

На правах рукописи

ДЖАЗОЯН
Ашот Егишеевич

**ТРАНСФОРМАЦИИ ЖУРНАЛИСТСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ
В СОВРЕМЕННОМ МЕДИАПРОСТРАНСТВЕ**

Специальность 10.01.10 – журналистика

АВТОРЕФЕРАТ
диссертации на соискание ученой степени
кандидата филологических наук

Москва – 2014

Работа выполнена на кафедре тележурналистики
ФГБОУ ДПО «Академия Медиаиндустрии»

Научный руководитель: *доктор социологических наук, профессор*
Дугин Евгений Яковлевич

Официальные оппоненты: **Гегелова Наталья Сергеевна**
доктор филологических наук, доцент
ФГБОУ ВПО «Российский университет
дружбы народов» (РУДН), доцент
кафедры массовых коммуникаций
филологического факультета

Ерофеев Сергей Владимирович
кандидат филологических наук,
Международная академия телевидения и
радио, исполнительный директор

Ведущая организация: **ФГБОУ ВПО «Санкт-Петербургский
государственный университет»**
Высшая школа журналистики и массовых
коммуникаций, факультет журналистики

Защита диссертации состоится *26 июня 2014 г. в 13.00 часов* на заседании диссертационного совета Д 206.002.01 при ФГБОУ ДПО «Академия Медиаиндустрии» по адресу: 127521, г. Москва, ул. Октябрьская, д. 105, корп. 2, аудитория 10.

С диссертацией можно ознакомиться в научной библиотеке ФГБОУ ДПО «Академия медиаиндустрии» по адресу: 127521, г. Москва, ул. Октябрьская, д. 105, корп. 2. к. 805.

Автореферат диссертации размещен на сайтах: <http://www.ipk.ru> и <http://vak.ed.gov.ru>

Автореферат разослан « ____ » _____ 2014 г.

Ученый секретарь диссертационного совета
кандидат филологических наук

В.М.Латенкова

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность темы исследования. Трансформация традиционных СМИ под влиянием информационной системы XXI века, развитие новых коммуникативных технологий, требования модификации профессиональной подготовки журналистов в рамках современной парадигмы – это ключевые темы, ставшие предметом научных и практико-ориентированных исследований в сфере журналистики и медиакоммуникаций. Как отмечает в диссертационной работе С.В. Ерофеев, «практически все научные исследования, посвященные современной журналистике, делают акцент на том, что она находится в процессе трансформации и переходит в качественно новое состояние»,¹ иными словами ставят своей целью определить векторы развития профессиональной деятельности в будущем с учетом проникновения новой информационной реальности практически во все пласты жизни общества постиндустриальной эпохи. Со времени выхода первых системных исследований взаимодействия СМИ и Интернета в 2000 году (сборник статей «СМИ и современные медиа-технологии»² и монография Д.Рэндалла «Универсальный журналист»³) появился ряд работ и учебных пособий, которые были посвящены проблемам эволюции СМИ в современном обществе, конвергенции и новым компонентам журналистской деятельности. Одновременно с развитием рекомендаций по модернизации журналистского образования за последнее десятилетие в профессиональной публицистике и в зарубежной, и отечественной научной дискуссии о перспективах СМИ все чаще стали появляться негативные прогнозы будущего медиаиндустрии.

Очевидным маркером развивающегося кризиса медиаиндустрии

¹ Ерофеев С.В. Становление профессии интернет-журналиста на рубеже XX-XXI вв. Дисс... канд. фил.наук: 10.01.10. М., 2011. С.3

² СМИ и современные медиа-технологии / под ред. А.Джазояна, А.Калмыкова [и др.]. М.: Международная конфедерация журналистских союзов, 2000.

³ Рэндалл Д. Универсальный журналист. СПб.: Национальный институт прессы, 2000.

являются экономические показатели, среди которых можно отметить и падение тиражей печатных СМИ, и абсолютное или относительное снижение рекламной выручки СМИ, и сокращение количества рабочих мест при увеличении нагрузки для тех, кому удастся сохранить работу и пр. При этом трансформации и кризисная ситуация в последние годы наблюдаются и в функциональной сфере деятельности СМИ: социологические исследования свидетельствуют о снижении доверия самому институту «четвертой власти», увеличивается доля развлекательных и вторичных по содержанию медиасообщений, развиваются альтернативные источники общественно-значимой информации в виде «гражданской журналистики», что в совокупности влияет на восприятие СМИ как общественного института, возрастает проблема «разорванной коммуникации» и «информационной безопасности». Именно сочетание экономических показателей и социальных факторов на фоне технологических инноваций последних лет стало основанием для возникновения целого направления футурологических публикаций, в которых критика социальной значимости СМИ достигла максимума: по мнению ряда исследователей, в будущем профессия журналиста в ее привычном понимании исчезнет. Так, например, считают авторы исследования-форсайта «Атлас новых профессий», проведенного Московской школой управления «Сколково» совместно с Агентством стратегических инициатив, в котором утверждается, что профессия журналиста, наряду с турагентами, нотариусами, лекторами, почтальонами и многими другими специальностями полностью исчезнет меньше, чем через двадцать лет.⁴ Негативный прогноз СМИ как общественно-значимому институту был дан и в докладе «Традиционные медиа в 2020 году: тенденции и прогнозы»

⁴ Лукша, П., Лукша, К., Песков, Д., Коричин, Д. Атлас новых профессий. М., Агентство стратегических инициатив и Московская школа управления «Сколково», 2014, С. 148-155.

Фонда развития гражданского общества.⁵ Авторы доклада Фонда развития в рамках аргументации прогноза несколько раз ссылаются на идеи А.Мирошниченко и В.Гатова,⁶ которые неоднократно констатировали факт глубокого кризиса печатной прессы, а также высказывали сомнения в будущем института «четвертой власти», отмечая, что социальная значимость деятельности журналиста постепенно утрачивается.

Аналогичная дискуссия о кризисе концепции информирования ведется и в зарубежной науке. Например, профессор факультета журналистики Университета Нью-Йорка Дж.Джарвис утверждает, что традиционные медиа (прежде всего, газеты) обречены на вымирание, что является, по его мнению, следствием утраты журналистикой мандата на работу с общественной повесткой дня.⁷ Его поддерживают в этом предположении несколько видных зарубежных ученых, предпринимателей и публичных интеллектуалов – К.Ширки,⁸ профессор Университета Нью-Йорка, Э.Белл,⁹ руководитель цифрового направления ИД «Гардиан» (Guardian Digital), и многие другие. Возражения в отношении этой позиции, прежде всего, исходят из Школы журналистики Колумбийского университета и издаваемого в ней журнала «Обзоры журналистики» (CJR). Редактор CJR, профессор университета Д.Старкман¹⁰ утверждает, что прямая связь между состоянием медиа-бизнеса и восприятием задач СМИ

⁵ Традиционные медиа в 2020 году: тенденции и прогнозы [Электронный ресурс] // Фонд развития гражданского общества URL: http://civilfund.ru/mat/view/40#_ftnref56 (дата обращения 25.02.2014).

