

Научная статья

УДК 070

DOI 10.25205/1818-7919-2024-23-6-32-43

Цифровые компетенции профессиональной успешности современного журналиста

Владимир Федорович Олешко¹
Евгений Владимирович Олешко²

^{1,2} Уральский федеральный университет
имени первого Президента России Б. Н. Ельцина
Екатеринбург, Россия

¹ vladimir.oleshko@urfu.ru, <https://orcid.org/0000-0003-3001-7391>

² evgeny.oleshko@urfu.ru, <https://orcid.org/0000-0002-1377-369X>

Аннотация

Целью данного исследования является анализ факторов, определяющих процесс трансформации медиасферы цифровой эпохи. Как доказывается, сегодня предельно актуализирована проблема поиска / разработки уникальных методов и приемов повседневной работы журналистов. Использование сквозных цифровых технологий рассматривается в статье как базовое условие в целом развития социального института журналистики при смене традиционных моделей функционирования СМИ. Исследование основано на положениях системного и когнитивного подходов с опорой на актуальную эмпирическую базу из 68 публикаций. В итоге авторы выделили и описали наиболее продуктивные варианты использования возможностей сквозных технологий, по результатам системного анализа были определены характеристики эффективных текстов, детерминирующие в том числе и цифровые компетенции профессиональной успешности современных журналистов.

Ключевые слова

цифровизация, журналист, сквозные технологии, массмедиа, аудитория, повестка дня, диалог, жанр, творчество

Для цитирования

Олешко В. Ф., Олешко Е. В. Цифровые компетенции профессиональной успешности современного журналиста // Вестник НГУ. Серия: История, филология. 2024. Т. 23, № 6: Журналистика. С. 32–43. DOI 10.25205/1818-7919-2024-23-6-32-43

Digital Competencies of Professional Success of a Modern Journalist

Vladimir F. Oleshko¹, Evgeny V. Oleshko²

^{1,2} Ural Federal University
Yekaterinburg, Russian Federation

¹ vladimir.oleshko@urfu.ru, <https://orcid.org/0000-0003-3001-7391>

² evgeny.oleshko@urfu.ru, <https://orcid.org/0000-0002-1377-369X>

Abstract

The study aims to analyze the factors determining the process of transformation of the media sphere of the digital era. Journalists face increasing competition from non-professionals – bloggers, citizen journalists, just eyewitnesses of bright events who post messages on social networks and messengers. Therefore, it is crucial to find / develop unique

© Олешко В. Ф., Олешко Е. В., 2024

ISSN 1818-7919

Вестник НГУ. Серия: История, филология. 2024. Т. 23, № 6: Журналистика. С. 32–43

Vestnik NSU. Series: History and Philology, 2024, vol. 23, no. 6: Journalism, pp. 32–43

methods and techniques to organize creative activity. The study is based on the systemic and cognitive approaches. From March 2022 to March 2023, the Russian federal and regional (macro-region of the Greater Urals) media spheres were monitored. The empirical base includes the results of the analysis of 68 publications, as well as the materials of a previously conducted survey of regional journalists. The authors of this article identifies and describes the most productive ways to use the capabilities of end-to-end technologies in everyday journalistic activities. Based on the results of the system analysis, they characterize the indicators of effective texts, which determine, among other things, the digital competencies of the professional success of modern journalists.

Keywords

digitalization, journalist, end-to-end technologies, mass media, audience, agenda, dialogue, genre, creativity

For citation

Oleshko V. F., Oleshko E. V. Digital Competencies of Professional Success of a Modern Journalist. *Vestnik NSU. Series: History and Philology*, 2024, vol. 23, no. 6: Journalism, pp. 32–43. (in Russ.) DOI 10.25205/1818-7919-2024-23-6-32-43

Тренд на повсеместную цифровизацию всех сфер человеческой деятельности предопределил тот факт, что важнейшим фактором, обеспечивающим конкурентоспособность компании, предприятия, организации, является сегодня практика эффективного внедрения ими новейших технологий. В Программе «Цифровая экономика Российской Федерации»¹ названы девять ключевых научно-технических направлений, при посредстве которых, как свидетельствует практика, не только разрушаются границы использования конкретных цифровых технологий лишь в отдельных отраслях (поэтому данные технологии именуются «сквозными»), но и радикально меняется ситуация на существующих рынках, в том числе медийном [Вартанова, 2022; Вырковский, Макеенко, 2021].

При этом практическую работу субъектов информационной деятельности различных подгрупп трудно сейчас представить в отрыве от Интернета и от перманентно развивающегося программного обеспечения. А журналисты оказались в ситуации, когда конкуренцию им в медийном поле всё чаще составляют непрофессионалы – блогеры, гражданские журналисты, просто очевидцы ярких событий, выкладывающие свои сообщения в социальных сетях и мессенджерах [Маслов, 2021].

Зарубежные исследователи акцентируют внимание на том, что в большинстве мультимедийных проектов массмедиа цифровой эпохи текст, видео, аудио, анимация, инфографика и другие элементы сосуществуют в единстве, а вычленение исследователями для анализа эффективности воздействия на аудиторию лишь одного из этих элементов может не только разрушить структуру, но и повлиять на определение конечного смысла транслируемого контента [Jacobson et al., 2015]. Отечественные [Соломеина, Сумская, 2020] и зарубежные [Berning, 2011; Van Krieken et al., 2017] ученые отмечают и такую яркую тенденцию в развитии современных медиа, как факт становления нарратива одновременно одним из способов передачи информации и коммуникативной техникой. Причем массмедиа при посредстве сквозных цифровых технологий придают нарративу необходимые для диалогового взаимодействия с аудиторией в целом и отдельными ее представителями свойства: гипертекстуальность, мультимедийность, интерактивность. Это позволяет авторам не только создавать новые повествовательные возможности, но и предлагать потребителям расширенные средства погружения в конкретные истории, а в ряде случаев (к примеру, при использовании технологий виртуальной или дополненной реальностей) даже как бы становиться косвенными соучастниками тех или иных событий или эмоционально переживать происходящее на принципиально ином уровне, нежели просто при прочтении или даже просмотре текстов.

