

14. Саркисов Георгий. Виталий Третьяков: «Евромайда-ны превратили Украину в гуляй-поле» // Литературная газета. 9–15 марта 2022.

15. Сила в справедливости и правде. А правда на нашей стороне // Российская газета. 25 февраля 2022.

16. Там же.

17. Телеканал «Дождь» приостанавливает работу // URL: <https://tass.ru/obschestvo/13952963>

18. Член ОП сообщил, что в Рунете выявили около 1,4 млн. фейков о ситуации в Донбассе // URL: <https://tass.ru/ekonomika/13910>

СТРУКТУРНОЕ РАЗВИТИЕ ЖУРНАЛИСТИКИ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ СРЕДЫ

Градюшко А. А.

Белорусский государственный университет

webjourn@gmail.com

В исследовании рассматривается ряд теоретических аспектов развития журналистики в цифровой среде. Показана эволюция научных представлений о сущности термина «цифровая журналистика». Выявлены структурные изменения современных медиа в свете тенденций цифровизации медиaprостранства. Определены факторы, влияющие на продвижение контента в цифровой среде. Сделан вывод о радикальных изменениях в способах распространения и потребления новостей, а также усилении конкуренции со стороны глобальных платформ.

Ключевые слова: цифровизация, медиaprостранство, цифровые коммуникации, медиаисследования, аудитория, платформы.

Процессы цифровизации наблюдаются в большинстве стран мира и определяют переход к новым технологическим укладам.

В широком смысле цифровизация предполагает внедрение современных цифровых технологий в различные сферы жизни и производства. Применительно к журналистике она представляет собой процесс интеграции цифровых технологий во все аспекты журналистской работы, требующий внесения радикальных изменений в технологии поиска информации, жанры медиатекстов, редакционную культуру и др.; перевод содержания СМИ во всех его формах (текстовой, графической, звуковой) в цифровой формат. Понятие «цифровая журналистика», равно как и некоторые смежные, например «цифровая трансформация», «цифровой разрыв», «цифровизация» и др., относительно недавно вошло в употребление в профессиональной среде. Общепринятого его определения пока не сложилось. Некоторая размытость содержания объясняется еще и тем, что оно характеризует сравнительно новые, в значительной мере еще не изученные и очень динамичные явления. Цифровую журналистику можно функционально отличить от других видов журналистики, в частности, по ее технологической составляющей.

Существует ряд концептуально и содержательно полезных исследовательских работ, затрагивающих те или иные аспекты развития журналистики в цифровой среде. Вслед за российскими учеными мы можем констатировать, что «поступательные количественные трансформации обернулись качественным цифровым сдвигом» [1, с. 615]. В частности, 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. Читатели в социальных сетях могут обходиться без СМИ, и это главная угроза для медиаиндустрии в стремительно меняющемся мире. 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 исключительно о различных технологических аспектах творчества журналиста в интернете, то сейчас можно говорить о цифровой журналистике как экосистеме, т.е. сложной структуре взаимосвязей различных субъектов.

В зарубежной медиалогии понятие «цифровая журналистика» трактуется, в частности, 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» [2, с. 338].

Доцифровая журналистика по-прежнему остается жизнеспособной и влиятельной, тем не менее, в настоящее время она существует в совершенно другой структурной среде. Она придерживается своих идеалов и практик, возникших в то время, когда она была гравитационным ядром иерархической и централизованной информационной архитектуры. Появление новых цифровых платформ привело к конвергенции и стерло границы между различными типами медиа. Понятие «конвергенция» означает взаимосвязь, сближение, казалось бы, разных явлений. Например, одну и ту же информацию можно опубликовать и в газете, и в TikTok, но в разных форматах. Все это предоставило аудитории беспрецедентную свободу выбора.

Первые цифровые СМИ возникли в конце 1990-х гг. как ответ на развитие интернета. Как правило, на начальном этапе это были «зеркала» печатных изданий. Чуть позже появились сетевые СМИ, работающие исключительно в онлайн-среде при отсутствии офлайн-аналогов. Классические онлайн-ресурсы изначально хорошо ориентировались в цифровом мире. Это же можно сказать и об информационных порталах. Позже всерьез заявили о себе социальные медиа, потеснив профессиональный контент интернет-СМИ. Современный же этап развития медиа-

системы отличается господством цифровых глобальных медиа-платформ.

