

DOI 10.69571/SSPU.2025.95.2.012

УДК 316.74:070

ББК 60.524.224.51

В.В. ГАВРИЛОВ

**КЛЮЧЕВЫЕ ПРОБЛЕМЫ ПРАКТИЧЕСКОЙ
ЖУРНАЛИСТСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ
(НА МАТЕРИАЛЕ СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО
ОПРОСА ЖУРНАЛИСТОВ УРФО)**

V.V. GAVRILOV

**KEY PROBLEMS OF PRACTICAL
JOURNALISTIC ACTIVITY
(BASED ON THE MATERIAL
OF A SOCIOLOGICAL SURVEY OF URAL
FEDERAL DISTRICT JOURNALISTS)**

Современное медиапространство как УрФО, так и в целом Российской Федерации изменилось к настоящему времени кардинальным образом. Цифровизация СМИ породила множество вызовов, на которые акторам медиапространства следует реагировать. Изменился социальный запрос к медиа, изменились условия работы профессионального журналиста, инструменты, с помощью которых добывается, обрабатывается и распространяется информация.

В этой связи цель статьи — выделение ключевых проблем практической журналистской деятельности с точки зрения акторов медиапространства, профессионалов.

Эмпирические данные, полученные в результате анкетирования, подтверждают, что респонденты не видят конкуренции со стороны «гражданских» журналистов, уделяют недостаточно внимания угрозам цифровизации СМИ и специфике работы в конвергентной редакции, не владеют критериями оценки комьюнити-журналистики, стремятся работать в традиционной парадигме. Полученные данные и сделанные на их основе выводы могут оказаться полезными для акторов медиапространства, исследователей и медиапедагогов, работающих над формированием целостной медиаличности.

The modern media space of both the Ural Federal District and the Russian Federation as a whole has changed dramatically by now. The digitalization of the media has created many challenges that media actors should respond to. The social demand for media has changed, the working conditions of a professional journalist have changed, and the tools with which information is extracted, processed, and disseminated have changed.

In this regard, the purpose of the article is to highlight the key problems of practical journalistic activity from the point of view of media actors and professionals.

Empirical data obtained as a result of the survey confirm that respondents do not see competition from «citizen» journalists, do not pay enough attention to the threats of media digitalization and the specifics of working in a convergent editorial office, do not know the criteria for evaluating community journalism, and strive to work in the traditional paradigm. The data obtained and the conclusions drawn from them may be useful for media actors, researchers and media educators working on the formation of a holistic media personality.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: журналистская деятельность, локальная (региональная) журналистика, журналистика УрФО, коммуникация, цифровизация СМИ, конвергенция, гражданская журналистика.

KEY WORDS: journalism, local (regional) journalism, journalism of the Ural Federal District, communication, digitalization of mass media, convergence, citizen journalism.

ВВЕДЕНИЕ. Средства массовой информации принято называть «четвертой властью» (наряду с законодательной, исполнительной и судебной). Этим подчеркивается ее значимый вклад в развитие социума, формирование общественного мнения. Массмедиа вот уже более двух веков оказывают колоссальное влияние на формирование социокультурной сферы, на сознание граждан. Приведенный выше афоризм принадлежит известному британскому писателю, публицисту, историку и философу Томасу Карлейлю (1795–1881). Он не теряет своей актуальности до сих пор, однако надо понимать, что с середины XIX века и до настоящего времени СМИ претерпели значительные изменения. Изменения эти определялись и определяются как геополитическими, социально-экономическими трансформациями, так и научно-техническим прогрессом. Если мы исходим из тезиса о том, что медиапродукт (медиа́текст, креолизованный текст) — это текст плюс канал коммуникации (Т.Г. Добросклонская), то следует, говоря об изменениях в медиапространстве, обратить внимание прежде всего на способы трансляции информации в современном мире. И в этом смысле можно констатировать революцию: произошел переход с так называемых «аналоговых» средств сбора, накопления и трансляции медиапродукции на цифровые.