Таким образом, современные журналисты в условиях конкуренции с другими субъектами информационной деятельности (к примеру, с блогерами), должны не только наследовать прямую связь с традициями гуттенберговской эпохи, в частности литературоцентричность,

¹ Программа «Цифровая экономика Российской Федерации»: Распоряжение Правительства Российской Федерации от 28 июля 2017 г. № 1632-р. URL: <http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/0001201708030016> (дата обращения 01.03.2023).

но и системно использовать технологическую составляющую, присущую подавляющему большинству новых медиа, в том числе сугубо *социально сетевым* [Simons et al., 2021]. И если в информационной деятельности организационные и финансовые ресурсы брендовых СМИ и популярных сетевых изданий позволяют в большинстве случаев успешно решать задачу приоритетного формирования актуальной для массовой аудитории повестки дня, то с точки зрения использования имеющихся цифровых возможностей многие из них, в особенности региональные, проигрывают.

А ведь именно «в мультимедийных нарративах обнаруживаются характерные для новой журналистики особенности (сценоописание, реалистичные диалоги, детализация, полифоничность) или такие элементы, как место действия, персонажи действия, авторская позиция, тема, цель причина и фазы (экспозиция, усложнение, развитие действия, кризис, кульминация, разрешение конфликта, развязка)» [Качанов, 2021, с. 15]. Эти и некоторые другие компоненты реализуются посредством языка новых медиа [Рогалева, Шкайдерова, 2015], свойствами которого являются цифровой код и модульность [Распопова, Симакова, 2022], а использование автоматизации, к примеру Big Data и нейротехнологий [Дзялошинский, 2022], позволяет не только выйти на принципиально иной уровень аналитической, публицистической деятельности журналистов, но и системно отслеживать эффективность результатов своей работы.

В ходе нашего исследования было важно определить цифровые компетенции профессиональной успешности современных журналистов, а также проанализировать, как изменилась их работа в контексте расширения диалоговых составляющих, столь важных в борьбе за внимание аудитории. При этом удалось выявить нарастающую конвергенцию между IT и медийной сферами, поскольку «продукт журналистского творчества сегодня – это гибридный информационный продукт, успех которого в равной степени зависит как от таланта журналиста, так и от технического исполнения» [Самойленко, 2023, с. 127]. В целом же, как мы выяснили в ходе онлайн-опросов, проведенных в 2020–2021 гг. в период пандемии, а также в рамках анкетирования журналистов и топ-менеджеров [Олешко, Гаврилов, 2022], данного рода проблематика важна для развития в новых условиях не только индустрии медиа, но и журналистского образования.

В целях реализации настоящего исследования в период с марта 2022 по март 2023 г. нами был осуществлен системный мониторинг российской федеральной и региональной (макрорегиона Большой Урал) медиасфер. В качестве объекта исследования были определены тексты массмедиа, подготовленные с использованием сквозных цифровых технологий и вызвавшие при этом наибольший интерес у представителей массовой аудитории. Их выборка осуществлялась ежемесячно на основании как данных сайта «Медиалогия»², так и анализа повторных практик медиапотребления – по количеству просмотров, дочтений или по следам обсуждений данных материалов в соцсетях (с привлечением систем аналитики от «Яндекса», Google и Liveinternet). Всего таким образом были отобраны 68 текстов. Ранее обобщенные нами результаты опроса респондентов как потребителей данного рода контента [Там же] позволяли выделять при этом те или иные факторы, определяющие результативность освоения журналистами модели взаимодействия с «вовлеченным читателем»: мультимедийность, гипертекстуальность, креативность подходов к актуальной теме при расширении / обновлении жанровой палитры и использовании имеющихся цифровых возможностей для установления диалоговых (субъект-субъектных) отношений между автором и читателем.

Применение сквозных технологий в медиaprостранстве, как было выяснено, значительно повлияло на процессы создания и распространения контента. В первую очередь увеличилась при этом скорость передачи информации. А поскольку повсеместная цифровизация в принципе изменила и структуру медиапотребления, то конкурентоспособное массмедиа и отдельный журналист должны были поддерживать или даже перманентно увеличивать степень ин-

² Медиалогия // URL: <https://www.mlg.ru/> (дата обращения 01.03.2023).

терактивности своего контента, что в результате позволяло выстраивать эффективный диалог с представителями своей реальной и потенциальной аудитории.

Диалогичность не только напрямую связана с оценочностью, тональностью, модальностью текстов, но и предопределяет при этом авторские интенции, а также формирует в складывающихся сегодня условиях предельно динамичную жанровую структуру транслируемого контента. Это «многоголосие» по умолчанию может проявляться в медиапродукте в трех видах. Во-первых, как *макродialogичность*, что подразумевает выстраивание диалога между несколькими текстами одного или нескольких массмедиа, формируя широкий социальный и медийный контекст. Во-вторых, это *непосредственная диалогичность* в форме взаимодействия журналиста со своими читателями, при которой у последних есть возможность прямого реагирования, когда они могут принять участие в обсуждении представленного контента, его дополнении или даже создании собственного медиапродукта по данной теме. В-третьих, «многоголосие» может найти проявление в форме *внутренней диалогичности*, которая представляет собой «взаимодействие разных смысловых позиций в монологическом по форме тексте»³, когда в конкретном материале представлена только точка зрения автора, мнение же адресата лишь предполагается.