Последствия структурных изменений в цифровых медиа систематизированы в монографии «Что такое исследования цифровой журналистики?» [3]. 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. Контент, 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 раз-

нообразного, 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 как предпочтениям пользователей, так 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 бóльший 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. Более того, интерактивный компонент медиаконтента представляет собой эффективное средство формирования комьюнити [4]. 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 важ-

нейшей 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» [5, с. 194].

Поскольку сайт уже не является основной площадкой, многие медиа стремятся наращивать присутствие в социальных сетях, мессенджерах, на видеохостингах. При этом лучше всего сосредоточиться на тех платформах, которые демонстрируют наибольшую вовлеченность аудитории. Не стоит забывать о том, что алгоритмы каждой платформы (за исключением разве что Telegram) сами подбирают для нас контент, при этом создавая для каждого индивидуальную картину мира, нередко далекую от объективной. Это понятие в теории медиа получило название эхо-камера, или «информационный пузырь». Лента автоматически подстраивается под предпочтения каждого из нас и выдает только тот контент, к которому мы проявляем наибольший интерес. Вся иная информация, как правило, в ленту не попадает.

Важнейшим трендом стало также развитие мобильной журналистики. Доля посещения сайтов с мобильных устройств уже превышает 85%. Ранее считалось, что СМИ необходимо придерживаться концепции «пяти экранов» (ноутбук, десктоп, смартфон, планшет, смарт-ТВ). Сегодня очевидно, что главным гаджетом современности стал смартфон. Время, проводимое нами у экрана смартфона, в среднем составляет более 7 часов в день. Этот тренд принес несколько новых тенденций. Мы все чаще потребляем контент на ходу, новости случайно появляются

ся в наших лентах. Важно понимать, как новостной интернет-ресурс выглядит на смартфонах, какая информация выводится на первый экран, каков размер шрифта, несколько удачно отображаются фотографии и др. Следует отметить, что значимость главной страницы сайта уменьшилась. Многие из нас вообще не заходят на сайты интернет-СМИ, а узнают новости, например, из Telegram.

Суммируя результаты исследования, мы можем говорить о том, что профессия журналиста как значимый социальный институт в начале 2020-х гг. претерпевает структурные изменения под влиянием 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 схем монетизации контента в цифровой среде.

Радикальные изменения в способах распространения и потребления новостей, а также усиление конкуренции со стороны технологических платформ имеют серьезные последствия для бизнес-моделей редакций. В этих условиях структура доходов ведущих мировых медиа постепенно переходит от модели, основанной на подписке и рекламе, к модели, в основе которой лежат стратегии цифровой подписки и платного членства.

Становится очевидным, что редакциям газет необходимо активно заниматься поиском и внедрением новых путей монетизации цифрового контента. Это касается как сайтов, так и социальных платформ. Несмотря на значимые достижения в сфере конвергентности, лишь при наличии устойчивых поступлений от цифрового сегмента медиа смогут сохранять относительную финансовую устойчивость. 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.

Миссия журналистики, ее функции и принципы не меняются, не должны и не будут меняться. Появляются лишь новые технологии, что естественно. Важнее всего способность журналиста найти информационный повод, выбрать тему, собрать факты, проверить их достоверность, после чего грамотным языком рассказать о событии в принятом в данном СМИ формате. По-прежнему важна социальная миссия журналистики. Это вещи, которые не должны и не будут меняться. Они являются фундаментальными и важными для качества профессиональной журналистики в эпоху цифровых технологий.

Список литературы

1. Поляков М. Л., Слепцов Н. А. Сдвиг медиапотребления в России: обзор тенденций // Вестник РУДН. Серия: Литературоведение. Журналистика. 2022. Т. 27. № 3. С. 615–630.

2. Steensen S. What Does Digital Journalism Studies Look Like? // Digital Journalism. 2019. Vol. 7, iss. 3. P. 320–342.

3. Steensen S., Westlund O. What is Digital Journalism Studies? London: Routledge, 2020. – 136 p.

4. Зверева Е. А. Интерактивный компонент медиаконтента как средство формирования комьюнити // Медиалингвистика. Материалы VI международной научной конференции. Науч. редактор Л. Р. Дускаева, отв. редактор А. А. Малышев. Санкт-Петербург, 2022. С. 687–691.

5. Грабельников А. А., Е Чжеюань. Процесс адаптации контента интернет-газеты Lenta.ru к пространству социальных сетей // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Литературоведение. Журналистика. – 2022. – Т. 27, № 1. – С. 189–199.