Именно эта «цифровая революция» породила ряд существенных изменений в журналистике, повлияла на различные ее аспекты (прежде всего на технологии создания и подачи материала). Увеличилось и количество информации, которая поступает к потребителю по различным каналам, ключевой из которых — Интернет. Меняются особенности восприятия информации адресатом, формы, способы ее подачи, но также происходит трансформация социокультурной идентичности самих журналистов и потребителей контента в новых условиях.

В свое время немецкий социолог, автор оригинальной теории общества Никлас Луманн писал: «Всё, что мы знаем о мире и об обществе, в котором мы живем, нам известно, благодаря журналистике» [3, с. 9]. Однако, что происходит внутри самой журналистики как динамичной, постоянно обновляющейся системы? Какие процессы отходят на второй план, а какие становятся актуальными? Этот аспект проблемы требует не только пристального, но и постоянного изучения, иначе мы можем оказаться в стороне от тех трансформаций, которые определяют деятельность «четвертой власти».

Нельзя не согласиться с исследователем С.Г. Корконосенко в том, что СМИ не следует рассматривать только как источник информирования населения, что «реальное состояние теории журналистики представлено гораздо более сложной картиной, чем может показаться при первом приближении к ней. Несомненно, в ней надо наводить порядок, но только не путем отметания накопленного ранее материала и выдвижения одной единственно верной теории. Строго говоря, одной теории вообще не может быть, надо постоянно иметь в виду неизбежное сосуществование множества теорий» [2, с. 542]. И в настоящее время теория журналистики развивается достаточно активно. Интересные концепции представлены зарубежными (Д. Букингэм, Б. Мак-Махон, Л. Мастермани др.) и российскими исследователями (Е.А. Бондаренко, А.В. Федоров, А.В. Шариков и др.), публикуются монографии, проводятся конференции, предлагаются новые концепции медиаобразования, уточняются компетенции журналистов с учетом современных трансформаций медиапространства. В этой связи существует необходимость взглянуть на состояние отечественной журналистики, ее проблемы и перспективы развития с точки зрения самих журналистов, либо уже практикующих, либо обучающихся по данной специальности.

ЦЕЛЬ статьи — выделить ключевые проблемы практической журналистской деятельности, опираясь на данные социологического опроса журналистов УрФО.

МАТЕРИАЛЫ И МЕТОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ. Исследование осуществлялось с помощью комплекса теоретических методов: метод теоретико-методологического анализа, метод дискурсивной рефлексии, метод экстраполяции. С целью получения эмпирических данных использовался метод анкетирования.

РЕЗУЛЬТАТЫ И ОБСУЖДЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ. В контексте нашего исследования представляет интерес статья Т.А. Монне, в которой автор рассматривает проблемы журналистики в XXI веке, выделяя следующие из них как ключевые: верификация данных, личная ответственность журналиста перед обществом, влияние социальных сетей и Интернета в целом на журналистику. Исследователь акцентирует наше внимание на том, что «в связи с развитием технического прогресса и информационных технологий социальная ответственность журналистики XXI века должна возрастать и основываться на присущих ей главных ценностях: обработка и анализ достоверной информации и непредвзятость ее подачи» [4, с. 158].

В одной из своих работ Ли Чжэюй, на основе изученной литературы, выделяет три ключевых особенности современной журналистики: 1) мультимедийность («...предполагает использование информационных материалов в двух и более форматах: письменное слово, видеоматериалы, видеоролики, видеосюжеты, музыка, движущиеся и неподвижные изображения, графическая анимация, включая интерактивные и гипертекстовые элементы» [8, с. 140]); 2) конвергенция (кроссмедийность) (объединение традиционных СМИ в одну систему, появление новых, модифицированных медиа, имеющих свойства различных знаковых систем) и 3) цифровизация: «Цифровые медиа обеспечивают интерактивную взаимодействие пользователя и производителя информации. Если раньше ключевой функцией СМИ было донесение информации до широкой общественности, что предполагало привлечение внимания потребителей (иными словами, СМИ сами искали себе аудиторию, подстраиваясь под читателей/зрителей/слушателей), то в настоящее время источники получения информации, благодаря Интернету, доступны для каждого человека» [5, с. 522]. Цифровизация СМИ дает двойкий результат: с одной стороны, «...пользователь мгновенно реагирует на медиаконтент, который получает в режиме реального времени. Он может предложить собственную тему или предложить освещение события в определенном контексте, чем помогает производителям контента — журналистам, фотокорреспондентам, редакторам, блогерам. Но с другой стороны, такое соучастие повышает требования к современной журналистике, в основе которой лежит уникальный подход к творческому процессу создания контента и своеобразное управление коммуникационным процессом, выражающееся в том, что и журналисты (профессиональные и непрофессиональные), и пользователи участвуют в глобальном распространении информации, сообщая координируя действия как на массовом, так и на индивидуальном уровне» [7, с. 129].