В свою очередь, глубина интерактивности, как мы выяснили, в цифровую эпоху чаще всего может быть представлена как *смысловая двусторонняя*, но ограниченная невозможностью реагирования на представленный контент по сугубо техническим причинам; *реактивная или квазиинтерактивная* коммуникация (термин А. Н. Чумикова), где одна сторона получает сообщения о реакции другой; и, наконец, *полностью интерактивная* коммуникация, при которой между участниками происходит обмен информацией не только на равных позициях, но и с возможностью дополнения представленных текстов. Рассмотрим данные тенденции на конкретных примерах с учетом фактора профессиональной успешности журналистов, использующих для активизации диалоговых отношений цифровые технологии.

Наиболее простым и часто используемым в практике медиа приемом повышения уровня интерактивности транслируемого контента является представление в конце новостного сообщения опроса по данной теме. Так, екатеринбургское сетевое издание «E1.ru» довольно часто прибегает к этой технологии именно как к инструменту организации диалога с аудиторией. К примеру, неожиданный ракурс креолизованного текста о том, что в колонии для осужденных шьют востребованную покупателями одежду, сопровождался опросом на тему «А вы бы такое надели?»⁴. Еще один пример. С помощью Big Data в социальных сетях SMM-менеджерами сетевого издания выявляется наиболее дискутируемая тема, на которую довольно легко подбирается из глобальной Сети соответствующее сообщение. Так, набравшая за короткое время несколько тысяч просмотров заметка «Екатеринбуржец полчаса разводил мошенника, изображая жертву»⁵, была сопровождается опросом на тему «А как вы отвечаете на звонки мошенников?». Из 56 тысяч человек, просмотревших / дочитавших эту новость, свой голос оставили 11 с лишним тысяч. Более того, многие в комментариях давали советы и рекомендации, которые журналисты позднее использовали в других материалах со ссылкой на конкретных их авторов.

Похожим приемом, направленным на выстраивание диалога с аудиторией при посредстве сквозных цифровых технологий, является и подача информации в виде теста, что можно рассмотреть на примере материала под названием «Ты что натворил? Отыщите в этих безумных

³ Быков Д. Л. Диалогичность журналистского материала. URL: <https://lektsii.org/12-9330.html> (дата обращения 24.04.2023).

⁴ Минюстом РФ Д. Л. Быков включен в реестр лиц, выполняющих функции иностранных агентов.

⁴ Березкина В. А вы бы такое надели? Посмотрите, какую одежду шьют в уральских колониях // E1. URL: <https://www.e1.ru/text/style/2023/01/22/71996018/> (дата обращения 01.03.2023).

⁵ Кошек Е. «Он признался, что за***лся со мной». Екатеринбург полчаса разводил мошенника, изображая жертву // E1. URL: <https://www.e1.ru/text/criminal/2022/08/18/71580476/> (дата обращения 01.03.2023).

открытиях реальные изобретения наших ученых»⁶. Сам по себе подобный текст, подготовленный журналистами на базе контекстных ссылок и инфографики от нейросетей, должен был выполнять образовательную функцию и содержать большое количество научных фактов. Однако подобные материалы обычно не пользуются большой популярностью даже при объемной визуализации, так как быстро утомляют пользователей, которые заходят на городские порталы, подобные «Е1.ru», с другой целью. В связи с этим редакция полностью поменяла формат, преобразовав его в игру-тест, где пользователь должен самостоятельно выбрать ответ на вопрос, после чего всплывал правильный ответ с дополнительной информацией. Это значительно повысило интерес аудитории к тексту, потому что полностью соответствовало роли, которую хочет занимать современный пользователь, – не просто быть потребителем информации, но и являться активным участником коммуникации. Кроме того, сегодняшняя аудитория, в особенности молодежная, как свидетельствует проект 2018–2022 гг. ученых МГУ, привыкла получать необходимые сведения по телефону, «на ходу» и из текстов небольшого объема⁷, поэтому публикация материалов, не укладывающихся в такие форматы, часто отпугивает пользователей. Однако, как мы выяснили на этом и других подобных примерах, использование метода игореализации и тестов при системной подаче массмедиа научной, образовательной, культурной информации в большинстве случаев позволяет не только не терять, но и раз за разом расширять аудиторию.

Опрошенные нами респонденты приводили много примеров того, как Big Data и нейросети помогают региональным журналистам в поиске и систематизации информации, переводе с других языков, даже коммуницировании с аудиторией. Однако недавнее сообщение СМИ под броским заголовком «Сбер и РБК выпустили газету с участием нейросетей» оказалось по факту большим преувеличением, поскольку лишь часть текста подготовил бот GigaChat, а иллюстрации нарисовала модель Kandinsky. На деле «все шесть материалов, объединенные темой высоких технологий, писали журналисты, а алгоритму доверили оформить лишь 11 вставок справочного характера и шесть иллюстраций. Картинки получились красивыми, но довольно абстрактными, а тексты – структурно безупречными, и... бессодержательными»⁸.

К слову, журналисты екатеринбургского сетевого издания «66.ru» даже провели сравнительное исследование в форме популярного среди молодежи батла, когда нейросеть сразилась с реальным автором: «Бесчеловечный тест: нейросеть пишет тексты про автомобили вместо Кирилла Зайцева»⁹. При этом читатели могли убедиться, что предельно квалифицированные по узкой тематике и, что важно, эмоционально окрашенные тексты способен создавать пока только человек.

А вот использование сквозных цифровых технологий для создания инфографики и масштабной визуализации текстов, содержащих большое количество данных, помогает решению многих рутинных задач. Журналисты пермского сетевого издания «59.ru», как и издание «Е1.ru», достаточно часто их используют. Как пример профессионального подхода можно привести публикацию также на одну из самых популярных для массовой аудитории уральцев тему – автомобильную: «Руины русавтопрома: как авторынок пережил самый масштабный с начала века коллапс»¹⁰. Текст содержит много статистики, поэтому для создания у аудитории более ясного представления о проблематике журналисты визуализировали все цифры

⁶ *Ненко И.* Ты что натворил? Отыщите в этих безумных открытиях реальные изобретения наших ученых // Е1. URL: <https://www.e1.ru/text/education/2023/02/08/72040766/> (дата обращения 01.03.2023).

