

Как стирается она и в юридическом смысле.

5. Правовой аспект. Блогер с числом подписчиков более трех тысяч сегодня фактически подпадает под те же ограничения, что и СМИ.

Таким образом, мы видим рождение новой целостности. Гражданская и традиционная журналистика в этом контексте все больше представляются атавизмами. Обе сущности сливаются в нечто гомогенное, усредненное.

А с развитием технологий нивелируется и реальный субъект высказывания. На сцену выходит нейросеть. В плане производства контента она уже готова теснить и журналистов, и блогеров, и простых интернет-пользователей. Создавать по запросу анонимных интересантов собственный вымышленный мир.

И тут возможна обратная отмашка маятника, когда автору для удержания аудитории на любой из площадок потребуются и проверка информации, и надежные источники, и экспертный пул, и реальный, а не сгенерированный искусственным интеллектом мультимедийный контент, верифицированный самим этим персонализированным авторством.

Последствия наблюдаемых нами изменений пока трудно предсказуемы. Довольно оптимистичный сценарий рисует военный корреспондент РИА «Новости» Александр Харченко: «Так что же станет с журналистом? Его значение вырастет многократно. Журналист превратится в нотариуса информационного поля. Отныне он будет заверять своей репутацией тот материал, который выпускает. Люди будут переходить от безликих агрегатов к персонифицированной информации. Значение института репутации вырастет многократно. Журналист станет настоящим поводырем в бушующем мире информационного хаоса» [2].

Как бы то ни было, границ между редакционными офисами и любыми онлайн-платформами в этом хаосе уже не будет. Как не будет их и в сознании самих пишущих или читающих.

ЛИТЕРАТУРА

1. Мирошниченко А.А. Когда умрут газеты. — М.: Книжный мир, 2011. — 224 с.
2. Харченко А. Нейросети и будущее военной журналистики / А. Харченко. — URL: <https://t.me/bayraktar1070/972> (дата обращения 04.04.2023).

*Градюшко А.А.
Белорусский государственный университет*

РАБОТА БЕЛОРУССКИХ МЕДИА В УСЛОВИЯХ РАСТУЩЕГО ВЛИЯНИЯ ЦИФРОВЫХ ПЛАТФОРМ (НА ОСНОВЕ ОПРОСА ГЛАВНЫХ РЕДАКТОРОВ)

В условиях цифровизации медиaprостранство характеризуется «становлением новых практик и инструментов в создании журналистского содержания» [1, с. 8]. Вполне очевидно, что «почти во всех возрастных

группах использование мессенджеров, социальных сетей, поисковиков, онлайн-видеосервисов превосходит традиционные медиа» [2, с. 615]. Цель исследования заключалась в выявлении специфики работы белорусских медиа в условиях растущего влияния цифровых платформ. Его основу составил количественный опрос главных редакторов белорусских региональных государственных медиа (n=22), проведенный в ноябре 2022 г. в Минске.

Первый вопрос был сформулирован следующим образом: «В чем, по вашему мнению, состоит миссия современного журналиста?». Приводим некоторые ответы: «достоверно и оперативно информировать население о событиях», «не столько информировать, столько разъяснять», «доносить до человека информацию, отвечающую интересам государства», «говорить правду», «быть посредником между редакцией и читательской аудиторией», «удерживать тираж газеты от падения».

По мнению 86,4% опрошенных, возникновение глобальных цифровых платформ (соцсети, мессенджеры) оказало значительное влияние на производство и распространение новостей в цифровой среде, а также на развитие и будущее традиционных СМИ. Наиболее перспективной стратегией работы в цифровых средах опрошенные эксперты считают наращивание своего присутствия на платформах, дистрибуцию контента с их помощью, размещение на них уникальных материалов (90,1%). Стремление уменьшить свою зависимость от платформ, которые не являются собственностью редакций, высказало лишь 9,9% участников исследования.

В то же время большинство опрошенных (63,6%) в основном согласны с тем, что журналистика становится подвластной алгоритмам цифровых платформ в социальных сетях. Важно подчеркнуть, что представители отрасли отчасти согласились с тем, что цифровые платформы забрали значительные объемы доходов у традиционных СМИ. Исследование показало, что редакциям необходимо активно заниматься поиском и внедрением новых путей монетизации цифрового контента. Это касается как сайтов, так и социальных сетей.

На вопрос «Готовятся ли в вашей редакции материалы специально для сайта и соцсетей?» 100% медиаменеджеров ответили положительно. При этом в большинстве случаев (63,6%) на сайте издания так или иначе работают все журналисты, которые создают контент для различных цифровых сред (газета, сайт, соцсети). В 36,4% случаев создан отдел (есть журналист), который занимается наполнением сайта, а остальные творческие сотрудники пишут только в газету.

В частности, 81,8% экспертов отметили, что журналисты испытывают большие перегрузки, режим работы в редакции очень интенсивный. В контексте растущего влияния цифровых платформ журналистам приходится заниматься как ведением редакционного сайта, подготовкой для него

текстового, визуального и видеоматериала, так и дистрибуцией контента в социальных сетях и мессенджерах.

Наиболее эффективными видами контента для дистрибуции журналистских материалов в социальных сетях и мессенджерах опрошенные эксперты считают видео (63,6%), небольшие тексты (63,6%), фото (40,1%), Stories (40,1%) и дайджесты новостей (13,6%). По мнению представителей отрасли, сотрудникам редакций необходимо получать новые знания, связанные с работой в графических и видеоредакторах, созданием заголовков, привлечением аудитории.

Главные барьеры и риски, связанные с работой журналистов в цифровых средах, участники опроса связывают с зависимостью от алгоритмов платформ (50%), кражей контента, защитой авторского права (36,3%), кликбейтом и манипуляцией (27,2%), потерей доходов (27,2%), депрофессионализацией журналистики (13,3%), фейковыми новостями (13,3%). Такие риски, как вопросы конфиденциальности и защиты личных данных, политическая поляризация, эффекты «эхо-камер», не являются значимыми для участников исследования.

Важно подчеркнуть, что 63,6% главных редакторов совершенно согласны с государственным регулированием цифровых платформ (признанием их экстремистскими организациями, запретом деятельности в стране и др.), 18,1% респондентов в основном поддерживают эту меру, 13,6% отчасти согласны с действием государственного регулятора, и лишь 4,7% выбрали вариант «скорее нет».

Таким образом, результаты количественного опроса главных редакторов белорусских региональных государственных газет показали значительные изменения, происходящие в редакциях под влиянием цифровизации. В этом контексте важной задачей становится построение более тесных отношений с аудиторией и увеличение ее вовлеченности, а также диверсификация цифровых доходов в условиях усиления влияния платформ на медиапространство.

ЛИТЕРАТУРА

1. Вартанова Е.Л. Меняющаяся архитектура медиа и цифровые платформы / Е.Л. Вартанова // Меди@льманах. – 2022. – № 1 (108). – С. 8–13.
2. Поляков М.Л., Слепцов Н.А. Сдвиг медиапотребления в России: обзор тенденций / М.Л. Поляков, Н.А. Слепцов // Вестник РУДН. Серия: Литературоведение. Журналистика. – 2022. – Т. 27. – № 3. – С. 615–630.