Иными словами, технологии все еще не могут заменить человека. А значит, личность журналиста, его знания о мире, творческие и аналитические способности, уникальный взгляд на те или иные события остаются ключевыми при подготовке медиaproдукта. Журналист является не только посредником между аудиторией и государственными институтами, не только объектом, испытывающим на себе эффекты цифровизации СМИ, но и субъектом, который наполняет, формирует / определяет медиапространство, влияет на общественное мнение.

Перечисленные характеристики современной российской журналистики становятся определяющими при формировании личности журналиста, субъекта медиапространства. Характеристики эти не следует воспринимать как абстрактные. Они непосредственным образом связаны с социокультурными трансформациями, являются их производными. Кроме того, обозначенные специфические характеристики журналистики нового времени оказывают существенное влияние на формирование личности актора медиапространства и должны быть учтены специалистами, работающими с молодежью, а также — медиапедагогами. Опираясь на теорию интериоризации (прежде всего мы имеем в виду культурно-историческую теорию Л.С. Выготского и теорию интериоризации умственных действий П.Я. Гальперина), мы можем сделать вывод о том, что личность современного журналиста формируется не сама по себе, не в изоляции, а под влиянием, в том числе, и внешних факторов в процессе постижения окружающего мира (культуросообразная норма, традиции, духовно-нравственные ценности).

И если, с учетом перечисленных трансформаций, мы говорим о социологическом портрете представителей цифровой эпохи, то его в настоящее время «образуют такие качества, как «тотальная» креативность, инновационность (подразумевающая разрушение и отказ от традиционных устоявшихся форм в бизнесе и построении деловых отношений — демократичность), информированность, благодаря постоянной включенности в поисковую деятельность, многозадачность (способность решать несколько когнитивных задач одновременно). Исследователи также определяют и проблемные зоны «цифрового поколения» — информационную перегруженность и как следствие — снижение способности формировать и оперировать знаниями (т.е. систематизировать информацию, последовательно ее осваивать, выстраивать логические связи, структурировать материал), интернет-зависимость, контакты со злоумышленниками и доступ к «опасному» контенту (проявления агрессии, домогательства, призывы к насилию, порнография), трансформация (порой разрушительная) понятий личного пространства, защиты личных данных, авторских прав» [6]. Приведенные данные подтверждают идею о том, что субъект внутри медиаполя формируется как личность, стремится к творческой самореализации.

В рамках данного исследования мы исходим из того, что в науке пока не сформировано единого мнения относительно путей развития журналистики и способов преодоления тех вызовов, которые породила цифровизация СМИ. С целью определения ключевых проблем отечественной журналистики нового времени (в том числе и региональной), а также перспективных направлений развития в цифровую эпоху, в 2023–24 году мы провели анкетирование среди акторов медиапространства УрФО. В опросе приняли участие 375 человек. Возраст: от 18 до 60 лет, обучающиеся старших курсов и преподаватели вузов округа (Екатеринбург, Нижневартовск, Сургут, Ханты-Мансийск), практикующие журналисты, медиапедагоги.

Перед тем как задать основной вопрос, мы использовали несколько вопросов «вводных», подготовительных. Один из них был сформулирован как открытый следующим образом: «Есть ли у Вас причины для творческой неудовлетворенности? Если да, то они в первую очередь связаны с...» Поскольку анкетирование было анонимным, авторы могли высказывать свои суждения откровенно, избегая социально ожидаемых ответов.