⁷ Медиапотребление «цифровой молодежи» в России: современные особенности и факторы мотивации // ИСТИНА. URL: <https://istina.msu.ru/projects/141873410/> (дата обращения 11.04.2023).

⁸ *Ромашков А.* «Сбер» и РБК выпустили газету с участием нейросетей // BFM.ru. URL: <https://www.bfm.ru/news/524300> (дата обращения 21.03.2023).

⁹ *Зайцев К.* Бесчеловечный тест: нейросеть пишет тексты про автомобили вместо Кирилла Зайцева // 66.ru. URL: <https://66.ru/auto/news/244159/> (дата обращения 01.03.2023).

¹⁰ *Краснов А.* Руины русавтопрома: как авторынок пережил самый масштабный с начала века коллапс // 59.ru. URL: <https://59.ru/text/auto/2023/01/02/71935649/> (дата обращения 07.03.2023).

и аналитические выводы инфографикой нескольких видов: это и карта, где можно проследить путь, который будет проходить машина при перегонке из Германии, и диаграмма, позволяющая сравнить цены на машины в России и за границей, и многое другое.

Эффективности диалога с аудиторией способствует инфографика не только в публикациях аналитических жанров. Довольно часто она сопровождает даже информационные сообщения пермских журналистов, как это было в случае визуализации истории с выехавшим за пределы взлетной полосы самолетом или с иллюстрированием с помощью искусственного интеллекта карты города в публикации «От нового зоопарка до посикунчиков и пермского звериного стиля: какой нейросеть видит Пермь и ее реалии»¹¹.

Социальная тема для журналистов во все времена была своего рода лакмусовой бумажкой, определяющей степень их профессионализма. Де-факто в условиях высочайшей конкуренции с контентом социальных сетей им необходимо постоянно искать или обновлять приемы и способы, позволяющие не потерять массовую аудиторию. Новейшие исследования учеными вопросов эффективности контента медиа всё чаще опираются на конструкционистские исследования. В частности, делается вывод, что тексты социальной направленности могут способствовать решению проблем людей, стремящимися к изменениям в том или ином социуме или в обществе в целом (например, нацеленными на улучшение положения уязвимых групп, на устранение различных видов дискриминации и т. п.), также доказывается, что это важно для действий по продвижению данной проблематики в публичную «повестку дня» [Панич, Мороз, 2020]. Наиболее яркий пример возникающей при этом коммуникации – автобиография как диалогическое взаимодействие автора и адресата. Ведь процесс репрезентации жизненного мира – это всегда единство двух взаимосвязанных процессов: рассказа адресанта о собственной жизни и восприятия / интерпретации адресатом этого рассказа [Дивисенко, 2015].

Интерактивный анимационный веб-проект портала «Такие Дела», возвращающий имена бездомным людям¹², именно из этой серии предельно актуализированных и одновременно максимально востребованных аудиторией. Это не просто истории бездомных людей, которые позволяют проникнуться сочувствием к герою. Интерактивный формат дает возможность эмоционально погрузиться в перипетии судьбы пяти реальных людей, осознать роль тех, кто помог или мог им помочь, но не сделал этого. Карта памяти как продолжение проекта «Жили были» позволяет рассказать читателю свою историю о ком-то, увы, чаще всего с печальным концом. А англоязычный вариант текстов свидетельствует: по-настоящему гуманные и антигуманные поступки границ не имеют. Как, впрочем, и тексты об этом.

Еще одним видом технологий, которые осваивают журналисты изданий, перманентно расширяющие диапазон процессов цифровизации своего контента, является виртуальная или дополненная реальность.

К примеру, иммерсивный проект РИА Новости с использованием технологий виртуальной реальности. «Нюрнберг: VRдикт народов»¹³ посвящен, как следует из названия, конкретному историческому событию. Инфоповодом для журналистов стал опрос, показавший, что молодые люди не знакомы с подробностями суда над нацизмом по итогам Второй мировой войны, более того, в свете СВО тема и сегодня как никогда актуальна. Медиагруппа «Россия сегодня» создала проект в жанрах документального расследования и VR-детектива. Причем нужно понимать, что иммерсивность – это не просто форма интерактивности, как она иногда рассматривается на уровне первичного анализа, а духовное, интеллектуально-

¹¹ Кузнецова М., Пастухов А. От нового зоопарка до посикунчиков и пермского звериного стиля: какой нейросеть видит Пермь и ее реалии // 59.ru. URL: <https://59.ru/text/entertainment/2023/02/20/72075035/> (дата обращения 08.03.2023).

¹² Рябцева А. Правила жизни бездомных: Сергей Покровский // Такие дела. URL: <https://takiedela.ru/2015/10/homeless/> (дата обращения 21.03.2023).

¹³ Нюрнберг: VRдикт народов // Steam. URL: https://store.steampowered.com/app/1718650/Nuremberg_VRdict_of_Nations/ (дата обращения 22.03.2023).

эмоциональное и даже в определенной степени физическое погружение воспринимающего в художественный или публицистический мир представляемого авторами текста.

