

СОВРЕМЕННАЯ ЖУРНАЛИСТИКА В ЦИФРОВОЙ ЭКОСИСТЕМЕ: ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ ЗАРУБЕЖНЫХ МЕДИАИССЛЕДОВАТЕЛЕЙ

А. А. ГРАДЮШКО¹⁾

¹⁾Белорусский государственный университет, пр. Независимости, 4, 220030, г. Минск, Беларусь

Систематизированы основные теоретические аспекты трансформации журналистики в цифровом пространстве. Рассмотрены эволюция научных представлений о сущности термина «цифровая журналистика» и их отражение в зарубежной теории журналистики. Определены ключевые концепции изучения журналистики в цифровой экосистеме. Проанализирована трансформация взглядов по изучаемой проблеме. Охарактеризована динамика теоретической мысли. Предложена периодизация исследований журналистики в цифровом пространстве. Выявлены институциональные изменения журналистики в контексте глобальной трансформации медиаиндустрии. Обоснован тезис о том, что технологические изменения приводят к цифровой модификации экосистемы медиа.

Ключевые слова: цифровая журналистика; медиаисследования; цифровизация; медиаплатформы; экосистема; аудитория; междисциплинарность.

MODERN JOURNALISM IN THE DIGITAL ECOSYSTEM: THEORETICAL APPROACHES OF FOREIGN MEDIA RESEARCHERS

A. A. HRADZIUSHKA^a

^aBelarusian State University, 4 Niezaliežnasci Avenue, Minsk 220030, Belarus

The main theoretical aspects of the transformation of journalism in the digital space are systematised. The evolution of scientific ideas about the essence of the term «digital journalism» and their reflection in the foreign theory of journalism are considered. The key concepts of studying journalism in the digital ecosystem are identified. The transformation of views on the problem under study is considered. The dynamics of theoretical thought is characterised. The periodisation of journalism researches in the digital space is proposed. Institutional changes in journalism in the context of the global transformation of the media industry are revealed. The thesis that technological changes lead to digital modification of the media ecosystem is substantiated.

Keywords: digital journalism; media studies; digitalisation; media platforms; ecosystem; audience; interdisciplinarity.

Введение

Процесс цифровизации журналистики наблюдается в большинстве стран мира и определяет переход медиа к новым технологическим укладам. В широком смысле понятие «цифровизация» пред-

полагает внедрение современных цифровых технологий в различные сферы жизни и производства. Сегодня вопросы цифровой трансформации журналистики активно обсуждаются в научных кругах.

Образец цитирования:

Градюшко АА. Современная журналистика в цифровой экосистеме: теоретические подходы зарубежных медиаисследователей. Журнал Белорусского государственного университета. Журналистика. 2022;1:22–27.

For citation:

Hradziushka AA. Modern journalism in the digital ecosystem: theoretical approaches of foreign media researchers. Journal of the Belarusian State University. Journalism. 2022;1:22–27. Russian.

Автор:

Александр Александрович Градюшко – кандидат филологических наук, доцент; доцент кафедры периодической печати и веб-журналистики факультета журналистики.

Author:

Aleksandr A. Hradziushka, PhD (philology), docent; associate professor at the department of periodical press and web-journalism, faculty of journalism.
webjourn@gmail.com
<http://orcid.org/0000-0002-2953-9670>

Цель статьи – дать теоретический обзор зарубежных концептуальных подходов, выработанных в отношении цифровых модификаций экосистемы медиа.

В последние годы термин «цифровая экосистема» активно используется в научных исследованиях, что свидетельствует о многоаспектности и междисциплинарности изучаемых процессов. Цифровая экосистема в журналистике представляет собой сложную структуру связей между производителями контента, моделями его распространения, глобальными цифровыми платформами и аудиторией. Анализ научно-теоретических трудов, изложенный в данной статье, позволит определить ключевые направления изучения журналистики в цифровой экосистеме.

