского государственного университета
кандидат филологических наук, доцент
г. Минск, Беларусь*

Под влиянием технологических факторов медиасистема Республики Беларусь существенно трансформируется. Цифровые технологии кардинально изменили способы сбора, распространения и потребления новостей. Эти изменения поставили под сомнение и пересмотрели природу и практику традиционной журналистики, а также отношения между журналистами и аудиторией. Принципиально изменились модели медиапотребления аудитории, прежде всего молодежи. Возросло влияние глобальных медиаплатформ, таких как Facebook, TikTok, YouTube, Instagram и др. Усилилась борьба новостных организаций за контроль над распространением новостей перед лицом конкуренции со стороны алгоритмических сторонних посредников.

Развитие современных технологий, возрастание роли социальных сетей и мессенджеров, усиление влияния глобальных медиаплатформ заставляют нас изучать изменения в работе журналиста, произошедшие в результате процесса цифровизации. Современная цифровая журналистика получила колоссальные возможности создания разнообразного, качественного и социально значимого контента в интерактивных, мультимедийных и многоканальных форматах. Цифровые медиа успешно перестраивают творческие подходы с учетом новой реальности. Все это ставит перед ними новые задачи в борьбе за внимание аудитории.

Существует ряд концептуально и содержательно полезных исследовательских работ, затрагивающих те или иные аспекты развития журналистики в цифровой среде. В частности, отмечается, что появление цифровой журналистики стало результатом разрушения однонаправленной, пирамидальной модели традиционной журналистики. Ранее журналистика была в основном организована вокруг производства новостей редакциями. Интернет дал людям возможность самим распространять информацию с помощью социальных сетей.

Следует отметить, что в последние годы исследования в сфере цифровой журналистики стали самостоятельной научной областью. Более того, вместо терминов «интернет-журналистика», «веб-журналистика», «онлайн-журналистика», «мультимедийная журналистика» и других все чаще используется понятие «цифровая

журналистика». Если раньше речь шла о различных технологических аспектах творчества журналиста в интернете, то сейчас можно говорить о цифровой журналистике как экосистеме, т. е. сложной структуре взаимосвязей различных субъектов.

Профессор Стин Стинсен трактует понятие «цифровая журналистика» следующим образом: «это трансформирующаяся социальная практика отбора, интерпретации, редактирования и распространения фактической информации, представляющей общественный интерес, для различных видов аудитории в определенных, но меняющихся жанрах и форматах. Как таковая, цифровая журналистика формируется новыми технологиями и платформами, а также характеризуется все более симбиотическими отношениями с аудиторией» [1, с. 338].

Последствия этих структурных изменений в цифровых медиа систематизированы в монографии «Что такое исследования цифровой журналистики?» [2]. В частности, зарубежные ученые выделяют следующие четыре важнейших тренда, которые оказывают фундаментальное влияние на то, кто получает право производить и распространять новости в цифровой экосистеме:

1. Масштабный сдвиг и кризис в потоках доходов, поскольку рекламодатели в основном перешли к компаниям-платформам, а издатели обычно получают большую часть своих доходов от подписки.

2. Повышенное внимание к метрикам аудитории и аналитике в журналистском секторе.

3. Меняющиеся модели распространения контента, в которых доминирующее положение занимают цифровые платформы, не имеющие отношения к журналистским институтам.

4. Журналистика стала более уязвимой для манипуляций и дезинформации, что может способствовать снижению доверия аудитории.

Теоретические исследования показывают, что развитие цифровых технологий оказало значительное влияние на творческую деятельность журналиста, который работает в условиях конвергенции и многоплатформенности. Медиаконтент, который он производит, непрерывно обновляется, распространяется на разных цифровых платформах. Более того, реакцию аудитории на события, о которых пишут в СМИ, можно сразу увидеть на страницах в социальных сетях. Наконец, аудитория часто сама выступает в качестве источника информации.