⁶ Мирошниченко, А. СМИ против интернета [Электронный ресурс] // Слон.ру – URL: http://slon.ru/business/smi_protiv_interneta-109280.xhtml (дата обращения 05.02.2014), Гатов В. Оставить все, как есть [Электронный ресурс] // Слон.ру – URL: http://slon.ru/russia/ostavit_vse_kak_est-308819.xhtml (дата обращения 05.02.2014).

⁷ см. Jarvis J. Who would buy a newspaper? Anybody? [Электронный ресурс] // Buzzmachine. <http://www.shirky.com/weblog/2009/03/>; <http://buzzmachine.com/2009/05/15/who-would-buy-a-newspaper-anybody> (дата обращения 02.02.2014).

⁸ Shirky C. Newspapers and thinking the unthinkable. [Электронный ресурс] // Clay Shirky URL: <http://www.shirky.com/weblog/2009/03/> (дата обращения 05.02.2014)

⁹ Bell E. The blessing of network: [Электронный ресурс] // Обзоры Школы журналистики Колумбийского университета URL: http://www.cjr.org/the_news_frontier/the_blessings_of_networks.php (дата обращения 11.03.2014)

¹⁰ Starkman D. The Hole In FON Theory [Электронный ресурс] // Обзоры Школы журналистики Колумбийского университета URL: http://www.cjr.org/the_audit/the_hole_in_fon_theory.php (дата обращения 11.03.2014).

в обществе является надуманной, а ухудшение условий ведения бизнеса не может являться поводом для пересмотра сложившихся задач профессии.

Актуальность предлагаемого исследования состоит в том, что оно напрямую связывает особенности современного экономического существования традиционных СМИ, как основного места работы большинства журналистов, с теми функциями, которые реализуют журналисты на основании общественного мандата. Данная работа представляет собой попытку продемонстрировать, что футурологическое ориентирование на прогнозы и форсайты состояния социального статуса СМИ основывается на предпосылках, которые исторически имеют второстепенное отношение к самому институту средств массовой информации. Не отрицая определенных трансформаций, которые переживает сегодняшняя журналистская деятельность, в данном исследовании утверждается, что профессия в ее классическом традиционном понимании остается более, чем востребованной, именно в условиях настоящей информационно-коммуникативной парадигмы.

Степень научной разработанности темы. Среди научных работ, посвященных рассматриваемым проблемам, необходимо выделить несколько групп исследований. Первая группа работ, часть которых уже упоминалась выше, посвящена теме кризиса индустрии СМИ, проблемам печатной прессы и статусу новостной журналистики в меняющихся технических условиях распространения информации. Помимо работ А.Мирошниченко, В.Гатова, Дж.Джарвиса, К.Ширки и ряда исследований Школы журналистики Колумбийского университета, стоит отметить также сборник статей под редакцией Р.МакЧесни и В.Пикарда «Последний репортер, уходя, выключите, пожалуйста, свет: коллапс журналистики и как все исправить» (2011).¹¹ В сборнике профессор университета

¹¹ McChesney R. W., Pickard V. Will the last report please turn out the lights: the collapse of journalism and what can be done to fix it. New York : The New Press, 2011.

Иллинойса Урбана-Шампейн Р.МакЧесни и исследователь университета Нью-Йорка В.Пикард собрали самые важные, по их мнению, статьи, посвященные кризису американской индустрии, в которых наиболее значимые для американской науки авторы исследуют структурные, финансовые и социальные проблемы, а также трансформацию профессии журналиста. Проблемы европейского рынка печатной прессы, в частности, британского, рассматриваются среди прочего в книге профессора Городского университета Лондона, главы Высшей школы журналистики Дж.Брока «Печать остановлена. Газеты, журналистика и новостной бизнес в цифровую эпоху».¹² Дж.Брок на примере британской прессы подробно изучает причины экономического кризиса, в том числе и рекламную модель финансирования, а также обращает внимания на новые вызовы для традиционной журналистики со стороны агрегаторов новостей и «гражданских журналистов». Как и многие другие исследователи будущего индустрии СМИ в ее традиционном понимании, он видит его довольно пессимистично, что впрочем, по его мнению, не распространяется на саму профессию. К подобным выводам о будущем новостной журналистики, которые разделяет и диссертант, приходят авторы книги «Новости в Интернете: информация и гражданское участие в XXI веке»¹³ (2012) Д.Тьюксбери и Д.Риттенберг. Среди недавних исследований журналистики как объекта междисциплинарного исследования необходимо отметить также монографии И.М.Дзялошинского «Медиапространство России: «Пробуждение Соляриса» (2012), в которой утверждается доминирование коммуникационных систем над человеком. И книга Е.Л.Вартановой «Постсоветские трансформации российских СМИ и журналистики» (2013),

¹² Brock G. Out of print: newspapers, journalism and the business of news in digital age. London: Kogan Page Limited, 2013.

¹³ Tewksbury D., Rittenberg J. News on the Internet: Information and Citizenship in 21st Century. New York: Oxford Press, 2012.

где автор рассматривает трансформации российских СМИ под влиянием экономических и социальных факторов.¹⁴

Если первая группа исследований рассматривает в основном будущее индустрии в контексте экономических, технологических и социальных вызовов, то вторая посвящена вопросам развития профессии журналиста. Очевидно, что исследования из обеих групп часто перекликаются; нам представляется важным отделить общетеоретические и бизнес-ориентированные работы от научных исследований профессии интернет-журналиста как основы для рекомендаций изменения стандартов образования и изучения интернет-журналистики как явления. Одной из первых диссертаций, в которой был отражен анализ ситуации более или менее близкой¹⁵ к сегодняшнему состоянию развития Интернета, стало исследование И.В.Стечкина «Эволюция социально-функциональных ролей журналиста в интернет-СМИ»¹⁶ (2006). Цель исследования Стечкина носит прагматический характер: описание актуальных для интернет-СМИ социально-функциональных ролей журналиста позволит, по мнению автора, определить новые направления в подготовке специалистов. Диссертация Стечкина основана на большом эмпирическом материале, релевантном на момент написания, а также на работах И.М.Дзялошинского, Е.П.Прохорова, Л.Г.Свитич, И.Д.Фомичевой¹⁷ и ряда других авторов.

Проблеме исследования интернет-журналистики как явления и ее

¹⁴ Дзялошинский, И. М. Медиапространство России: Пробуждение Соляриса. М.: Academia, АПК и ППРО, 2012; Вартанова, Е.Л. Постсоветские трансформации российских СМИ и журналистики. М.: МедиаМир, 2013.

¹⁵ Диссертационные исследования профессии интернет-журналиста проводились и ранее, но в них анализировалась принципиально иная картина состояния и распространения Интернета, за счет чего ряд выводов устаревали. Например: Кихтан, В.В. Онлайновая журналистика в России: становление, тенденции и перспективы развития: Дисс. ... канд. фил.наук: 10.01.10. М., 2004.

¹⁶ Стечкин И.В. Эволюция социально-функциональных ролей журналиста в Интернет-СМИ: Дисс. ... канд. фил.наук: 10.01.10. М., 2006.