Можно утверждать, что современная журналистика получила колоссальные возможности для создания качественного и социально значимого контента в интерактивных, мультимедийных и многоканальных форматах. В то же время становится очевидным, что цифровые технологии имеют мно-

гочисленные негативные последствия, связанные с радикальным изменением современного технологического и медиаландшафта, усилением конкуренции между глобальными платформенными компаниями, появлением дезинформации и фейковых новостей в социальных сетях, нарастанием кризиса традиционных бизнес-моделей и уменьшением общественного доверия к журналистике.

Сегодня сложившаяся система средств массовой информации находится под влиянием масштабной цифровой трансформации, которая носит междисциплинарный характер, требует от журналистов освоения новых знаний и профессиональных компетенций, предполагает постановку вопросов, связанных с местом и ролью журналистики в меняющемся мире. В данной статье предпринята попытка представить взгляды ведущих зарубежных медиаисследователей на динамику теоретических концепций трансформации журналистики в цифровом пространстве на современном этапе.

Материалы и методы исследования

Методология настоящей статьи основывается на критическом осмыслении академических источников литературы. В ходе исследования применялся метод качественного анализа, который позволил отобрать по ключевым словам статьи, опубликованные в международных журналах *Digital Journalism*, *Journalism Studies*, *Journalism Practice* с 2013 по 2021 г. Эти издания выпускаются авторитетным издательством *Routledge Taylor & Francis Group*, индексируются международной наукометрической базой данных *Scopus*, имеют высокие импакт-фактор и индекс *CiteScore* (табл. 1).

Проведенный анализ научно-теоретических источников показал, что лидирующим изданием в области международных исследований цифровой

журналистики является журнал *Digital Journalism* (основан в 2013 г.), в котором публикуются труды по таким научным направлениям, как цифровые медиа и будущее журналистики, социальные сети как источники и драйверы новостей, мобильная журналистика, бизнес-модели цифровой журналистики, журналистика данных, гражданская журналистика, журналистская этика в цифровой среде и др. Согласно рейтингу *SCImago Journal Rank*, в 2020 г. журнал *Digital Journalism* стал пятым наиболее влиятельным журналом в области коммуникации в мире. Главным редактором издания является профессор факультета журналистики и медиаисследований Столичного университета Осло (Норвегия) О. Вестлунд.

Таблица 1

Наукометрические показатели журналов *Digital Journalism*, *Journalism Studies*, *Journalism Practice* в 2020 г.

Table 1

Scientometric indicators of the journals *Digital Journalism*, *Journalism Studies*, *Journalism Practice* in 2020

Журнал	Квартиль в <i>Scopus</i>	Количество статей в год	Импакт-фактор	Индекс <i>CiteScore</i>	Количество просмотров статей в год
<i>Digital Journalism</i>	Q1	103	7,986	9,8	412 000
<i>Journalism Studies</i>	Q1	115	3,741	5,3	418 000
<i>Journalism Practice</i>	Q1	170	2,527	3,3	243 000

Следует подчеркнуть, что исследования цифровой журналистики, опубликованные в журналах *Journalism Studies*, *Journalism Practice* и *Digital Journalism* в 2013–2021 гг., имеют сильный запад-

ный уклон: авторами большинства статей являются ученые из США и Западной Европы. В связи с этим были изучены монографии и ряд публикаций в других журналах, что расширяет поле исследований

цифровой журналистики и дает более полное представление о том, как на современном этапе выглядит и развивается эта область в зарубежной теории журналистики. В то же время автор настоящей ста-

тьи не претендует на полный обзор литературы по теме, поскольку ученые, занимающиеся цифровой журналистикой, ежегодно публикуют более 1000 научных статей.

Результаты и их обсуждение

Понятия «интернет-журналистика», «сетевая журналистика», «цифровая журналистика» впервые появились в таком зарубежном научном издании, как *Newspaper Research Journal*, и в отчетах лаборатории *Nieman* в Гарварде еще в середине 1990-х гг. Некоторые из ранних публикаций указывают на будущие направления и дискуссии (например, исследование того, в какой степени редакторы американских газет были заинтересованы в получении дохода с помощью онлайн-изданий [1]). Другими словами, изучение цифровой журналистики с самого начала было связано с экономическим дискурсом. Кроме того, уже на этапе зарождения цифровых медиа обсуждался фундаментальный вопрос о том, кто является журналистом в эпоху цифровых технологий, когда каждый может сообщать и редактировать новости [2].