Произошли радикальные изменения и в работе редакции. Журналисты перешли от подготовки информации к публикации в определенное время к ее ежечасной и даже ежеминутной публикации. Особенностью цифровой журналистики является предельная оперативность. Конкурентная среда требует немедленной реакции на событие, оперативного производства разнообразного, качественного и социально значимого контента. Важнейшим преимуществом цифровой журналистики считается ее интерактивность. Раньше свое мнение пользователи часто высказывали непосредственно под публикациями на сайтах, а также на форумах. Сегодня дискуссии все чаще разворачиваются в социальных сетях. Более того, успех материала во многих случаях определяется количеством комментариев, репостов и лайков. Важнейшей метрикой работы журналистов в цифровой среде становится вовлеченность аудитории. В частности, наибольшее число реакций вызывают посты, в которых сделан акцент на эмоциональных и неожиданных элементах истории в публикации, что соответствует предпочтениям пользователей и логике алгоритма новостной ленты.

До начала 2010-х гг. издатели новостей искренне предполагали, что их контент достигает широкой аудитории. Однако развитие цифровых платформ изменило динамику того, как аудитория потребляет масс-медийный контент, предоставив им больший выбор в отношении того, на каких площадках они читают новости. Для многих медиа, впрочем, и сегодня традиционный сайт остается важной платформой, так как он

принадлежит редакции, а к сотрудничеству с цифровыми гигантами такие СМИ подходят с осторожностью, задумываясь о зависимости от них, возможной блокировке аккаунтов, вопросах конфиденциальности и др.

Благодаря интерактивности аудитория получает возможность влиять на содержание того или иного интернет-издания. После публикации текст может изменяться, дополняться фото, видео и т. д. Но в борьбе за внимание читателей часто выигрывают не СМИ, а блогеры. В настоящее время многие СМИ испытывают кризис доверия аудитории. Молодежь все больше обращается к контенту, созданному гражданскими журналистами. В цифровую эпоху аудитории важно не только содержание, но и то, где именно опубликован контент. В связи с этим важнейшей особенностью журналистского творчества в цифровой среде является мультиплатформенность.

Перенос газетной публикации в онлайн без изменения формата подачи материала – одна из распространенных ошибок. Более того, нет никакого смысла в том, чтобы превращать сообщество в социальной сети в ленту ссылок на сайт. Для каждой платформы (газета, сайт, социальная сеть, канал в мессенджере) контент нужно готовить по-разному. При этом делается акцент на том, что «подача материала в социальной сети должна иметь более субъективный характер, в котором присутствуют эмоции, <...> еще один аспект адаптации связан с тем, что в социальных сетях работает правило уменьшения текста в пользу увеличения визуального ряда» [3, с. 194].

В ходе исследования нами было организовано анкетирование 85 руководителей региональных государственных газет Беларуси, а также проведено 56 интервью с главными редакторами. На вопрос «Каковы наиболее актуальные проблемы региональной журналистики?» были получены, в частности, следующие ответы: «потеря аудитории как печатной версии, так и электронной»; «снижение подписных тиражей, бедность информационных поводов»; «потеря аудитории в возрасте 18–35 лет»; «текучка кадров, низкий уровень их подготовки»; «журналисты в возрасте не могут работать по-новому»; «внутренняя конкуренция, одновременная гонка за подписчиками газеты, посетителями сайта и подписчиками соцсетей».

По мнению респондентов, эффективность журналистского творчества в цифровой среде могут повысить такие факторы, как «участие в обучающих семинарах»; «достойная оплата труда на сайте и в соцсетях»; «изучение опыта коллег»; «конкуренция, стремление развиваться профессионально и зарабатывать». При ответе на вопрос «Влияют ли новые технологии на журналистскую профессию?» 64,7 % указали, что труд журналиста изменился кардинально. Большинство респондентов высказали мнение, что в редакциях очень высокий ритм работы, им необходимо укладываться в более сжатые сроки, чем прежде. 52,9 % отметили, что журналист региональных СМИ становится универсалом, способным создавать контент для разных медиаплатформ.