В проекте РИА Новости используется технология виртуальной реальности, которая предполагает запрограммированное погружение человека в контент. Причем информация представлена в форме своеобразной игры, в ходе которой пользователь и получает полный объем информации. Шлем или очки виртуальной реальности позволяют то оказаться внутри тюрьмы Шпандау и лично встретиться с подсудимыми, то воспроизвести те или иные события. Режим виртуальной реальности дает пользователю возможность интеллектуально взаимодействовать с информацией: «Прикасаясь к каждому из них, вы отправитесь в прошлое преступников. Ваша задача – в обыденном и обычно мирном окружении отыскать доказательства страшных преступлений против человечества», – комментируют авторы проекта. Платформа иммерсивной журналистики РИА Новости, на которой публикуются данного рода проекты виртуальной и дополненной реальности, также помогают взглянуть на уже привычный, казалось бы, для отечественной журналистики жанр сторителлинга по-новому. Ведь представитель аудитории не только читает, смотрит или слушает рассказ о чем-то, а становится «очевидцем» истории или яркого события, возможно, даже моделируя свои действия в подобных случаях. Это уже не просто диалог, а прямое воспитание при посредстве медиа.

Ярко свидетельствует о социальной направленности и такой проект журналистов данного массмедиа, как «Механика аутизма. Почему они так реагируют?»¹⁴. Он был одним из первых в серии историй формата виртуальной и дополненной реальности, но до сих пор практически ежедневно является наиболее просматриваемым, читаемым, усваиваемым материалом, судя по откликам. Пользователь чувствует и узнает в процессе, как воспринимает мир человек с аутизмом, а также переживает вместе с ним несколько эпизодов.

Еще одна востребованная в течение нескольких лет AR-реконструкция «Тайна перевала Дятлова»¹⁵ воссоздает три самые обсуждаемые версии трагедии. Многие СМИ неоднократно писали на эту тему, но причины гибели группы остаются поводом для споров и домыслов уже 60 лет. В данном случае вы окажетесь в палатке вместе с туристами за секунду до катастрофы. Увидите перевал таким, каким он предстал первым поисковым группам. Никогда еще события той ночи не были так наглядны...

Эффективным способом повысить интерактивность материала и уровень его диалогичности является и формат лонгрида. Подобный мультимедийный контент позволяют создавать тексты, которые не отпугивают своим объемом читателей благодаря их структурированности и разделению на отдельные элементы небольшого формата. При этом данный формат позволяет использовать одновременно несколько мультимедийных элементов: фото, видео, анимацию, инфографику, которые даже при большом количестве не перегружают текст. Интерес аудитории при восприятии удерживается также за счет постоянного переключения внимания с одного вида контента на другой. Журналисты «Коммерсанта» качественно подготовленными лонгридами сняли вопрос о том, насколько оправдываются творческие и финансовые затраты на их подготовку. Тематика Чернобыля как зияющей раны на теле планеты Земля¹⁶ и отражение в памяти поколений рубежного 22 июня 1941 г.¹⁷ характеризует высокопрофессиональный подход к публицистике цифровой эпохи. Только так, соединяя технологические новации с креативностью авторов, можно сегодня подготовить тексты, которые, верим, бу-

¹⁴ Механика аутизма. Почему они так реагируют? VR-история о том, как «изнутри» устроен мир человека с аутизмом // РИА Новости. URL: <https://ria.ru/20181108/1532191512.html> (дата обращения 31.03.2023).

¹⁵ Тайна перевала Дятлова. AR-реконструкция основных версий // РИА Новости. URL: <https://ria.ru/20190326/1552000052.html> (дата обращения 04.04.2023).

¹⁶ Земля отчуждения. Чернобыль и его окрестности после аварии // Коммерсантъ. URL: <https://www.kommersant.ru/projects/chernobyl> (дата обращения 01.03.2023).

¹⁷ День, когда началась война // Коммерсантъ. URL: <https://www.kommersant.ru/projects/june22> (дата обращения 22.03.2023).

дут жить в медийной среде не один год или даже не одно десятилетие. Ведь в Интернете ничто не теряется при условии, если это нужно людям.

В ходе нашего исследования, как мы уже отмечали, было выяснено, что проблема организации диалоговых отношений с представителями аудитории массмедиа тесно коррелирует с проблематикой психологического благополучия человека в цифровой среде. Опрошенные нами респонденты и эксперты, в частности, обращали внимание на тот факт, что в последнее время на сайты брендовых СМИ поступает довольно много запросов по поводу проверки достоверности информации, опубликованной в мессенджерах или распространяемой в социальных сетях. Это, в свою очередь, позволяет расширить их функционал, не ограничиваясь только телевизионной или сугубо вербальной продукцией, как считают некоторые авторы [Несина, 2022]. К примеру, «СургутИнформ-ТВ» уже давно существует не просто как телекомпания, а как крупный холдинг, который общается со своей аудиторией через два цифровых телеканала, интернет-сайт, адаптированный под персональные компьютеры, и разного формата гаджеты, а также при посредстве всех доступных массовой аудитории соцсетей: через ютуб-канал, телеграм-канал, сообщества ВКонтакте и Одноклассники. При этом фактор узкой региональности легко преодолевается за счет как раз акцента на достоверности информации всех уровней и публицистичности. По данным портала New media, телеграм-канал СТВ стал одним из лучших в УрФО по суточной вовлеченности подписчиков за отдельные месяцы 2023 г., а сайт «СургутИнформ-ТВ» стабильно находится в числе лидеров в рейтинге ugalweb.

Следовательно, цифровизация расширяет типологические и жанровые границы любого СМИ, а журналисты должны активнее использовать для оценки своей деятельности маркеры медиаблагополучия аудитории, чтобы оставаться интересными ей, соответствовать ее запросам и времени. Проанализировав всю совокупность текстов из эмпирической базы исследования, мы попытались определить характеристики эффективных текстов, основанием создания / трансляции которых является не только традиционное жанровое квалифицирование, а системное использование сквозных цифровых технологий.