Установлено, что термин «цифровая журналистика» стал распространенным в академических трудах намного позже. С 1995 по 2000 г. он встречается лишь в 34 различных публикациях в *Google Scholar*, а с 2000 по 2005 г. – уже в 168 публикациях. Вероятно, в этот период ученые были заинтересованы анализом онлайн-журналистики (веб-журналистики, мультимедийной журналистики). За период с 2005 по 2010 г. по запросу «цифровая журналистика» было получено 796 результатов, с 2010 по 2015 г. – 3790, а с 2015 по 2018 г. – 6820 результатов. Результаты поиска, конечно, должны быть скорректированы с учетом общего увеличения количества различных видов научных публикаций, доступных через поиск *Google Scholar*. Массовый рост научного внимания к этому понятию начинается с 2013 г. [3, р. 321–322].

Постепенное смещение внимания с понятий «онлайн-журналистика», «веб-журналистика», «мультимедийная журналистика» к термину «цифровая журналистика» в научном дискурсе представляет собой важный смысловой поворот от рассмотрения того, как цифровые технологии влияют на журналистику, к тому, как журналистика в сочетании с другими социальными институтами развивается под воздействием цифровизации. Серьезное влияние на эти изменения оказала книга профессора Северо-Западного университета (США) П. Бочковски, в которой показано, как печатные медиа внедряли новые цифровые технологии в работу изданий [4]. Труд П. Бочковски послужила толчком к развитию дальнейших исследований.

Необходимо также рассмотреть современные научные представления о сущности термина «цифровая журналистика». Следует отметить, что в зарубежной теории журналистики общепринятое определение этого понятия пока не сложилось. Это объясняется тем, что цифровая журналистика характеризует сравнительно новые, в значительной мере еще не изученные и очень динамичные явления. Стоит подчеркнуть, что если раньше в работах зарубежных медиаисследователей речь шла о различных технологических аспектах творчества журналиста в интернете, то сейчас ученые все чаще обращаются к цифровой журналистике как экосистеме, т. е. сложной структуре взаимосвязей различных субъектов.

В связи с этим научную ценность представляет трактовка понятия «цифровая журналистика», сформулированная профессором журналистики и экс-заведующим (2016–2020) кафедрой журналистики и медиаисследований Столичного университета Осло С. Стинсенем. Как отмечает исследователь, «цифровая журналистика – это трансформирующаяся социальная практика отбора, интерпретации, редактирования и распространения фактической информации, представляющей общественный интерес для различных видов аудитории, в определенных, но меняющихся жанрах и форматах. Цифровая журналистика как таковая формируется новыми технологиями и платформами, а также характеризуется все более симбиотическими отношениями с аудиторией»¹ [3, р. 338].

В работах ученых, исследующих новые цифровые экосистемы, делается акцент на фундаментальных изменениях в способах производства, взаимодействия и критического понимания журналистики [5]. В основе этой концепции находится тезис о том, что цифровая журналистика – это не модифицированное описание журналистики, а способ увидеть ее в совершенно новом свете. Признание фундаментальной новизны цифровой журналистики вынуждает согласиться с тем, что ее изучение предполагает принятие двусмысленности, беспокойства и неопределенности этой области [6]. Таким образом, в зарубежном дискурсе сложились исследовательские подходы, в соответствии с которыми цифровая журналистика определяется не только ее отношением к технологиям. Более того, это искажает целостную картину журналистики.

¹Здесь и далее перевод наш. – А. Г.

Комплексный анализ терминологического наполнения понятия «цифровая журналистика» представлен в ряде работ главного редактора журнала *Digital Journalism*, профессора О. Вестлунда. В одной из его статей, например, отмечается, что «исследования в области цифровой журналистики должны стремиться стать академической областью, которая критически исследует, документирует и объясняет взаимодействие цифровизации и журналистики, преемственности и изменений. Эти исследования должны и дальше стремиться к фокусированию, концептуализации и теоретизации напряженности, конфигураций, дисбаланса власти и дебатов, которые они продолжают поднимать для цифровой журналистики и ее будущего» [7, р. 393].