Обобщая сказанное, отметим следующие факторы, на возможности творческой самореализации субъектов медиапространства УрФО:

- 1) Недостаточная свобода слова, ограничения законодательного характера.
- 2) Установки редактора, жесткая редакционная политика.
- 3) Недостаток времени для творчества, много рутины, работы, не связанной непосредственно с журналистским творчеством (обработка данных, работа с документами, со- вещания и т.д.).
- 4) Нехватка значимых информационных поводов (в условиях работы в региональной компании).
- 5) Коммерциализация журналистики, работа на заказчика, материалы рекламного характера, далеко не всегда позволяющие реализовать творческие компетенции.
- 6) Цифровизация СМИ (использование ИИ при написании материалов).

Подобные мнения говорят о том, что акторы медиапространства УрФО видят ключевые проблемы творческой реализации журналистов, стараются их преодолеть, по-прежнему считают креативность ключевой компетенцией специалиста.

Также достаточно важными для нас (в свете новейших трансформаций медиапространства) были ответы на запрос «Несколько слов об изменениях в сфере Вашего индивидуального журналистского творчества. В связи с современными цифровыми трансформациями что Вы скажете о:

- а) тематике Ваших выступлений?
- б) о методах сбора информации для журналистских выступлений и дальнейшей аналитической деятельности?
- в) о характере трансформации этих фактов и сведений?

- г) о Ваших индивидуальных методах творческой работы над журналистским произведением?
- д) о работе в рамках конвергентной редакции?
- е) об обратной связи с аудиторией?»

Большинство респондентов (83%) не отметили никаких особых изменений в своей работе с учетом новейших трансформаций (прежде всего — цифровизации СМИ). Это говорит о том, что практикующие журналисты привыкли работать по прежним стандартам и, не считая актуальными для себя современные вызовы, не собираются менять своих взглядов на профессию и способов работы с информацией, взаимодействия с аудиторией.

17% опрошенных отмечают следующие факторы: изменилась работа по сбору, обработке и трансляции данных (используются цифровые инструменты), активизировалась работа с аудиторией (обратная связь), повышается степень креолизации медиатекстов, их интерактивности. Отмечаются трудности при работе в конвергентной редакции, когда приходится интегрировать различные знаковые системы.

Хотелось также понять, видят ли респонденты разницу между российской и региональной журналистикой: «Существует ли понятие «региональная журналистика»? Если да, то каковы ее отличительные признаки в УрФО?»

Анализ полученных ответов показал, что большинство респондентов (94%) признает такое понятие, однако у опрошенных нет единого мнения по поводу критериев выделения локальной (или региональной) журналистики УрФО как составляющей журналистики РФ. Как правило, в основу специалисты кладут географический критерий и те локальные проблемы, которые освещает региональная журналистика. Многие (около 60%) вообще не указали таких критериев.

Ключевым для нас стал вопрос: «Какие проблемы практической журналистской деятельности Вы считаете наиболее актуальными?». Данный вопрос мы считаем чрезвычайно важным потому, что исследователям необходимо четко понимать, с какими проблемами сталкиваются журналисты-практики, какие задачи они решают в настоящее время, какую стратегию необходимо выработать по решению выявленных проблем.

Итак, участникам опроса предлагалось отметить не более трех вариантов ответов из 14 предложенных¹. Приведем перечень данных проблем:

- 1) Взаимодействие властных структур и представителей СМИ.
- 2) Законодательство по СМИ.
- 3) Профессиональная этика журналиста.
- 4) Проблемы юридической и экономической зависимости СМИ.
- 5) Гласность и доступ к информации.
- 6) Манипуляции общественным сознанием со стороны СМИ.
- 7) Большой объем информации.
- 8) Цифровизация СМИ.
- 9) Конкуренция со стороны «гражданских журналистов».
- 10) Отсутствие достаточных компетенций у современных профессиональных журналистов.
- 11) Отсутствие возможности повышать квалификацию
- 12) Приращение роли СМИ в обществе.
- 13) Напряженные отношения внутри редакции.
- 14) Конвергентные процессы в журналистике

Также респонденты могли сформулировать свой вариант ответа, поскольку мы отдавали себе отчет в том, что все основные проблемы современной журналистики в анкете перечислить невозможно. «Диаграмма 1» представляет соотношение выборов респондентов (номера столбцов соответствуют проблемам, обозначенным выше).