Информационные сообщения, репортажи, «мягкая аналитика» и другие тексты, подготовленные при посредстве Big Data, искусственного интеллекта, роботов-поисковиков, должны быть, тем не менее, лично персонализированными, а их суть отражена в заголовке и лиде, по возможности использованы приемы и способы визуализации. Это же можно отнести и к материалу, представленному с использованием стриминговых технологий. Сопровождение информации контекстными ссылками, экспертными мнениями, результатами блиц-опросов открывает путь к развитию актуальной темы в более сложных аналитических жанрах – статьях, обзорах, «круглых столах» / ток-шоу, разъяснениях в форме пошаговых «гайдов» и т. д. Большую роль играют, как мы выяснили, и лояльность к бренду, конкретному СМИ, высокая степень доверия отдельным их авторам, а также рекомендации близких людей, друзей или известных акторов соцсетей. Причем активное «расшаривание» текстов или ссылок на них в глобальной Сети с комментариями авторов или SMM-менеджеров позволяет решать задачи не только сугубо информационного характера.

Вовлечение представителей массовой аудитории в обсуждение серьезных общественно-политических, культурных событий, в дискуссии по нравственно-мировоззренческой проблематике предполагает активное использование социальных сетей для трансляции визуализированных Stories в контексте историй реальных людей.

При этом продуцируются и развиваются эффективные модели создания и полноценного иллюстрирования с помощью цифровых технологий данного рода историй. В их основу исследователи предлагают «закладывать принципы ЧП (наличия чрезвычайной, выходящей за пределы эволюционного развития ситуации), «Historia» (приобретения новых и полезных знаний о прошлом опыте); перечень актуальных вопросов вместе с ответами на них в ходе неформального рассказа, драматическое повествование. А двигателем истории является конфликт [Чумиков, Чумикова, 2023, с. 154]. Цифровые же технологии помогают системно ана-

лизировать контент в разнообразных сообществах, формировать чек-листы, сборники полезных сервисов и инструментов для пользователей, что расширяет прагматическую значимость транслируемого массмедиа контента.

Лонгриды лучше всего свидетельствуют о процессе нарративитизации современной журналистики, а также соответствуют личным представлениям большинства пользователей о трансформации в эпоху цифровизации жанров очерка, зарисовки, эссе. Расширение процессов мультимедийности текстов базируется на новом программном обеспечении, технологиях виртуальной и дополненной реальности. Редакциями при этом используются жанры, соответствующие «нарративной картине мира», определяющей природу событийности, а максимально облегченный авторский стиль публикаций (нередко ирония, саркастичность, как правило – опора на ресурсы имплицитной памяти личности) способствует уходу от однообразия информационных повесток дня и объемных вербализованных текстов с целью привлечения к интериоризации смысловых доминант представителей молодежной аудитории.

Таким образом, можно сделать вывод, что цифровые основания профессиональной успешности журналиста являются базовым условием функционирования массмедиа в современной информационной среде – конкурентной, постоянно трансформирующейся, развивающейся в условиях смены традиционных моделей монетизации контента и трансляции рекламных текстов. При этом для многих брендовых СМИ и активно развивающихся сетевых изданий как относительно новой типологической группы медиа цифровизация стала своего рода палочкой-выручалочкой в это непростое время.

Во-первых, накопленные материальные и экономические ресурсы позволили относительно безболезненно пережить период пандемии и расширение вариантов онлайн- и цифровой деятельности. Союз журналистов России в своем отчете отметил, что треть опрошенных ими топ-менеджеров сообщили, что они привлекали для этого новые источники финансирования. «Наиболее распространенными из них стали гранты, пожертвования и государственные контракты. 1,7 % редакций были вынуждены брать кредиты <...>. Практически треть редакций получила в связи с пандемией коронавируса поддержку от властей региона. При этом 35,2 % СМИ пользовались мерами господдержки после включения средств массовой информации в список отраслей, пострадавших от пандемии»¹⁸.

Во-вторых, новейшие разработки ученых свидетельствуют, что в цифровую эпоху творческий компонент как важная часть профессиональной культуры журналиста наиболее востребован в сегменте медиаменеджмента. В соответствии с актуальными аудиторными запросами «рейтинг компонентов внутри праксиологического уровня профессиональной культуры журналиста (как интегральной системы качеств работника СМИ) на сегодняшний день возглавляют отнюдь не традиционные знания, умения и навыки, которые обычно составляют основу любой профессиограммы» [Бессонов, 2017, с. 31]. В связи с этим ожидания руководителей массмедиа теперь сопряжены прежде всего с глубоким пониманием сотрудником основ маркетинга, редакционного менеджмента и освоением им навыков постоянного использования сквозных цифровых технологий, во многом обеспечивающих результативность ежедневной медийной деятельности в режиме 24/7.

В-третьих, тенденция расширения числа субъектов информационной деятельности актуализировала проблему повышения роли институционализированных массмедиа, поскольку именно они призваны не только отражать реальность, но и транслировать смыслотворческие и человекоориентированные тексты диалогового характера. Качественный анализ репрезентации социальной тематики при посредстве сквозных цифровых технологий в публикациях, включенных в эмпирическую базу проведенного нами исследования, позволил выделить отличительные особенности данного рода материалов. Они, как было выяснено, напрямую

¹⁸ Лукьянова А. В Союзе журналистов рассказали, как российские СМИ пережили пандемию COVID-19 // Профиль. URL: <https://profile.ru/news/society/v-soyuze-zhurnalistov-rasskazali-kak-rossijskie-smi-perezihli-pandemiyu-covid-19-819964/> (дата обращения 11.03.2023).

вливают на значимость, целесообразность, объективность, открытость и эффективность гуманитарной повестки массмедиа в целом. По результатам анализа были определены характеристики эффективных текстов, что позволяет отнести подобного рода исследования к практикоориентированным.