Позиционирование исследований цифровой журналистики в качестве субполя изучения журналистики, а не самостоятельно развивающейся академической области ограничивает ее ценность и потенциал не только в рамках коммуникационных исследований и медиаисследований, но и в более широком междисциплинарном диапазоне. Это один из выводов, к которому можно прийти, рассматривая теоретические подходы зарубежных ученых. Таким образом, можно видеть, как исследования продолжают выявлять и открывать новые подходы к пониманию того, какими могут быть современные цифровые экосистемы. Более того, в современных научных работах выявлены радикальные изменения, которые могут привести к значительным трансформациям журналистики в том виде, в котором она представлялась исследователям ранее.

Последствия этих структурных изменений в цифровых медиа и информационном ландшафте систематизированы в монографии С. Стинсена и О. Вестлунда [8]. Ученые выделяют важнейшие тренды, которые оказывают фундаментальное влияние на то, кто получает право производить и распространять новости в цифровой экосистеме:

1) масштабный сдвиг и кризис в потоках доходов. Данные явления происходят, поскольку рекламодатели в основном переходят к компаниям-платформам, а издатели обычно получают большую часть доходов от подписки. Таким образом, важнейшими задачами редакций становятся поиск новых бизнес-моделей и достижение финансовой устойчивости в цифровой среде;

2) повышенное внимание к метрикам аудитории и аналитике в журналистском секторе. Современные системы веб-аналитики позволяют отследить эффективность работы как сайта издания, так и социальных платформ. Следовательно, журналистам необходимо владеть различными инструментами редакционной аналитики;

3) меняющиеся модели распространения контента, в которых доминируют компании, не имеющие отношения к журналистским институтам. Речь идет

о глобальных платформенных компаниях *Google* и *Facebook*, а также *WeChat* и *Weibo*. Не являясь медиаорганизациями, они не несут ответственность за контент, публикуемый и распространяемый на их платформах. Кроме того, эти глобальные цифровые корпорации извлекают выгоду из огромных объемов больших данных (*big data*) о поведении пользователей;

4) большая уязвимость журналистики для манипуляций и дезинформации. Зависимость медиа от сенсационности и кликбейта может способствовать снижению доверия аудитории. Одним из ответов журналистики на этот вызов стал повышенный акцент на институционализации практик проверки фактов и достоверности информации.

Рассмотренные тенденции не могли бы реализоваться без одного ключевого изменения в современных медиаландшафтах. В научных работах отмечается, что в цифровой среде «журналистские институты утратили свое почти монополистическое положение поставщиков новостей для массовой аудитории, поскольку теперь каждый может завести веб-страницу, создавать контент и распространять его» [9, р. 502]. Это приводит исследователей к выводу о том, что новости все больше отделяются от журналистики. Если раньше новости были фиксированы во времени, пространстве, моделях производства, распространения и потребления, то сейчас они существуют в информационных экосистемах и поступают к пользователям через ленты социальных сетей, которые представляют собой персонализированные интерфейсы гигантской цифровой сети.

Продолжая рассмотрение концептуальных аспектов трансформации журналистики в цифровом пространстве, важно обратить внимание на содержание редакционной повестки журналов *Digital Journalism*, *Journalism Studies* и *Journalism Practice*. Необходимо установить, какие тематические блоки являются доминирующими в зарубежных работах по цифровой журналистике. В этом контексте следует отметить концептуальное исследование С. Стинсена и других ученых, в котором на материале всех статей, опубликованных в журнале *Digital Journalism* с 2013 по 2018 г., путем анализа ключевых слов были определены основные тематические кластеры [3, р. 328].

По мнению ученых, поскольку каждый автор должен представить 6–8 слов, которые обеспечивают максимально точное и удобное для поиска описание их работы, анализ ключевых слов может являться результативным способом выявления доминирующих тем в статьях журнала. В общей сложности авторы исследования идентифицировали 935 уникальных ключевых слов, использованных в 295 статьях. Затем ключевые слова были сгруппированы по тематическим кластерам. Это позволило определить уникальные кластеризованные ключевые слова,

которые затем были проанализированы для выявления изучаемых тем. В результате были выделены 11 тематических кластеров, которые составляют 65 % всех ключевых слов, использованных в статьях.