¹ Предложенные проблемы были сформулированы нами на основе изученной научной литературы по теме.

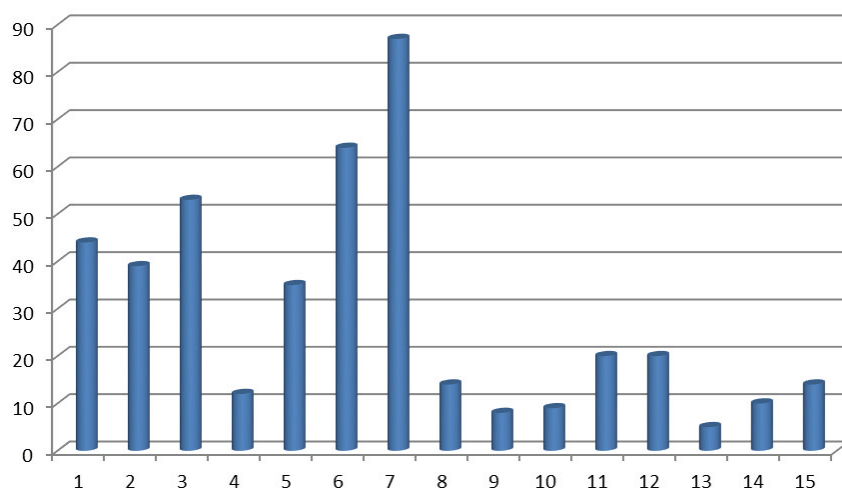


Диаграмма 1. **Основные проблемы практической журналистики с точки зрения акторов медиапространства УрФО**

Итак, на основе полученных данных мы имеем возможность выделить пять проблем, которые получили наибольшее количество выборов респондентов.

- 1) Большой объем информации (данный вариант выбрало подавляющее большинство опрошенных — 87%). Анализ научной литературы также подтверждает, что данная проблема является для журналистов доминирующей.

Благодаря цифровым инструментам специалист получает практически не ограниченный доступ к информации, но часто не имеет возможности ее качественно переработать, проанализировать, верифицировать. Осознавая данную проблему, журналисты (особенно работающие в конвергентных редакциях) все активнее начинают использовать цифровые инструменты, в основе которых лежит искусственный интеллект (ИИ). Мы имеем виду, прежде всего, программы, способные «перерабатывать» и структурировать большие объемы данных («big data»), например: «Brand Analytics», Industry Insights, Meltwater, «Медиалогия SM», «СКАН-Интерфакс», «Интегрум Мониторинг СМИ» и многие другие). Но следствием использования таких программ зачастую является отход журналиста от личного участия в создании контента, невозможность применять свои творческие способности. Пока специалисты еще в состоянии отличить авторский текст от того, который создал ИИ, однако в скором времени эта разница перестанет быть заметной. И в этом случае, мы убеждены, только творческий журналист, способный создавать оригинальные тексты, сохранивший свой индивидуальный стиль, будет востребованным на рынке информационных услуг.

- 2) Манипуляции общественным сознанием со стороны СМИ (64% выборов). Влияние СМИ на реципиентов не всегда является положительным, что в эпоху информационных войн вполне объяснимо. Однако медиапедагоги должны на этот аспект обратить самое пристальное внимание.
- 3) Профессиональная этика журналиста (53%). Нетрудно заметить, что данная проблема непосредственным образом связана с предыдущей. В эпоху цифровизации СМИ журналист получает достаточно эффективные инструменты воздействия на свою аудиторию. Цифровизация делает такое воздействие, с одной стороны, более массовым, а с другой — более адресным (таргетированным). В этой связи перед практикующими журналистами встает ряд вопросов этического характера. К сожалению, специалист далеко не всегда имеет возможность выражать исключительно собственное мнение, транслировать свою личную позицию, соглашаясь с политикой редакции. Часто эта

политика идет в разрез с собственными убеждениями индивида, возникает когнитивный диссонанс, намечаются деструктивные процессы в рамках самоидентификации. Мы полагаем, что только целостная медиаличность, обладающая необходимым набором профессиональных компетенций, четкими жизненными установками, способна избежать кризиса самоидентификации, сохраниться от профессионального выгорания. Повторим, что основа для успешного формирования самоидентификации личности (прежде всего профессиональной) может и должна быть заложена в вузе, в рамках медиаобразования.

