

ТРАНСФОРМАЦИЯ ФОРМ ПОДАЧИ НОВОСТНОГО КОНТЕНТА СРЕДСТВАМИ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛЬНОЙ ЦИФРОВИЗАЦИИ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Ли Цзин

Белорусский государственный университет, (г. Минск,
Республика Беларусь)
Wangjiajia093@gmail.com

JOURNALISM ABOUT MEDIA TRANSFORMATION IN THE CONTEXT OF THE FORMATION OF AN INFORMATION SOCIETY

Li Jing

Summary: This article examines the transformations of information genres of journalism in the era of information technology and the development of online media, and highlights the structural, linguistic and stylistic features of a modern news item.

The author studies the materials of the genre information group on the websites of federal publications and regional media, which identify the structural components of publications and signs of genre change.

Mobile journalism is considered as a phenomenon based on the synthesis of the latest information technologies, efficiency and relevance. The transformation of the media under the influence of mobile communications is investigated. The text of the article contains a brief examination of the transformation of genres of cultural and educational journalism in modern media.

Keywords: internet media, information genres, genre system, cultural and educational journalism, mobile journalism, mobile communications, multimedia journalism, news, regional media, network media, traditional genres, transformation.

Аннотация: В статье рассматривается процесс трансформации форм подачи новостного контента средствами массовой информации на фоне интенсивного развития онлайн-медиа и широкого проникновения цифровых технологий во все сферы жизни общества (в особенности это касается высокоскоростного беспроводного интернета и средств мобильной связи). Автор анализирует структурные, языковые и стилистические особенности жанровой специфики наиболее востребованного в настоящее время типа информационных жанров журналистики – новостной заметки. Отдельное внимание в работе уделено явлению т.н. «мобильной журналистики» (которая выступает следствием внедрения ИТ-решений в практику СМИ), а также тренду на активное освоение онлайн-пространства персональными мобильными устройствами. В статье также представлена авторская точка зрения на эволюцию форм и характера работы СМИ в связи с появлением новых каналов социальной коммуникации, а также адаптацию системы жанров журналистики к меняющимся запросам общества.

Эмпирическую базу исследования составил массив материалов, размещенных в открытом доступе на сайтах федеральных и региональных средств массовой информации (далее – также СМИ). Материалы выборки по своим основным характеристическим признакам соответствуют классу информационных жанров журналистики, и, по мнению автора, иллюстрируют факт изменения структуры журналистской информации, а также имеют явные признаки трансформации стилистики изложения новостных материалов.

Ключевые слова: интернет-СМИ, информационные жанры, жанровая система, культурно-просветительская журналистика, мобильная журналистика, мобильные коммуникации, мультимедийная журналистика, новость, региональные СМИ, сетевые СМИ, традиционные жанры, трансформация.

Сферу средств массовой информации и журналистской деятельности в демократических государствах традиционно рассматривают как четвертую ветвь власти (наряду с системами исполнительной, законодательной и судебной власти). Причина особого положения массмедиа в обществе – способность одинаково эффективно влиять как на самих граждан, так и на властные институты, оставаясь относительно независимым двусторонним каналом управляющей информации. Сегодняшняя журналистская деятельность разворачивается внутри мощнейшего информационного потока, который можно без преувеличения назвать коммуникативной революцией, сопряженной с глобальными изменениями в структуре социальных отношений и всеобъемлющей цифровизацией.

Быстрое развитие интернет-технологий привело к появлению новых видов межличностной и транстерриториальной коммуникации, и, соответственно, новых типов медиаплощадок (социальных сетей, онлайн-СМИ, видеохостингов), которые в свою очередь оказали сильнейшее воздействие на язык средств массовой информации и стиль подачи контента. Изменение формата журналистики в нынешних условиях – многоаспектная научная проблема, затрагивающая культурологические, этические, эстетические и социолингвистические грани эволюции современной цивилизации; причем изменения эти в последние годы происходят всё более стремительно.