¹⁷ Дзялошинский И.М. Российский журналист в посттоталитарную эпоху. М.: ИД «Восток», 1996, Прохоров Е.П. Введение в теорию журналистики. М.,1995, Свитич Л. Г., Ширяева А.А. Российский журналист и журналистское образование (социологические исследования) под ред. Я.Н. Засурского. М.: МГУ, 2006, Фомичева И.Д. «Социология Интернет-СМИ», М.: МГУ, 2005.

места в системе традиционных СМИ посвящена докторская диссертация А.А.Калмыкова «Интернет-журналистика в системе СМИ: становление, развитие, профессионализация»¹⁸ (2009). В своем исследовании А.А.Калмыков рассматривает свойства интернет-коммуникации как части медиасферы в методологическом и культурологическом ключе, апеллируя к принципам включенного множества, как это можно было бы описать, используя терминологию математического анализа. В данном исследовании также развивается идея, высказанная А.А.Калмыковым о доминировании в интернет-журналистике коммуникативного аспекта над информационным.¹⁹ Мы рассматриваем его в рамках модификации функций традиционных СМИ под влиянием технологических изменений и конфликта привычных моделей медиабизнеса с социальной ролью журналистики. Подробный анализ истории развития новых методов коммуникации в России в третьей главе упомянутой работы «Становление и развитие Интернет-журналистики как системы»²⁰ позволяет автору настоящего исследования сфокусироваться лишь на анализе отдельных примеров (кейсов) в отечественной и зарубежной индустрии интернет-СМИ.

В диссертационной работе С.В.Ерофеева «Становление профессии интернет-журналиста на рубеже XX-XXI вв.»²¹ (2011) представлен детальный анализ состояния изученности темы интернет-журналистики на момент ее написания. Автор обращает внимание на значимость для отечественной науки выхода книги Е.Л.Вартановой «Медиаэкономика зарубежных стран» (2003)²² и англо-русского словаря терминов

¹⁸ Калмыков А.А. Интернет-журналистика в системе СМИ: становление, развитие, профессионализация. Дисс. ... докт. фил.наук: 10.01.10. М., 2009.

¹⁹ Там же, С.104 .

²⁰ Там же, С.156 – 258

²¹ Ерофеев С.В. Становление профессии интернет-журналиста на рубеже XX-XXI вв. Дисс... канд. фил.наук: 10.01.10. М., 2011.

²² Вартанова Е. Медиаэкономика зарубежных стран. М.: Аспект Пресс, 2003.

коммуникативистики Л.М.Земляновой (2004)²³, а также особо отмечает выход в 2010 году сборника, подготовленного преподавателями МГУ под ред. М.М.Лукиной «Интернет-СМИ: Теория и практика».²⁴ Кроме того, анализу современных определений профессии интернет-журналиста в работах российских и зарубежных авторов посвящен целый параграф диссертации С.В.Ерофеева, в котором он подробно исследует отражение данной темы в научных исследованиях последних лет.²⁵ Настоящее исследование трансформаций журналистской деятельности является развитием нескольких тем, затронутых в диссертации С.В.Ерофеева.

Также стоит отметить, что за последние годы вышло несколько учебных пособий по интернет-журналистике: в частности, в 2011 году – книга А.А.Амзина «Новостная интернет-журналистика», в 2012 году – А.А.Градюшко «Основы интернет-журналистики» и одноименная книга В.В.Перевалова.²⁶ Кроме того, в 2013 году вышла монография А.А.Сергеенко «Тексты в Интернет-СМИ: коммуникационные характеристики».²⁷ В ней автор приходит к выводу о новых свойствах интегративной функции СМИ, которая развивается помимо информационной и просветительской, обращая внимание, на особую роль средств массовых коммуникаций при реализации гражданских инициатив. Кроме того, А.А.Сергеенко исследует явление интеграции разговорной речи в медиадискурс. Для настоящего исследования также важен один из выводов, к которому приходит А.А.Сергеенко - о взаимодействии традиционных СМИ с интернет-средой, которое видится как

²³ Землянова Л.М. Коммуникативистика и средства информации: Англо-русский толковый словарь концепций и терминов. М.: МГУ, 2004.

²⁴ Интернет-СМИ: Теория и практика: учеб. пособие для студентов вузов/ под ред. М.М.Лукиной. М.: Аспект-Пресс, 2010.

²⁵ Ерофеев С.В. Становление профессии интернет-журналиста на рубеже XX-XXI вв. Дисс. ... канд. фил.наук: 10.01.10. М., 2011. С.43 – 65

²⁶ Амзин А. Новостная интернет-журналистика: учебное пособие для студентов вузов. М.: Аспект Пресс, 2011; Градюшко А. А. Основы интернет-журналистики: учеб.-метод. комплекс для студ., обуч. по спец. 1-23 01 08-03" Журналистика (веб-журналистика)/АА Градюшко. Минск: БГУ, 2012; Перевалов В.В. Основы интернет-журналистики: учеб. пособие. М.: МГУП имени Ивана Федорова, 2012.

²⁷ Сергеенко А.А. Тексты в Интернет-СМИ: коммуникационные характеристики. М.: Академия Медиаиндустрии, 2013.

взаимовыгодное и для самих СМИ, и для их аудитории.

При проведении данного исследования была выдвинута **гипотеза**, которая состоит в том, что развитие новых технологий массового информирования не столько представляет угрозу для существования СМИ как социального института, сколько модифицирует и расширяет реализацию функций, которые исторически были связаны именно с феноменом массовой информации.

Актуальность проблемы обусловили определение объекта, предмета, цели и задач исследования.

Объект исследования – журналистская деятельность в контексте развития систем массовых коммуникаций.

Предмет исследования – трансформации журналистской деятельности в современном медиапространстве.

Исходя из научной и практической значимости избранной темы и ее актуальности, была выбрана **цель исследования** – анализ причин трансформации журналистики и модификации ее социальной роли в обществе в рамках критики современных теорий о потенциальном исчезновении профессии журналиста в результате кризиса индустрии СМИ.

В соответствии с поставленной целью определены **задачи исследования**:

- определение признаков кризиса журналистской деятельности и оснований для негативных научных прогнозов о перспективах профессии журналиста;
- анализ структурно-исторических основ индустрии СМИ как социального института и как бизнеса;

- определение технологических предпосылок для реализации особой роли средств массовой информации в жизни общества и их трансформации;
- исследование изменений технологии информирования в современных условиях;
- характеристика модификаций определенных функций СМИ при технологических инновациях в распространении информации;
- изучение влияния блогов, пользовательского контента и социальных сетей на функции массовой информации.