4) Взаимодействие властных структур и представителей СМИ (44%).

5) Законодательство по СМИ (39%).

Несомненно, эти проблемы являются давними, но, как видим, до сих пор остаются актуальными. Участники опроса отмечают несовершенство законодательной базы, указывают на контроль СМИ (вероятно, по их мнению, избыточный) со стороны государственных институтов. Мы понимаем, что, в связи с серьезными социокультурными трансформациями, необходимо усовершенствовать прежде всего закон Российской Федерации от 27.12.1991 N 2124-1 «О средствах массовой информации». Отметим при этом, что закон очерчивает границы правового поля, в котором журналист-практик может творить, транслировать свои идеи, мысли, интенции. Последняя редакция данного закона состоялась совсем недавно — 23 ноября 2024 г. И такая работа продолжается в настоящее время. Важно в процессе законотворчества ответственным лицам более тесно взаимодействовать с журналистской общественностью, проводить публичные обсуждения, дискуссии по проблемным вопросам, чтобы быстрее отвечать на вызовы современности.

Остальные проблемы из списка предложенных (гласность и доступ к информации; юридическая и экономическая зависимость СМИ; конкуренция со стороны «гражданских журналистов»; цифровизация СМИ; конвергентные процессы в журналистике...) оказались менее значимыми для респондентов. Тем не менее, данные проблемы являются достаточно актуальными, и их актуальность с каждым днем возрастает. Прежде всего, мы имеем в виду конвергенцию знаковых систем и цифровизацию СМИ. Но опрос показал, что, к сожалению, специалисты не считают их пока существенными. Мы же полагаем, что именно на этих вопросах и должно сконцентрировать свое внимание отечественное медиаобразование в ближайшие годы.

С учетом сказанного выше мы предлагаем следующие характеристики целостной медиаличности в условиях цифровизации СМИ:

- «— цифровая грамотность (умение видеть угрозы и противостоять им, умение собирать, обрабатывать большие объемы данных);
- творческие способности (умение генерировать идеи и воплощать их с использованием цифровых инструментов, умение творчески перерабатывать собранную информацию и транслировать ее на потребителей);
- критическое мышление, рефлексия (умение критически оценивать поступающую информацию, делать выводы, используя цифровые инструменты);
- умение работать с текстами обратной связи;
- мотивация (желание использовать цифровые инструменты в профессиональной деятельности);
- умение работать с интеллектуальными технологиями» [1, с. 636]. Эти характеристики, безусловно, не являются окончательными, могут быть уточнены. Однако они могут стать основой для практикующих журналистов (рефлексия относительно собственной идентичности и специфики профессиональной деятельности в эпоху цифровизации СМИ), для исследователей, изучающих современное состояние журналистики и качеств личности актора медиaprостранства, а также — для медиапедагогов, готовящих к профессиональной деятельности студентов-журналистов.

ВЫВОДЫ. Цифровизация СМИ породила не только инструменты, облегчающие труд журналиста, но и создала угрозы, с которыми современный актер медиaprостранства должен справляться. Знание существующих вызовов, произошедших в результате новейших трансформаций, необходимо не только практикующим журналистам, но и медиапедагогам, участвующим в формировании целостной медиаличности в образовательном учреждении. Эмпирические данные, полученные в результате анкетирования, проведенного автором исследования, свидетельствуют о том, что специалисты не видят конкуренции со стороны «гражданских» журналистов, уделяют недостаточно внимания угрозам цифровизации СМИ и специфике работы в конвергентной редакции. Также, признавая существование региональной (локальной, комьюнити-) журналистики УрФО, респонденты не имеют четкого представления о тех критериях, которые отличают ее от журналистских систем других регионов. Ответы респондентов на вопрос о ключевых проблемах журналистики свидетельствуют об их стремлении работать в традиционной парадигме, о нежелании меняться, осваивать новые инструменты, приемы, жанры и т.д. Респонденты, в большинстве своем, считают, что их компетенций достаточно для эффективной профессиональной деятельности и повышать квалификацию в связи с новейшими изменениями медиaprостранства нет необходимости, хотя совершенно очевидно, что за последние 10–15 лет социальный запрос, медиaprостранство РФ, требования к ее актерам изменились кардинальным образом. В этой связи, можем констатировать, что нам не только удалось выделить и кратко охарактеризовать ключевые проблемы комьюнити-журналистики (с точки зрения акторов медиapoля УрФО), но и выявить ряд противоречий, на которые, как нам кажется, следует обратить внимание специалистам.