Таким образом, проблему анализа и систематизации цифровых оснований профессиональной успешности современного журналиста можно отнести к междисциплинарным, что предполагает продолжение исследований в кооперации со специалистами смежных научных дисциплин.

Список литературы

- Бессонов С. И.** Управление креативностью как фактор развития регионального массмедиа в цифровую эпоху // Изв. Урал. федерал. ун-та. Серия 1: Проблемы образования, науки и культуры. 2017. Т. 23, № 3 (165). С. 31–35.
- Вартанова Е. Л.** К вопросу о последствиях цифровой трансформации медиасреды // Меди@льманах. 2022. № 2 (109). С. 8–14.
- Вырковский А. В., Макеенко М. И.** Возможности влияния неинституционализированных производителей развлекательного и познавательного контента на аудиторию // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. 2021. № 5. С. 74–99. DOI 10.30547/vestnik.journ.5.2021.7499
- Дзялошинский И. М.** Искусственный интеллект: гуманитарная перспектива // Вестник НГУ. Серия: История, филология. 2022. Т. 21, № 6: Журналистика. С. 20–29. DOI 10.25205/1818-7919-2022-21-6-20-29
- Дивисенко К. С.** Репрезентации жизненного мира в автобиографии // Человек. 2015. № 3. С. 80–89.
- Качанов Д. Г.** Трансформация нарративных приемов в мультимедийных журналистских проектах: Автореф. дис. ... канд. филол. наук. М., 2021. 26 с.
- Маслов А. С.** Профессиональная журналистика, гражданская журналистика и блоггерство: к вопросу о разграничении понятий // Учен. зап. Новгород. гос. ун-та. 2021. № 5 (38). С. 486–491. DOI 10.34680/2411-7951.2021.5(38).486-491
- Несина В. В.** Фейковые новости как явление современного медиапространства // Гуманитарный научный вестник. 2022. № 10. С. 12–17.
- Олешко В. Ф., Гаврилов В. В.** Формирование цельной медиаличности будущего журналиста в региональном вузе в условиях цифровизации СМИ // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2022. № 4 (46). С. 6–12. DOI 10.47475/2070-0695-2022-10401
- Панич Н. А., Мороз Н. А.** Репрезентация жизненного мира молодежи в социальных сетях // Общество: социология, психология, педагогика. 2020. № 4 (72). С. 54–58.
- Распопова С. С., Симакова С. И.** Фактчекинг как новый формат саморегулирования сетевой коммуникации // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2022. № 1 (43). С. 150–157. DOI 10.47475/2070-0695-2022-10116
- Рогалева О. С., Шкайдерова Т. В.** Новые медиа: эволюция понятия (аналитический обзор) // Вестник Ом. гос. ун-та. Филология. 2015. № 1. С. 222–225.
- Самойленко Н. С.** Конвергенция журналистики, медиакоммуникаций и ИТ // Актуальные вопросы современной филологии и журналистики. 2023. № 1 (48). С. 121–128.
- Соломеина В. Г., Сумская А. С.** Восприятие мультимедийных сторителлингов познавательной тематики «цифровым» медиапоколением // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2020. № 4 (38). С. 158–169. DOI 10.24411/2070-0695-2020-10418
- Чумиков А. Н., Чумикова С. Ю.** Сторителлинг в развитии: технологии и контексты // Коммуникология. 2023. Т. 11, № 1. С. 142–157. DOI 10.21453/2311-3065-2023-11-1-142-157
- Berning N.** Narrative means to journalistic ends: A narratological analysis of selected journalistic reportages. VS Research, 2011. 158 p.

- Jacobson S., Marino J., Gutsche R. E., Jr.** The digital animation of literary journalism // *Journalism: Theory, Practice & Criticism*. 2015. Vol. 17, iss. 4. P. 527–546.
- Simons G., Muhin M., Oleshko V., Sumskaya A.** The concept of interdisciplinary research on intergenerational transmission of communicative and cultural memory. *World of Media // Journal of Russian Media and Journalism Studies*. 2021. No. 1. P. 64–91. DOI 10.30547/worldofmedia.1.2021.3
- Van Krieken K., Hoeken H., Sanders J.** Evoking and measuring identification with narrative characters: A linguistic cues framework // *Frontiers in Psychology*. 2017. Iss. 8. P. 1–6.