Основные положения, выносимые на защиту:

1. Технологические инновации конца XX - начала XXI века выступили катализатором конфликта в части понимания СМИ как бизнеса и как общественного института.
2. Кризис профессии журналиста и ее современное восприятие в публичной сфере обусловлены историей развития средств массовой информации как бизнеса и как индустрии.
3. Бизнес-модель «двойной конверсии», переживающая кризис в современных экономических условиях, возникла как внешнее эволюционное проявление глубинной структуры медиабизнеса, который исторически строился на продаже услуги информирования.
4. Развитие новых технологий массовой коммуникации без участия системных СМИ поставило под сомнение не рекламную модель финансирования, а функциональность глубинной структуры бизнеса – «торговли новостями».
5. Интегративная функция СМИ испытывает трансформирующее воздействие со стороны новых информационных технологий, однако сущностная роль средств массовой информации как инициаторов публичной дискуссии, остается неизменной.

б. Современные вызовы СМИ и журналистике как профессии, обусловлены ли они экономическими, социальными и/или техническими изменениями, никак не отменяют те обязательства, которые СМИ несут как общественный институт.

Методы исследования, используемые в работе. Диссертационное исследование осуществлено на основе комплексного критического и аналитического подхода, который, в первую очередь, опирается на методы анализа медиакommunikации как части публичной сферы в соответствии с подходами Ю.Хабермаса²⁸ и Г.Маркузе.²⁹ Исследование рассматривает СМИ и журналистику как неотъемлемые элементы публичной сферы в ее историческом развитии, что делает необходимым использование в качестве теоретической посылки обнаруженной Г.Маркузе связи и взаимозависимости между социальным, технологическим и экономическим аспектами коммуникации. Для анализа причин, определивших современное состояние журналистской профессии во всех ее проявлениях, использовались исторический метод, метод типологического анализа, включая так называемый кейс-метод, построенный на описании бизнес-ситуаций релевантных для данного исследования и, при определении ключевых изменений, происходящих под воздействием совокупности трех вышеупомянутых факторов – аппарат политической экономики и критической теории К.Маркса. Вместе с тем, используя данный аналитический аппарат, автор постарался избегать социальной теории классового подхода и других постулатов марксизма. Методологический подход позволил выделить систематические признаки изменений, а также фундаментальные основания для сохранения принципов и ценностей профессии журналиста.

²⁸ Хабермас Ю. Проблематика понимания смысла в социальных науках //Социологическое обозрение. 2008, Т. 7, №. 3. С.3-33

²⁹ Маркузе Г. Эрос и цивилизация. Одномерный человек: Исследование идеологии развитого индустриального общества. М.: Издательство АСТ, 2002.

Теоретико-методологическая база данной работы основана на трудах российских и зарубежных исследований в области теории журналистики и коммуникативистики. Системный и типологический подход к теории и истории журналистики опирается на принципы, изложенные в работах Г.П.Бакулева, Е.Л.Вартановой, Я.Н.Засурского, А.А.Калмыкова, С.Г.Корконосенко, Л.А.Кохановой, Р.П.Овсепяна, Е.П.Прохорова³⁰ и др. Теоретическое обоснование и понимание профессиональной деятельности журналиста основано на трудах Г.В.Кузнецова, Г.В.Лазутиной, О.Р.Самарцева, А.А.Тертычного, В.Л.Цвика, А.Я.Юровского³¹ и др. В данном исследовании автор опирается на профессиограмму деятельности журналиста, описанную Л.Г.Свитич.³² Междисциплинарный подход к проблемам трансформации современных СМИ основан на идеях зарубежных авторов Ж.Бодрийяра, Дж.Гербнера, М.Кастельса, Г.М.Маклюэна, Д.Рашкоффа, Э.Тоффлера, Ю.Хабермаса,³³ роль массовых коммуникаций в системе общественных институтов отражена в отечественных работах В.М.Березина, И.М.Дзялошинского, Л.М.Земляновой, Н.Б.Кирилловой, И.Д.Фомичевой³⁴ и пр.

³⁰ Бакулев Г.П. Конвергенция медиа и журналистика. М.: ИПК работников ТВ и РВ, 2002; Вартанова Е. Медиаэкономика зарубежных стран: учеб. пособие М.: Аспект Пресс, 2003; Засурский Я.Н. Журналистика: от Гуттенберга до Билла Гейтса // Отечественные записки. 2003, № 4(13); Калмыков А.А., Л.А. Коханова. Интернет-журналистика. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2005; Корконосенко С.Г. Теория журналистики: моделирование и применение: учеб. пособие. М.: Логос, 2010; Коханова Л.А., Калмыков А.А. Основы теории журналистики. М.: ЮНИТИ-ПРЕСС, 2009; Овсепян Р.П. История новейшей отечественной журналистики. М.: МГУ, 2005; Прохоров Е.П. Введение в теорию журналистики: учебник для студентов вузов. М.: Аспект Пресс, 2009.

³¹ Кузнецов Г.В., Цвик В.Л., Юровский А.Я. Телевизионная журналистика. М.: Из-во Московского Университета «Высшая школа». 2002; Лазутина Г.В. Основы творческой деятельности журналиста: Учебник для вузов. М.: «Аспект Пресс», 2001; Самарцев О.Р. Творческая деятельность журналиста: очерки, теории и практики. М.: Академический проект, Гаудеамус, 2009; Тертычный А.А. Жанры периодической печати. М.: Аспект Пресс, 2000.

³² Свитич Л.Г. Введение в специальность. Профессия: журналист. Учебное пособие. М.: Аспект Пресс, 2010.

³³ Бодрийяр Ж. Реквием по медиа/ К критике политической экономии знака. М.: Академический проект, 2003. 228-260 с.; Gerbner G. Toward a general model of communication //Educational technology research and development. 1956, Т. 4, №. 3. С.171-199 ; Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура. М.: ГУ ВШЭ, 2000; Маклюэн М. Понимание медиа: внешние расширения человека. М.: Кучково поле, 2011; Рашкофф Д. Медиавирус. М.: Ультра-культура, 2003; Тоффлер Э. Шок будущего. М.: АСТ, 2001, Хабермас Ю. Политические работы. М.: Практис, 2005.

³⁴ Березин В.М. Массовая коммуникация: сущность, каналы, действия. М.: РИП-холдинг, 2003; Дзялошинский И.М. Медиапространство России: коммуникационные стратегии социальных институтов.

Функциональные аспекты массовой коммуникации и информации помимо вышеупомянутых работ, также описаны А.А.Волковым, Т.В.Науменко, Л.Н.Федотовой³⁵ и др.

Теоретическая база и выводы диссертационного исследования основаны на широкой **эмпирической базе**, включающей научные исследования современного состояния журналистики, ее истории и профессии журналиста в целом. В работе также большой объем «кейсов» функционирования средств массовой информации (то есть примеров различных изданий, анализа функционирования релевантных для данного исследования сайтов и пр.). Значительное внимание к истории и становлению новых форм коммуникации в США связано с тем, что американский опыт функционирования как печатных форм коммуникации, так и Интернета, представляет особый интерес, так как позволяет исследовать развитие СМИ без участия государственных институтов, которые влияют на развитие независимых СМИ как положительно, что выражается, например, в поддержке, как во многих странах Европы и в России, так и отрицательно, в первую очередь в виде возможной цензуры. Кроме того, автор уделяет особое внимание именно истории становления и развития печатных СМИ и их связи с новыми медиа. Это объясняется тем, что структура бизнеса теле- и радиовещания принципиально отличается от экономики печатной прессы, при этом интернет-СМИ по своим задачам и редакционно-финансовым решениям значительно ближе именно к газетам, чем к теле- и радиовыпускам новостей.