ЛИТЕРАТУРА

1. Гаврилов В.В., Зорина В.А. «Цифровой интеллект журналиста»: к содержанию понятия // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Литературоведение. Журналистика. 2024. Т. 29. № 3. С. 626–641.
2. Корконосенко С.Г. Теория журналистики: от схематизма к реализму // Вопросы теории и практики журналистики. 2016. Том 5. № 4. С. 536–545.
3. Луманн Н. Социальные системы. Очерк общей теории. СПб.: Наука, 2007. 648 с.
4. Монне Т.А. Тенденции журналистики XXI века // Журналистика — вызовы времени. Сборник научных статей кафедры журналистики и медиакоммуникаций. М.: Издательство: Московский педагогический государственный университет, 2018. С. 56–58.
5. Попкова Е.Г., Нацубидзе А.С. Эволюция и новые очертания теории средств массовой информации в XXI веке // Вопросы теории и практики журналистики. 2016. Т. 5. № 3. С. 521–528.
6. Формирование личной идентичности пользователей посредством новых медиа. URL: <https://cyberpedia.su/23x4d83.html> (дата обращения: 28.02.2025).
7. Чж Ли. Тенденции развития журналистики в XXI веке. Этносоциум. 2023. № 9 (183). С. 127–130.
8. Deuze M. What is Multimedia Journalism? // Journalism Studies. 2004. Vol. 5. № 11. P. 139–152.

REFERENCES

1. Gavrilov V.V., Zorina V.A. «*Cifrovoy intellekt zhurnalista*»: k sodержaniyu ponyatiya [«Digital intelligence of a journalist»: to the content of the concept] // Vestnik Rossijskogo universiteta druzhby narodov. Seriya: Literaturovedenie. Zhurnalistika. 2024. T. 29. № 3. S. 626–641. (In Russian).
2. Korkonosenko S.G. *Teoriya zhurnalistiki: ot skhematizma k realizmu* [Theory of journalism: from schematism to realism] // Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki. 2016. Tom 5. № 4. S. 536–545. (In Russian).
3. Lumann N. *Sotsial'nye sistemy. Ocherk obshchej teorii* [Social systems. An essay on general theory]. SPb.: Nauka, 2007. 648 s. (In Russian).
4. Monne T.A. *Tendencii zhurnalistiki XXI veka* [Trends in journalism of the XXI century] // Zhurnalistika — vyzovy vremeni. Sbornik nauchnykh statej kafedry zhurnalistiki i mediakommunikacij. M.: Izdatel'stvo: Moskovskij pedagogicheskij gosudarstvennyj universitet, 2018. S. 56–58. (In Russian).

5. Popkova E.G, Nacubidze A.S. *Evolyuciya i novye ochertaniya teorii sredstv massovoj informacii v XXI veke* [Evolution and new outlines of the theory of mass media in the 21st century] // *Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki*. 2016. T. 5. № 3. S. 521–528. (In Russian).
6. *Formirovanie lichnoj identichnosti pol'zovatelej posredstvom novyh media* [Formation of personal identity of users through new media]. URL: <https://cyberpedia.su/23x4d83.html> (data obrashcheniya: 28.02.2025).
7. Zh Li. *Tendencii razvitiya zhurnalistiki v XXI veke. Etnosocium* [Trends in the development of journalism in the 21st century. Ethnosocium]. 2023. № 9 (183). S.127–130. (In Russian).
8. Deuze M. *What is Multimedia Journalism?* // *Journalism Studies*. 2004. Vol. 5. № 11. P. 139–152. (In English).