Результаты исследования показали, что доминирующими являются тематические блоки «технологии» (17 %), «платформы» (13 %) и «аудитория» (10 %). Далее расположились такие тематические кластеры, как «методология» (5 %), «теория» (5 %), «бизнес» (3 %), «регион» (3 %), «жанр» (3 %), «философия (эпистемология)» (3 %), «визуализация» (2 %) и «профессионализм» (2 %). Таким образом, для исследований цифровой журналистики, представленных в журнале *Digital Journalism*, характерна тематическая ориентация на технологии, платформы и аудиторию, а также акцент на концептуальные и методологические дискуссии.

Автор настоящей статьи проанализировал ключевые слова научных статей, набравших наибольшее количество просмотров в журналах *Digital Journalism*, *Journalism Studies* и *Journalism Practice*. Хронологические рамки исследования были рас-

ширены до 2021 г. Ключевые слова не объединялись в кластеры из-за достаточной трудоемкости данного процесса, а изучались при помощи стандартного метода количественного анализа. Результаты исследования показали, что наиболее популярными ключевыми словами в упомянутых изданиях являются *journalism* «журналистика», *social media* «социальные медиа», *digital journalism* «цифровая журналистика», *news* «новости» и *data journalism* «журналистика данных».

Установлено, что в журнале *Digital Journalism* ключевое слово *social media* встречается гораздо чаще, чем слова *journalism* и *digital journalism*. Согласно полученным статистическим данным, в журнале *Journalism Studies* в описаниях статей чаще всего встречаются ключевые слова *journalism*, *news* и *digital journalism*. В журнале *Journalism Practice* наиболее распространенными ключевыми словами являются *journalism*, *social media* и *news*. Таким образом, в тематической палитре журналов выявлены как ожидаемые сходства, так и определенные различия (табл. 2).

Таблица 2

Популярные ключевые слова статей, опубликованных в журналах *Digital Journalism*, *Journalism Studies*, *Journalism Practice* в 2013–2021 гг.

Table 2

Popular keywords of articles published in journals *Digital Journalism*, *Journalism Studies*, *Journalism Practice* in 2013–2021

Ключевое слово	Количество упоминаний			
	<i>Digital Journalism</i>	<i>Journalism Studies</i>	<i>Journalism Practice</i>	Всего
Audience 'аудитория'	15	14	10	39
Automated journalism 'автоматизированная журналистика'	17	1	7	25
Data journalism 'журналистика данных'	35	9	22	91
Digital journalism 'цифровая журналистика'	59	23	30	203
Facebook	26	12	22	60
Fake news 'фейковые новости'	13	11	15	39
Journalism 'журналистика'	100	186	176	462
Journalism studies 'теория журналистики'	16	12	7	35
Mobile journalism 'мобильная журналистика'	8	2	4	14
News 'новости'	29	44	31	104
News consumption 'потребление новостей'	19	18	5	42
Paywall 'платный доступ'	6	3	1	10
Social media 'социальные медиа'	121	22	83	226
Technology 'технологии'	17	8	13	38
Twitter	46	20	29	95

Данные анализа сайтов указанных журналов позволили выявить самые читаемые статьи. На сайте журнала *Digital Journalism* больше всего просмотров (80 190) набрала статья нидерландского ученого Дж. Куикен [10], в которой рассказывается, как 202 крупнейшие голландские газеты и журналы перепиывают заголовки для интернета, чтобы увеличить их кликабельность. На 2-м и 3-м местах в рейтинге самых читаемых статей находятся исследования, в которых рассматривается термин «фейковые новости», а также поднимается вопрос платного доступа к цифровому контенту во Франции, Германии, Японии, Испании, Великобритании и США.

Самой популярной статьей на сайте журнала *Journalism Studies* является материал английского исследователя Т. Харкап (185 600 просмотров) [11], посвященный вопросу о том, что такое новости. Этот вопрос остается актуальным при размышлении о будущем журналистики в эпоху цифровых технологий.