Таким образом, журналистика как значимый социальный институт в начале 2020-х гг. оказалась под ударом цифровизации. Приходится констатировать, что новые технологии часто не лучшим образом сказываются на качестве и объективности журналистики, ее жанрово-тематической палитре. Мы можем отметить такие негативные тенденции, как публикация в социальных сетях значительного объема недостоверной информации, увеличение зависимости журналистики от глобальных цифровых платформ, отсутствие устойчивых бизнес-моделей в цифровой среде. Но все это отнюдь не означает, что СМИ не могут с оптимизмом смотреть в будущее отрасли.

Качественная журналистика, основанная на высоких профессиональных стандартах, в цифровую эпоху будет востребована не меньше, чем раньше. Главной ценностью средств массовой информации в цифровой среде, как в прежние времена, является их аудитория. Чтобы справиться с вызовами цифровизации, нужны энергичные молодые журналисты, которые хорошо ориентируются в цифровом пространстве. Важен

приток в редакции молодых творческих сил. Редакциям белорусских средств массовой информации предстоит справиться с зависимостью от глобальных цифровых корпораций, научиться взаимодействовать с молодой аудиторией, повысить эффективность менеджмента, освоить новые бизнес-модели.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Steensen, S. What Does Digital Journalism Studies Look Like? / S. Steensen // Digital Journalism. – 2019. – Vol. 7. – Iss. 3. – Pp. 320–342.
2. Steensen, S. What is Digital Journalism Studies? / S. Steensen, O. Westlund. – London : Routledge, 2020. – 136 p.
3. Грабельников, А. А. Процесс адаптации контента интернет-газеты Lenta.ru к пространству социальных сетей / А. А. Грабельников, Е. Чжеюань // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Литературоведение. Журналистика. – 2022. – Т. 27. – № 1. – С. 189–199.

УДК: 616-056.2-053.6:159.937.3:616.89-008.44:004-053.6

ВЗАИМОСВЯЗЬ СУБЪЕКТИВНОЙ ОЦЕНКИ СОСТОЯНИЯ СВОЕГО ЗДОРОВЬЯ И РИСКА РАЗВИТИЯ КОМПЬЮТЕРНОЙ ЗАВИСИМОСТИ У ПОДРОСТКОВ

Григорьева И. В.

*ведущий научный сотрудник отдела наркологии
Республиканского научно-практического центра психического здоровья
кандидат медицинских наук, доцент
г. Минск, Беларусь*

Кононов С. С.

*младший научный сотрудник отдела наркологии
Республиканского научно-практического центра психического здоровья
г. Минск, Беларусь*

Взросление, обучение и социализация современных детей проходит в условиях гиперинформационного общества, поскольку они являются первым поколением, рожденным в эпоху цифровых технологий. Это утверждение справедливо для всего мира. В США, Китае, Южной Корее практически все дети в возрасте до 8 лет, живущие с родителями, имеют гаджет. Широкий интерес вызывает изучение распространенности гаджетов среди детей и подростков в Беларуси, учитывая их потенциальную опасность для здоровья подрастающего поколения [1, с. 162].

А. А. Татаринчик отмечает, что современные школьники являются одной из самых многочисленных популяций людей, регулярно взаимодействующих с гаджетами [2].

А. Х. Курашинова указывает на то, что увлеченность цифровыми устройствами сказывается на психическом развитии ребенка. Согласно А. С. Максимовой и Л. М. Мануйловой у школьников может сформироваться зависимость от компьютерных игр и Интернета [3].

Наблюдения и исследования показывают, что для большинства подростков самое сильнодействующее наказание – это лишение планшета, а поощрение – дополнительное время с планшетом, или новый гаджет. Те подростки, которые лучше владеют ИКТ, имеют информационное преимущество, что для многих оправдывает неконтролируемое использование электронных носителей.

В подростковом возрасте долгое использование гаджетов может привести к ухудшению зрения, искривлению осанки, ожирению, бессоннице, а также к различным