References

- Berning N.** Narrative Means to Journalistic Ends: A Narratological Analysis of Selected Journalistic Reportages. VS Research, 2011, 158 p.
- Bessonov S. I.** Upravlenie kreativnost'yu kak faktor razvitiya regional'nogo massmedia v tsifrovuyu epokhu [Management of Creativity as a Factor of Development of Regional Mass Media in the Digital Environment]. *Izvestiya Ural'skogo federal'nogo universiteta. Seriya 1: Problemy obrazovaniya, nauki i kul'tury* [Izvestia of the Ural Federal University. Series 1: Problems of education, science and culture], 2017, vol. 23, iss. 3 (165), pp. 31–35. (in Russ.)
- Chumikov A. N., Chumikova S. Yu.** Storitelling v razvitii: tekhnologii i konteksty [Storytelling in Development: Universal Technologies and Current Contexts]. *Kommunikologiya* [Communicology], 2023, vol. 11, no. 1, pp. 142–157. (in Russ.) DOI 10.21453/2311-3065-2023-11-1-142-157
- Dzyaloshinsky I. M.** Artificial Intelligence: A Humanitarian Perspective. *Vestnik NSU. Series: History and Philology*, 2022, vol. 21, no. 6: Journalism, pp. 20–29. (in Russ.) DOI 10.25205/1818-7919-2022-21-6-20-29
- Divisenko K. S.** Rerezentatsii zhiznennogo mira v avtobiografii [Representations of the Life World in Autobiography]. *Chelovek* [Human], 2015, no. 3, pp. 80–89. (in Russ.)
- Jacobson S., Marino J., Gutsche R. E., Jr.** The Digital Animation of Literary Journalism. *Journalism: Theory, Practice & Criticism*, 2015, vol. 17, no. 4, pp. 527–546.
- Kachanov D. G.** Transformatsiya narrativnykh priemov v mul'timediinykh zhurnalistskikh projektakh [Transformation of Narrative Techniques in Multimedia Journalistic Projects]. Abstract Diss. Cand. Philol. Sci. Moscow, 2021? 26 p. (in Russ.)
- Maslov A. S.** Professional'naya zhurnalistika, grazhdanskaya zhurnalistika i blogerstvo: k voprosu o razgranichenii ponyatii [Professional Journalism, Citizen Journalism and Blogging: Differentiation of Concepts]. *Uchenye zapiski Novgorodskogo gosudarstvennogo universiteta* [Scientific Notes of Novgorod State University], 2021, no. 5 (38), pp. 486–491. (in Russ.) DOI 10.34680/2411-7951.2021.5(38).486-491
- Nesina V. V.** Feikovyie novosti kak yavlenie sovremennogo mediaprostranstva [Fake News as a Phenomenon of Modern Media Space]. *Gumanitarnyi nauchnyi vestnik* [Humanitarian Scientific Bulletin], 2022, no. 10, pp. 12–17. (in Russ.)
- Oleshko V. F., Gavrilov V. V.** Formirovanie tsel'noi medialichnosti budushchego zhurnalista v regional'nom vuze v usloviyakh tsifrovizatsii SMI [Formation of an Integral Media Personality of a Future Journalist in a Regional University in the Context of Digitalization of the Media]. *Znak: problemnoe pole mediaobrazovaniya* [Sign: Problematic Field of Media Education], 2022, no. 4 (46), pp. 6–12. (in Russ.) DOI 10.47475/2070-0695-2022-10401
- Panich N. A., Moroz N. A.** Rerezentatsiya zhiznennogo mira molodezhi v sotsial'nykh setyakh [Representation of the Lifeworld of Youth in Social Media]. *Obshchestvo: sotsiologiya, psikhologiya, pedagogika* [Society: Sociology, Psychology, Pedagogics], 2020, no. 4 (72), pp. 54–58. (in Russ.)
- Raspopova S. S., Simakova S. I.** Faktcheking kak novyi format samoregulirovaniya setevoi komunikatsii [Fact-Checking as a New Format of Self-Regulation of Network Communication].

Znak: problemnoe pole mediaobrazovaniya [Sign: Problematic Field of Media Education], 2022, no. 1 (43), pp. 150–157. (in Russ.) DOI 10.47475/2070-0695-2022-10116

Rogaleva O. S., Shkaiderova T. V. Novye media: evolyutsiya ponyatiya (analiticheskii obzor) [New Media: Evolution of the Concept (Analytical Review)]. *Vestnik Omskogo gosudarstvennogo universiteta. Filologiya*. [Herald of Omsk State University. Philology], 2015, no. 1, pp. 222–225. (in Russ.)

Simons G., Muhin M., Oleshko V., Sumskaya A. The Concept of Interdisciplinary Research on Intergenerational Transmission of Communicative and Cultural Memory. *World of Media. Journal of Russian Media and Journalism Studies*, 2021, no. 1, pp. 64–91. DOI 10.30547/worldofmedia.1.2021.3

Samoilenko N. S. Konvergentsiya zhurnalistiki, mediakommunikatsii i IT [Convergence of Media Communications, Journalism and IT]. *Aktual'nye voprosy sovremennoi filologii i zhurnalistiki* [Topical Issues of Modern Philology and Journalism], 2023, no. 1 (48), pp. 121–128. (in Russ.)

Solomeina V. G., Sumskaya A. S. Vospriyatie mul'timediinykh storitellingov poznavatel'noi tematiki "tsifrovym" mediapokoleniem [The Perception of Multimedia Storytelling of Cognitive Topics by the "Digital" Media Generation]. *Znak: problemnoe pole mediaobrazovaniya* [Sign: Problematic Field of Media Education], 2020, no. 4 (38), pp. 158–169. (in Russ.) DOI 10.24411/2070-0695-2020-10418

Van Krieken K., Hoeken H., Sanders J. Evoking and Measuring Identification with Narrative Characters: A Linguistic Cues Framework. *Frontiers in Psychology*, 2017, iss. 8, pp. 1–6.

Vartanova E. L. K voprosu o posledstviyakh tsifrovoi transformatsii mediasredy [On the Consequences of Digital Transformation of the Media Environment]. *Medi@l'manah* [Media Almanac], 2022, no. 2 (109), pp. 8–14. (in Russ.)

Vyrkovsky A. V., Makeenko M. I. Vozmozhnosti vliyaniya neinstitutsionalizirovannykh proizvo-ditelei razvlekatel'nogo i poznavatel'nogo kontenta na auditoriyu [Potential for Non-Institutionalized Creators of Entertainment and Educational Content to Influence the Audience]. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10: Zhurnalistika* [Moscow University Bulletin. Series 10. Journalism], 2021, iss. 5, pp. 74–99. (in Russ.) DOI 10.30547/vestnik.journ.5.2021.7499

Информация об авторах

Владимир Федорович Олешко, доктор философских наук, профессор
Евгений Владимирович Олешко, доктор филологических наук, доцент

Information about Authors

Vladimir F. Oleshko, Doctor of Sciences (Philosophy), Professor
Evgeny V. Oleshko, Doctor of Sciences (Philology), Associate Professor

Статья поступила в редакцию 12.05.2023;
одобрена после рецензирования 18.07.2023; принята к публикации 21.07.2023
The article was submitted on 12.05.2023;
approved after reviewing on 18.07.2023; accepted for publication on 21.07.2023