Хронологические рамки исследования в основном предполагают

М.: АПК и ППРО, 2013; Землянова Л.М. Коммуникативистика и средства информации: Англо-русский толковый словарь концепций и терминов. М.: МГУ, 2004; Кириллова Н.Б. Медиакультура: теория, история, практика. М.: Академический Проект, Культура, 2008, Фомичева И.Д. Социология СМИ. М.: Аспект Пресс, 2007.

³⁵ Волков А. А. Филология и риторика массовой информации/ Язык средств массовой информации: учеб. пособие для вузов/под ред. МН Володиной. М.: МГУ, 2008. 118-132 с.; Науменко Т.В. Социология массовой коммуникации: учебное пос. СПб.: Питер, 2005; Федотова Л.Н. Социология массовой коммуникации. М.: Издательский дом Международного университета в Москве, 2009.

фокусирование на последних десятилетиях, то есть отсчитываются от момента возникновения новых форм коммуникации (примерно от начала 80-х годов XX века) по настоящее время. В то же время для понимания причин некоторых актуальных процессов проведен ретроспективный анализ становления индустрии СМИ как бизнеса и как социального института.

Научная достоверность диссертации обеспечивается:

- применением научно-теоретической методологии, описанной выше;
- обширной эмпирической базой;
- использованием проверенных информационных источников и их анализом.

Научная новизна диссертационного исследования заключается в том, что на основе ретроспективного анализа взаимодействия экономического, технологического и социального факторов предложено новое понимание процессов, влияющих на современную журналистскую деятельность. Впервые рассмотрено развитие технологического фактора распространения информации не как причины современного кризиса индустрии СМИ и журналистской профессии, а как модификатора привычных социальных ролей и экономических стратегий. Таким образом, исследование позволило уточнить, что современные технологии распространения выступили новым катализатором исторически сложившегося конфликта между экономической моделью традиционных средств массовой информации и их социальными функциями. Рассмотрена не только проблема влияния контента, создаваемого в Интернете, на информационную повестку системных СМИ, но и новое, принципиально важное, по мнению диссертанта, явление для современных СМИ – размывание границы между гражданской журналистикой и профессиональной деятельностью, возникающее именно в среде самих представителей традиционной журналистики. Также в исследовании

впервые предлагается осмысление текущих экономических медиа-процессов с точки зрения модификации социальных функций СМИ.

Научная значимость исследования заключается в том, что в работе проведен анализ связи сложившейся традиции социальной роли журналистской деятельности с экономической моделью функционирования СМИ как индустрии под влиянием технологических факторов. Подобный системный мультифакторный подход представляется перспективным инструментом теоретического анализа как частных случаев (изучение кейсов – метод case study), так и более общих и глобальных процессов.

Практическая значимость работы состоит в том, что исследование предлагает не только научно-аналитический аппарат, который может быть использован при прагматическом, например, бизнес-ориентированном анализе медиа-компаний и редакционной практики. В работе приводится ряд примеров, которые обеспечивают связь между текущим состоянием и историческими свойствами СМИ и профессии, что может быть востребовано при совершенствовании системы профессиональной подготовки и переподготовки журналистов.

Апробация работы. Основные положения диссертации были представлены в виде докладов на международных научных конференциях. Результаты исследования стали предметом обсуждения на Форуме европейских и азиатских медиа в Киеве и Москве, на научно-практических конференциях факультета журналистики МГУ, Академии медиаиндустрии, Центрального дома журналистов, практической конференции «Аналоговые и новые медиа: противоречия, конкуренция», VII и VIII Международных форумов молодых журналистов «Диалог Культур» в Санкт-Петербурге.

Автор инициировал создание на факультете журналистики МГУ магистерской группы для представителей стран СНГ, где применил на практике результаты исследования в созданной новой магистерской

программе «Цифровые Медиа и межкультурная коммуникация» в 2011/2012 и 2013/2014 учебных годах.

По материалам данного исследования были опубликованы статьи и интервью в научных журналах и в популярной прессе. Диссертант также применял полученные в ходе исследования данные при проведении профессиональной переподготовки молодых журналистов России и постсоветских стран в рамках проектов «Вся Россия», «Летняя школа журналистики» в Беларуси и «Школа прессы и телевидения» в Армении.

Структура работы продиктована целью и задачами исследования. Диссертация состоит из введения, двух глав, заключения и списка использованной литературы (теоретическая база), и источников (эмпирическая база).

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во **Введении** обосновывается актуальность темы, определяются теоретические и методологические предпосылки, цель и задачи, объект и предмет исследования, научная и практическая значимость.

В первой главе **«Модификация журналистской деятельности в условиях коммуникативных трансформаций XXI века: признаки и истоки»** проводится анализ совокупности факторов, которые преимущественно лежат в основу негативного прогноза существования традиционных СМИ и профессии журналиста. Рассматриваются исторические предпосылки конфликта между концепцией СМИ как общественного института и структурной основой СМИ как бизнеса, проявившегося благодаря технологическим инновациям последних лет.

В параграфе 1.1 *«Современная проблематика исследований кризиса профессии»* рассматриваются вопросы перспектив бизнеса СМИ и сохранения журналистики как особого вида деятельности, которые стали актуальны в связи с глобальным экономическим кризисом 2008-2010

годов. Воздействие негативной финансовой ситуации сложилось с внутренними проблемами СМИ как индустрии, которые, в свою очередь, были связаны не столько с экономикой, сколько с изменениями в технологии распространения информации и вызванными ими сдвигами в поведении потребителей. В данном параграфе приводится обзор как российских, так и западных дискуссий о причинах кризиса индустрии СМИ и потенциальных угрозах журналистике как особому виду профессиональной деятельности.

В качестве символа растущей угрозы бизнесу СМИ в параграфе 1.1.1. *«Экономические факторы как основа негативного прогноза»* рассматривается подробно кейс сайта «Крейгслист». И «Крейгслист» не был единственным сайтом, «хоронившим» в 2005-2006 году печатную прессу. Именно на его примере некоторые специалисты отметили, что то уникальное, что было только у СМИ – возможность обращения к широкой аудитории, объединенной общими интересами как, например, место проживания, вдруг оказалось у ресурса, который не ставил перед собой задач хоть как-то близких к тем, которые мы приписываем обычно средствам массовой информации. Более того, в 2006 году, в США еще до возникновения «Твиттера» и выхода «Фейсбука» за пределы элитных вузов; то есть до начала развития социальных сетей этого типа, в которых также многие видят угрозу традиционным СМИ и профессии журналиста, Э.Бронстейн, редактор «Сан-Франциско Хроникл», говорил о том, что единственное, чего не хватает создателям «Крейгслиста» – это способности принимать решения при обращении к аудитории, и подчёркивал: «Я редактор. Мне платят за то, чтобы я отбирал то, что важно. У моей работы все еще есть смысл, но есть ли в ней ценность?»³⁶

Замечания Э.Бронстейна и многих других практиков и теоретиков журналистики свидетельствуют о том, что Интернет запустил процесс

³⁶ Цит. По Weiss P. A Guy Named Craig // New York magazine. – 2006 - №7 - С. 91.