Предметом данного исследования является комплекс трансформационных процессов, наблюдаемых в СМИ, и его влияние на роль и место журналиста в

системе циркулирования информационных потоков, ведь, как считает ряд экспертов (к примеру, А.О. Чаплыгина), журналист «обязан оправдывать доверие к СМИ в целом» и главным образом за счет подготовки и распространения качественного медиапродукта. Журналисту необходимо демонстрировать «профессионализм, разносторонность, умение оперативно и объективно передавать важную информацию» [1, с. 302] для того, чтобы оставаться «доверенным лицом» своей аудитории внутри противоречивого новостного потока, ежедневно (а иногда и ежечасно) меняющего информационную повестку дня. Таким образом, эволюция бизнес-моделей массмедиа вынуждена двигаться в направлении развития способности быстро адаптироваться к меняющейся конъюнктуре инфозапросов своей аудитории, а также демонстрировать умение совершенствовать методы обработки и трансляции новостного контента.

Методологическая база теории журналистского мастерства, как известно, во многом ориентирована на изучение жанровых особенностей творчества журналиста в рамках конкретного исторического периода, справедливо рассматривая трансформацию системы СМИ на уровне отдельного государства как итог научно-технического и социального прогресса, приводящего к тому, что «журналистские жанры претерпевают значительные изменения», при этом именно технологический фактор объясняет причину, по которой «интернет-СМИ в данный момент являются ведущей площадкой для публикации материалов», превращая массмедиа в «достаточно сложную и многофункциональную систему» [1, с. 303]¹.

Благодаря общедоступности технических средств связи, позволяющих сегодня без посредников обращаться к многомиллионной аудитории с различных медиаплощадок, авторами журналистских текстов может становиться любой человек, даже не обладающий специальным журналистским образованием. Причем такой журналист-любитель практически не ограничен в своей активности, в то же время подготовить действительно качественный контент «в соответствии со всеми критериями его создания может далеко не каждый, поскольку корреспондентом может стать только профессионал, обладающий определенным набором знаний» [1, с. 304]. Этот набор знаний в обязательном порядке должен подразумевать и понимание «законов жанра» – специфики построения и функционирования информационного

нарратива. Подвижки в жанровых формах современной журналистики уже отмечены научным сообществом. Так, А.А. Морозова предлагает выделять интернет-жанры массмедиа в особую группу и дифференцировать их на:

- традиционные (усвоенные из практики традиционной прессы и сохранившие свои основные жанровые признаки, которые при этом несколько мутировали);
- «новые жанры» (образовавшиеся в период возникновения разного рода площадок хранения и распространения мультимедийного контента и ставшие средством конвергенции офлайн- и онлайн-журнализма²) [2].

Считаем, что исследование жанровых трансформаций в журналистике на сегодняшний день представляется весьма актуальной научной задачей, что подтверждает анализ профильной литературы. В частности, А.Е. Ерицян в ряде своих публикаций [3; 4] доказывает, что современные цифровые платформы «существенным образом повлияли на журналистику и на продукты журналистской деятельности – журналистские материалы», и это дает основания для более «детального изучения структурных характеристик современных журналистских материалов», а также пересмотра «принципов их написания и жанровой классификации» [3, с. 31].

Обращает на себя внимание стремительность изменения научного дискурса, касающегося революции в сфере массовой коммуникации: работы А.О. Чаплыгиной («Особенности трансформации традиционных информационных жанров журналистики в федеральных интернет-СМИ», 2017) и А.Е. Ерицян («Трансформации информационных жанров журналистики в эпоху интернет-СМИ: классификация, структурные и стилистические особенности», 2021) отстоят друг от друга всего на четыре года, однако подходы к методам анализа проблемного поля и сделанные авторами выводы в них весьма отличаются. А.Е. Ерицян предлагает вниманию результаты мониторинга современных русскоязычных информационных агентств и интернет-изданий («Лента.Ру», ТАСС, РИА Новости, «Новая Газета», «Настоящее время», «Медуза»), а также новостных разделов сайтов авторитетных зарубежных массмедиа (BBC, Deutsche Welle, Euronews). Ученый, изучив эти ресурсы, приходит к выводу о том, что традиционные жанры информационной журналистики переживают в нынешнее время процесс

1 Представляется значимым описать особенности, которыми характеризуются современные СМИ, и то, что делает их иными, особенно на фоне предыдущего этапа истории журналистики. К таким отличиям можно отнести: отсутствие реальных препятствий для распространения и доступа к информации, публикационную активность, интерактивность взаимодействия с целевой аудиторией, мультимедиа-технологии, позволяющие производить более выразительный и впечатляющий контент для повышения эффективности его продажи и др.