Наибольшее количество просмотров (29 370) на сайте журнала *Journalism Practice* имеет научная статья норвежского ученого С. Стинсена [12], в которой автор приходит к выводу о том, что за последние десятилетия в исследованиях журналистики произошли широкие парадигматические изменения.

Заключение

На основании проведенного исследования можно сделать вывод о том, что современная журналистика получила новые возможности для развития в цифровой экосистеме. Зарубежные медиаисследователи уделяют большое внимание тому, как цифровизация меняет теорию и практику журналистики. Сегодня появляется новая волна исследований цифровой журналистики, которая теоретизирует проблемное поле за пределами традиционных институтов с их набором устоявшихся теорий, ранее признанных исследовательским сообществом.

Происходит переоценка фундаментальных теорий понимания журналистики. В конце 2010-х гг. ученые приступили к более широкому спектру теоретических подходов в исследованиях журналистики. В последние годы стало появляться все больше научных работ, посвященных таким фундаментальным вопросам цифровой журналистики, как изме-

няющаяся природа самого объекта. Речь идет об изучении новостной экосистемы, новостного ландшафта, метавселенных. Все эти новейшие исследовательские практики преимущественно связаны с социальными медиа.

Автор настоящей статьи считает, что возрастает потребность в теоретическом осмыслении таких новых тематических кластеров, как «глобальные цифровые платформы», «алгоритмы в новостных экосистемах», «искусственный интеллект в журналистике», «технологии виртуальной и дополненной реальности». Результаты исследования приводят к выводу о том, что цифровая журналистика стала самостоятельной научной дисциплиной, занимающейся теоретическими и практическими проблемами трансформационных изменений в экосистеме медиа, которые уже сегодня начинают определять новую конфигурацию медиапространства и медиасреды.

References

1. Harper C. Online newspapers: going somewhere or going nowhere? *Newspaper Research Journal*. 1996;17(3–4):2–13. DOI: 10.1177/073953299601700301.
2. Fulton K, Rogers M, Schneider E. What is journalism and who is a journalist when everyone can report and edit news? *Nieman Reports*. 1994;48(2):10–13.
3. Steensen S, Grøndahl Larsen AM, Hågvær YB, Fonn BK. What does digital journalism studies look like? *Digital Journalism*. 2019;7(3):320–342. DOI: 10.1080/21670811.2019.1581071.
4. Boczkowski PJ. *Digitising the news: innovation in online newspapers*. Cambridge: The MIT Press; 2004. 243 p.
5. Eldridge SA II, Franklin B. Introduction. Defining digital journalism studies. In: Eldridge II SA, Franklin B, editors. *The Routledge companion to digital journalism studies*. London: Routledge; 2017. p. 1–12.
6. Witschge T, Anderson CW, Domingo D, Hermida A. *The SAGE handbook of digital journalism*. London: Sage; 2016. 626 p.
7. Eldridge SA II, Hess K, Tandoc Edson CJr, Westlund O. Navigating the scholarly terrain: introducing the digital journalism studies compass. *Digital Journalism*. 2019;7(3):386–403. DOI: 10.1080/21670811.2019.1599724.
8. Steensen S, Westlund O. *What is digital journalism studies?* London: Routledge; 2020. 136 p. DOI: 10.4324/9780429259555.
9. Picard RG. Twilight or new dawn of journalism? *Journalism Studies*. 2014;15(5):500–510. DOI: 10.1080/1461670X.2014.895530.
10. Kuiken J, Schuth A, Spitters M, Marx M. Effective headlines of newspaper articles in a digital environment. *Digital Journalism*. 2017;5(10):1300–1314. DOI: 10.1080/21670811.2017.1279978.
11. Harcup T, O'Neill D. What is news? *Journalism Studies*. 2017;18(12):1470–1488. DOI: 10.1080/1461670X.2016.1150193.
12. Steensen S, Ahva L. Theories of journalism in a digital age. *Journalism Practice*. 2015;9(1):1–18. DOI: 10.1080/17512786.2014.928454.

Статья поступила в редколлегию 12.01.2022.
Received by editorial board 12.01.2022.