вытеснения журналистов с пьедестала, на котором они находились все время существования СМИ, в первую очередь благодаря технологии доставки сообщения максимально широкой аудитории.

В параграфе *1.1.2. «Роль масс-медиа в развитии технологии информирования в конце XX века»* анализируется новый этап освоения технологических новаций, который наступил в жизни индустрии СМИ после 1970 года. С появлением компьютеров, средств связи между ними, а впоследствии Интернета и мобильной связи, СМИ оказались перед сложным набором вызовов: как относиться к новым возможностям и что делать с ними. На примере кейса «Минитель» (Minitel) диссертант показывает, что впервые в бизнес информирования еще в 1972 году вмешался не профессиональный редакционный «игрок» бизнеса, а телефонная компания. Успех «Минитель» демонстрировал, что пользователи готовы платить не за контент как таковой, как это происходит при потреблении продукции традиционных СМИ (подписка и/или реклама), а за связь и доступ. В данном параграфе анализируются также неудачные попытки некоторых издателей в 80-ые годы предвосхитить ожидания своей аудитории при создании прототипов сегодняшних планшетов и других устройств и программ, в основе которых лежит принцип информирования. Получение новостей не смогло стать поводом для использования новых технологий, даже если СМИ пытались сделать устройства максимально удобными. Также в параграфе обсуждаются выводы других исследователей, о том, что наиболее серьёзным вызовом для традиционных СМИ оказалась всемирная сеть Интернет. В исследовании подчеркивается, что основной проблемой издателей было не пренебрежение значимостью нового способа распространения информации, а фундаментальное непонимание его природы и тех изменений, которые Интернет принес в жизнь пользователей.

Анализу становления индустрии СМИ посвящен второй параграф первой главы *«История становления СМИ как института: социальные, экономические и технологические факторы»*. В параграфе 1.2.1. *«Формирование особого статуса профессии»* проводится анализ причин, выделяющих журналистику из общего ряда профессий, отличающих её носителей как от ремесленников, так и от творческих профессий. Особый статус журналиста в современном обществе закреплён как формально, на уровне национального и международного законодательства, так и неформально, на уровне общественного сознания и его стереотипов.

Автор указывает, что общественное понимание ценности информации и непредвзятого информирования – это следствие постепенного формирования институциональной значимости СМИ. Также рассматривается вопрос, что в основе СМИ как института лежит и возможность достижения экономической независимости. Один из идеологов журналистики У.Липпман развивал гипотезу, что именно рыночный успех издателей XIX века заложил основу будущей независимой, сильной «четвертой власти»: «Вначале пресса является монополией, в значительной мере контролируемой правительством. Потом контроль над прессой переходит к политическим партиям, ускользая из рук государства. Наконец, становясь коммерчески прибыльным бизнесом, пресса рвет и с политическими партиями... Далее пресса переходит, наконец, в современную стадию, которая характеризуется возрастающей ролью журналиста, который, стремясь к установлению истины, свободен от меняющихся вкусов и симпатий публики».³⁷

В исследовании также показано, что развитие СМИ и их статуса в XVII-XX веках было связано с развитием жанров информирования, установлением профессиональных стандартов и ограничений. Однако

³⁷ Lippmann W. The Pattern of the Society / The essential Lippmann: A political philosophy for liberal democracy. – Cambridge MA, Harvard University Press, 1982. с.403

заложенное в деятельности СМИ противоречие между функцией общественного института и, одновременно, необходимостью достижения экономических целей, привело к появлению «низких» жанров (сенсационной журналистики, эстетизации криминала), что стало основанием для критики как со стороны научного сообщества, так и массового сознания. Восприятие СМИ как «четвертой власти», несмотря на то, что этот термин, приписываемый Томасу Карлейлу, прозвучал еще на парламентских слушаниях в 1787 году,³⁸ стал использоваться в начале XX века, благодаря появлению традиции политического журналистского расследования.

Указывается, что ряд общественных претензий и вызовов к деятельности журналиста направлены на критику реализации ее социальной роли. Экономические же проблемы индустрии СМИ, связанные с возникновением Интернета, в первую очередь вызваны снижением рекламных доходов. Именно кризис рекламной модели лёг в основу дискуссии сначала о смерти «бумажной прессы», а затем и пессимистических прогнозов в отношении будущего индустрии вообще.

Параграф 1.2.2. *«Индустрия информирования как основа бизнеса СМИ»* посвящён анализу экономических основ, которые обеспечивают возможность существования журналистики как профессии. Традиционные способы заработка СМИ – реклама, подписка, розничная продажа – с появлением Интернета стали менее эффективными и менее надёжными источниками экономической независимости. Проведённый исторический анализ показывает: основным содержанием ранних периодических СМИ были, прежде всего, новости: о военных действиях, о событиях в правящих домах европейских королевств, о возвращении экспедиций, известия о ценах на привезенные и предлагаемые товары, и объяснение причин колебания этих цен (политические или природные) и пр. Сбор,

³⁸ подр. об этом см. Revving the Forth Estate. Cambridge, England: Cambridge University Press, 1998 С. 47-68

организация и размножение такой информации, тем более – регулярное – заведомо воспринималось потребителями изданий как платная услуга. Появление возможности подписки означало, что потребители готовы авансировать эту услугу. Постепенное использование рекламы как побочного способа извлечения прибыли было основано также на услуге информирования. Среди прочих рассматривается бизнес-стратегия изданий Э.Жиардена, с именем которого связывается и возникновение «скрытой рекламы»: «Так как к редакционной части читающая публика относится с большим вниманием и доверием, нежели к отделу объявлений, то такие объявления для рекламирующего имеют большую ценность. Жиарден учитывал это и брал за строку сообщений значительно дороже, чем за строку объявлений. Эти сообщения бывают двоякого рода: в одних в конце заметки, интересной самой по себе, приводится фраза или несколько фраз рекламного характера, в других нет даже намека на рекламу, хотя фактически вся заметка помещена в целях рекламы».³⁹

В данном параграфе формулируется вывод, что возможности «двойной конверсии», в более или менее полном объеме, впервые использованные У.Херстом в начале XX века, были обеспечены практикой информирования и желанием людей получать новости. Эти возможности достигли своего пика в спектре преимущественно развлекательного телевидения; именно реклама в развлекательной части СМИ позволяет содержать службы информирования.

Развитие средств массовой коммуникации в XIX и XX веке характеризовалось освоением максимально широкого спектра способов извлечения прибыли из спроса на информацию. В этом параграфе также описывается кейс возникновения информационных агентств как квинтэссенции концепции «торговли новостями», в развитии которой

³⁹ Уперов В. В. Реклама – ее сущность, значение, историческое развитие и психологические основы // Гермес. Торговля и реклама. Сборник. СПб, 1994. С. 414

принимали участие многие ключевые игроки рынка средств массовой информации.