2 По этому поводу А.О. Чаплыгина пишет, что, в целом, информационный контент современной онлайн-журналистики сохранил базовые структурные элементы (заголовок, лидер-абзац, основная часть), «безэмоциональный» сухой язык и строгое изложение, но дополнен гиперссылками, возможностью размещения мультимедиа-информации (видео-, аудиоконтента); увеличилось при этом количество иллюстраций в материале, а для удобства поиска схожей по тематике информации появились «хэштеги» [1, с. 305–306].

слияния «в единый мультимедийный формат – с четко выраженными структурными и стилистическими особенностями», и этот жанр – «новость», носит абсолютно самостоятельный характер. А.Е. Ерицян квалифицирует новости в качестве «движущей силы журналистики», «ядра как традиционных, так и современных интернет-СМИ» [3, с. 31]. Он также предлагает усматривать в понятии «новость»³ две сущностные стороны: «новость как категория информации» и «новость как жанр». Исследователь полагает, что на волне ультрамодных тенденций в области теории массовой информации⁴ в новостном формате журналистских сообщений можно выделить несколько видов:

- краткая новость, которая отвечает на вопросы «что?», «кто?», «где?» и «когда?», состоит из 10–20 строк сведений (информационного ядра, одной-двух деталей и «бэкграунда» – фоновой информации);
- развернутая новость (информационная заметка), отвечающая на вопросы «что?», «кто?», «где?» и «когда?», «почему?», «каким образом?» и т.п.; она, с точки зрения объема, насчитывает от 4 до 10 абзацев и состоит из ядра, двух и более деталей, а также развернутого «бэкграунда»;
- «новость-молния» – содержит ответы на вопросы «что?», «кто?», «где?» и «когда?», состоит из 1–2 строк, в которых сообщается что произошло (при этом подробности происшествия еще неизвестны) [3, с. 32–33].

Исследователи жанров современных СМИ подчеркивают возросший уровень оперативности создания и трансляции контента, а также тот факт, что журналисту, специализирующемуся на новостной повестке, придется учитывать мультимедийные особенности формата современной новости, а именно:

1. соответствие формуле «текст + изображение»;
2. наличие в тексте гиперссылок – отсылок к связанным с темой публикациям (об этом более подробно см. [3; 6]).

Но подлинной инновацией в новостной журналистике последнего десятилетия можно считать формат

«мобильных новостей», природу которого детально описывают Е. Балалаева и А. Каплаух в работе «Мобильная журналистика – журналистика информационного общества» (2019). Авторы отмечают вступление человечества в новую эпоху, когда «люди так быстро переходят на смартфоны и планшеты, что мобильные устройства стали основными платформами для новостей» [7, с. 241]. Интересно, что благодаря мобильным коммуникациям оживает и традиционный подход к формированию «лица» средства массовой информации, что говорит о возможности «ренессанса газетной отрасли»⁵.

Анализируя возможности новых медиа, Е. Балалаева и А. Каплаух размышляют о перспективах «качественно иных отношений с аудиторией и рекламодателями, освоения новых источников доходов в области медиапотребления и коммуникаций и повышения оперативной эффективности газетных компаний» [7, с. 241]. Опираясь на мнения опрошенных ими экспертов, Е. Балалаева и А. Каплаух подчеркивают тот факт, что «в развивающихся странах мобильная журналистика в целом дала толчок для создания интернет-медиа»⁶. По мнению другого теоретика журналистики – В.Ф. Олешко, мобильные коммуникации создают ряд преимуществ, а именно: открывают «новый канал для сбора информации и расширения знаний о читательских потребностях и интересах», становятся своего рода «мостом к новому поколению читателей», а также «сокращают административные и организационные расходы» (цит. по [7, с. 241]).