При этом сама возможность «продавать» информацию по высокой цене сохранялась у СМИ за счет определённой монополии на каналы распространения информации, то есть благодаря тому, как развивались эти каналы с точки зрения технологий, что подробно рассматривается в параграфе 1.2.3. *«Развитие технологий информирования и их влияние на деятельность СМИ»*. В этом параграфе анализируются исторические особенности взаимоотношения индустрии массового информирования и технологических новаций. Автор приходит к выводу, что на протяжении всей истории существования средств массовой информации, технологии получения и распространения новостей в самом широком смысле, если и не были первоначальными собственными инновациями официальных коммуникаторов, то довольно быстро начинали активно использоваться и далее развиваться уже в интересах СМИ.

Развитие скоростной печати при массовом производстве бумаги – это был первый шаг в сторону самостоятельного технологического развития газет, хотя эти технологии были важны и для книгоиздания. Но в результате увеличения объема тиражей и появления возможностей ежедневной печати меняется образ газеты и газетного дела – от локальных новостей к общему информированию. Закрепив за собой монополию на информирование посредством технологических ресурсов, таких, как быстрая печать (сами издатели инвестировали в развитие типографий и бумажной промышленности), развитие системы дистрибуции (по подписке с помощью почтовых услуг, торговля на улице через посредников) и телеграф (а также и телефон впоследствии), газеты, спустя век, столкнулись и с первым вызовом эксклюзивности сообщения новостей – с радио. Стоит отметить, что в отличие от информационной «революции» конца XX века, в случае с радио издатели газет вначале принимали

активное участие в развитии этого средства массовой информации. Тем не менее, вещательные СМИ (радио, а впоследствии и телевидение), нанеся некоторый урон доходам печатной прессы, не уничтожили саму индустрию «торговли новостями»; скорее речь шла об изменениях сфер деятельности. Со временем каждый медиум «осознал» достоинства и недостатки своей собственной модели доставки новостей до получателя, что и обеспечивало конкуренцию у разных медиумов внутри одной индустрии информирования: газеты могли значительно дешевле, чем телевидение, заниматься более тщательными расследованиями, уступив вещательным СМИ право на «экстренный выпуск». Более того, мы можем наблюдать не соревнование, а симбиоз деятельности разных медиумов: обзоры прессы на ТВ и радио, привлечение газетных журналистов в качестве экспертов и даже ведущих, газетные расследования на основе телевизионных или радиосюжетов и пр.

История становления СМИ как бизнеса показывает, что в основе экономической независимости средств массовой информации лежит идея «торговли новостями». Одновременно, анализ исторического развития медиа показывает, что концепция СМИ как социального института порождалась запросом демократических обществ. Прежде всего - это дополнительный контроль за соблюдением интересов социума в целом (организация и курирование «повестки дня», что не тождественно ее простой трансляции в полном объеме), локальных сообществ (местная информация, интерпретированная в рамках локальных интересов) и граждан (расследовательская и правозащитная журналистика). Таким образом, обнаруживается скрытый конфликт между экономической моделью и согласованной обществом социальной ролью. Этот конфликт выходит на первый план, в том числе, в форме прогнозов исчезновения профессии в связи с появлением новых технических способов распространения информации, которые, в отличие от прошлых веков,

развиваются без участия (или почти без участия) СМИ – традиционного института внутриобщественной коммуникации. Тем не менее, мы считаем, что возникновение Интернета не уничтожает институт «четвертой власти», а модифицирует некоторые социальные функции и вносит коррективы в консервативные экономические бизнес-модели.

Вторая глава диссертации *«Функциональные изменения в системе массового информирования»* посвящена исследованию конкретных аспектов изменений в роли и статусе журналиста и института СМИ под воздействием новой технологической реальности. Подчеркивается, что использовавшаяся ранее типология статуса издания с точки зрения его представленности в интернете (только онлайн-СМИ или интернет-версия традиционных СМИ) на сегодняшний день в отличие от предшествующего научного опыта уже вряд ли может считаться релевантным, за исключением исследований, посвященных экономическим аспектам бизнес-стратегий и анализу структуры расходов. Это противопоставление сегодня, в ситуации наличия правового регулирования в отношении онлайн-изданий, с одной стороны, и развитием распространения информации через социальные сети – с другой, уже не столь оправданно, как это было в рубеже веков, равно как и попытка различать личные блоги (вне контекста феномена социальных сетей) и персональные страницы.

В § 2.1. *«Модификации концепции массового информирования»* суммируются результаты проведённого анализа и формулируются положения основных теоретических выводов диссертации. Делается вывод о том, что Интернет формировал навык чтения новостей на экране, вопреки результатам исследований, проводившихся в 80-ые годы. К началу XXI века был нанесён удар по экономическим и техническим основам монополии СМИ на информацию – это и стало основанием для десакрализации профессии журналиста в отношении ее социальной

значимости. Рассматривается, с опорой на работы Н.Карра,⁴⁰ вопрос о том, что деятельность СМИ все больше воспринимается как данность – через превращение информирования из сравнительного преимущества в инфраструктурную обезличенную услугу.

Понимание этих фактов позволяет прийти к выводу о необходимости более внимательного отношения к сохранению стандартов профессии, к журналистской этике, правам и обязанностям журналиста. Также предлагается рассмотреть целесообразность переориентации бизнес-моделей изданий, которые считают себя частью общественного института, от поиска сиюминутной прибыли на «кликах» в сторону долгосрочного планирования, основанного на социально значимой роли СМИ.

В данном параграфе анализируется актуальный феномен «пользовательского контента» и его воздействие на деятельность профессиональных журналистов, редакций и бизнес СМИ. Рассматривая несколько конкретных примеров, связанных с реакцией блогосферы на новостные события, автор исследует систематику «пользовательского контента», а также вопрос симбиоза традиционных СМИ и «пользовательских источников». Обращается внимание, что первое понимание возможностей пользовательского контента пришло во время трагических событий (в сентябре 2001 года в США и в октябре 2002 в России). Несмотря на то, что традиционные медиа предоставляли подробное, временами круглосуточное освещение, людям все равно не хватало информации, ни у привычного медиума, ни на официальных сайтах. Кроме того, никто из СМИ не мог вместить в свои комментарии все, что происходило в этот момент, и таким образом не отвечал на разнообразные запросы граждан, желающих знать больше, чем могла себе представить любая редакция. В результате, популярные блогеры, также

⁴⁰ Карр Н. Дж. Блеск и нищета информационных технологий. Почему ИТ не являются конкурентным преимуществом, М.: Секрет фирмы, 2005.

взволнованные происходящим, как и рядовые граждане, стали собирать всю информацию, которую они могли найти в сети, включая, в первую очередь, рассказы очевидцев. Со временем значимые в социальных сетях темы стали влиять и на информационную повестку системных СМИ: в исследовании приводится несколько примеров информационных поводов, возникших именно в блогосфере и впоследствии переместившихся в телевизионные популярные передачи.

В параграфе 2.2 *«Новый формат осуществления интегративной функции СМИ: блоги и пользовательский контент»* автор проводит сравнительный анализ возникновения и развития новых СМИ (Huffington Post, Slon.ru и пр.), которые ориентировались изначально на активное использование «пользовательского контента». Также исследуется кейс проекта Public Post, который, проработав всего год, был вынужден закрыться. Важность данного кейса состоит в том, что при организации Public Post был буквально повторен опыт аналогичного американского ресурса (Huffington Post), который достиг на своём рынке существенного успеха. Анализируются причины неудачи и допущенные ошибки в позиционировании проекта. В данном параграфе также присутствует дискуссия с А.Мирошниченко, одним из главных российских идеологов концепции скорого исчезновения печатной прессы, вокруг его гипотезы о «вирусном редакторе Интернета», который должен заменить редакции в их традиционном понимании.⁴¹ А.Мирошниченко подчеркивает, что «вирусный редактор» работает за счет желания пользователя получить отклик на событие из своей жизни или на свое мнение или комментарий, которым он может снабдить чужое сообщение. В результате через желание людей делиться друг с другом новостями возникает бесплатно работающий механизм придания социальной значимости сообщениям.

⁴¹ Мирошниченко А. Вирусный редактор Интернета и смерть газет. Когда и почему умрут печатные СМИ / Мирошниченко А. // New Scientist (Россия), 2010. – №3. – С. 92

Именно поэтому Интернет представляет угрозу не «бумажным» СМИ, а профессии вообще. Развивая дальше идею «вирусного редактора» А.Мирошниченко утверждает, что собственно коллективный разум социальных сетей может выполнять те задачи, которые брали на себя СМИ, то есть не только информировать, но и отделять главное от второстепенного, убирать «информационный шум». На примере анализа успеха и неуспеха некоторых онлайн-платформ диссертант показывает, что практически все сообщения, которые вызывают интерес читателей, активную дискуссию или сопереживание, являются продуктом деятельности профессиональных журналистов. А так называемые новые медиа-платформы, в которых многие видят конкурентов традиционным СМИ, на самом деле являются пространством для общения пользователей между собой. Именно поэтому автор утверждает, что мы наблюдаем модификацию интегративной функции СМИ, а не вытеснение социальными сетями, порождающими альтернативный пользовательский контент, общественно значимого института средств массовой информации.

В параграфе 2.3 *«Воздействие интернет-коммуникаций на осуществление профессиональных функций СМИ»* рассматривается вопрос о новых формах взаимоотношений аудитории СМИ с продуктом их деятельности – информационными сообщениями. Читатели и зрители СМИ, благодаря Интернету и технологиям социальных сетей получили возможность не только комментировать сообщения, но и «контролировать контролеров» - проверять качество работы журналистов, достоверность сообщений и соблюдение стандартов, в том числе профессиональных. Рассматривая примеры реакции российской блогосферы и социальных сетей на некоторые важные новостные сообщения, автор систематизирует поведение пользователей и приходит к выводу: о том, что в Интернете возник новый «вызов» для профессионалов. И он заключается в том, что самообразовавшиеся контролеры размножают информацию бесплатно, и

они используют другие каналы распространения, не являющиеся монополией СМИ, и тем самым противопоставляют себя СМИ и создают ощущение то ли возникновения «пятой власти», то ли замещения собой «четвертой».

С другой стороны, СМИ, переоценивая сиюминутные общественные обсуждения актуальных проблем в виртуальном пространстве, следуют за изменчивым вниманием сетевой публики, что далеко не всегда соответствует той социальной миссии, которая возложена обществом на журналистику. Процесс влияния «эмоциональной блогосферы» на деятельность журналистов выражается, в частности, в том, что сами журналисты начинают пересматривать принципы своей ответственности перед обществом.

В Заключении подводятся итоги исследования, формулируются выводы, подтверждающие корректность выдвинутой гипотезы исследования; намечаются перспективы изучения данной темы, обозначен круг вопросов, заслуживающих более детального рассмотрения. Первая группа вопросов – это прежде всего изучение экономико-технологических решений последних лет, на основе большого объема накопленных данных об аудитории СМИ, выходящих в печатной и, одновременно, электронных версиях (в том числе в приложениях для мобильных устройств). Вторая группа перспективных тем носит прикладной филологический характер и предполагает исследование корпуса журналистских текстов последних лет. Это лишь некоторые темы, заслуживающие, по мнению автора, дальнейших исследований, значимых как с теоретической, так и с практической точки зрения.

Основные положения диссертации отражены в следующих научных публикациях, общим объемом **4.5 п.л.:**

Публикации в журналах и сборниках из перечня ведущих рецензируемых и реферируемых изданий ВАК:

1. Джазоян А.Е. Кризис концепции массового информирования в начале XXI века // Медиаскоп/ Выпуск № 3, 2014. <http://www.mediascope.ru> (0,9 п.л.)
2. Джазоян А.Е. Блоги и пользовательский контент как новый формат осуществления интегративной функции СМИ // Известия Уральского федерального университета. Серия 1. Проблемы образования, науки и культуры. №2, 2014. С.87-93 (0,75 п.л.)
3. Джазоян А.Е. Иллюзия «пятой власти»: как социальные сети модернизируют журналистику. // Учёные записки ЗабГУ", серия "Филология. История. Востоковедение" № 2(55)/2014. С. 93-100 (0,8 п.л.)

Монография (в соавторстве, руководитель проекта):

4. Джазоян А.Е., Калмыков А.А., Коханова Л.А., Павлов В.В. СМИ и современные медиа-технологии. – М.: АСМО-пресс, 2000., 112 с. (личное участие – 1 п.л.)

Публикации в периодических изданиях:

5. Джазоян А.Е. Запад Востоку не товарищ? Вряд ли// Новые известия, 10.03 2005г. - С.3 (0,1 п.л.)
6. Джазоян А.Е. Разномыслие как форма журналистской солидарности// Известия, 14.12.2006 г. - С.8 (0,2 п.л.)
7. Джазоян А.Е. Нужно быть близкими, понятными друг другу каждый день // Известия, 14 .10.2009 г.- С.4 (0,1 п.л.)
8. Джазоян А.Е. Солидарность на медиaprостранстве // Известия, 8.09.2010г. – С.4 (0,1 п.л.)
9. Джазоян А.Е. Просроченный кредит // Известия, 27.12.2010 г.– С.4 (0,1 п.л.)
10. Джазоян А.Е. Монолог прессы или диалог нации // Новые известия, 26.12.2012 г. – С.4 (0,1 п.л.)
11. Джазоян А.Е. Центром притяжения всегда был культурный код

России // Новые известия, 12.11.2013 года. – С.8 (0,15 п.л.)

12. *Джазоян А.Е.* Диалог продолжается // Литературная газета, № 49 (6442) 11.12.2013 (0,2 п.л)

13. *Джазоян А.Е.* Сказанного слова - ты слуга // Аргументы недели, № 5 (397), 13.02.2014 –С.15 (0,15 п.л.)