Мы, в целом, поддерживаем позицию Е. Балалаевой и А. Каплауха – есть все основания полагать, что в сфере практической журналистики замечен принципиально новый подход к конструированию контента, предназначенного для трансляции на мобильные устройства, – иными словами, действительно, «дигитализация привела к появлению мобильной журналистики». Сочетая в себе «новейшие информационные технологии, оперативность и актуальность», мобильная журналистика «запустила процесс» особого способа подачи новостного материала в мобильных прило-

3 По мнению А.В. Колесниченко, в журналистике существует два определения жанра «новость»: 1) информация, необходимая людям для принятия решения, которое будет касаться их дальнейшей жизни; 2) отклонение от естественного хода событий. «В первом случае новостью будет, к примеру, принятие нового закона или ежегодное послание президента. Во втором – всевозможные чрезвычайные и курьезные происшествия. К этому случаю относится знаменитая поговорка: “Когда собака укусила человека – это не новость, а когда человек укусил собаку, это уже новость”» [5, с. 17–18] (см.: Колесниченко, А.В. Практическая журналистика учебное пособие / А.В. Колесниченко. – Москва: Изд-во Московского ун-та, 2010. – 191 с.).

4 По мнению А.Е. Ерицян, в современной новости не приветствуются сложные синтаксические конструкции, языковые средства выразительности, слова с многозначной семантикой, профессионализмы, архаизмы, историзмы, научная или деловая лексика. Предложение новостного материала должно состоять из 6–8 слов, а всё то, что может усложнять текст, должно быть сведено к минимуму (причастные или деепричастные обороты, вводные конструкции; в заголовках нежелательно использование инверсии и пассивного залога и пр.).

5 Более половины взрослого населения во всем мире по-прежнему читает ежедневные газеты, из них более 600 млн человек предпочитают информацию в цифровом формате (цит. по [7, с. 241]).

6 К факторам, значительно удешевляющим сбор информационного контента, можно отнести низкую стоимость оборудования (по сравнению с оборудованием кино- и видеосъемочной группы), а также уменьшение штата редакции, так как процесс съемки и монтажа превращается в задание журналиста (об этом более подробно см. [7]).

жениях [7, с. 243]. Специфику формирования новостных блоков для мобильных устройств раскрыла в своем исследовании Е.А. Меркушина, указавшая, что именно оперативность обновления новостной ленты стало одной из ключевых причин превращения жанра новости в анонс, в «простое предъявление фактов». Здесь прослеживается прямая связь между объемом темы и сложностью сбора информации – ведь доступность и простота сбора первичных сведений гарантируют большой объем конечного контента. В этом смысле функции сетевого СМИ (информационная, развлекательная, воспитательно-просветительская, рекламная) определяются структурой новостного контента – разделами, темами и способами подачи материала [8, с. 197]. И в данном случае на первый план выдвигается дуализм природы информационного новостного потока, который особенно нагляден при подаче сведений о негативных событиях (военные сводки, криминальные хроники, информация о всякого рода угрозах и опасностях, то есть сведения, актуализирующие инстинкт самосохранения у аудитории). Данная тема представляется особенно значимой в нынешних непростых условиях геополитической турбулентности. Е.А. Меркушина отмечает, что новости подобной природы – это одновременно и сигнал, и предупреждение. С философских позиций под воздействием отрицательно заряженного контента «мир становится чуть более предсказуемым», и уже сама аудитория должна определяться с тем, каким образом уберечь себя от психологического давления, задействуя механизм самоконтроля. Информационные поводы негативного порядка – привычный компонент новостного контента СМИ – отражая противоречивую окружающую реальность, журналисты акцентируют внимание на проблемах и угрозах (засилии бюрократии, упадке сферы ЖКХ, коррупции во власти, росте преступности, войнах, эпидемиях и пр.). Е.А. Меркушина усматривает проблему негативной журналистики, скорее, не в содержании, а в способе подачи такой информации – «акцентировании внимания на "кровавых" подробностях произошедшего», на «смаковании» подробностей события, а не на анализе его причин и прогнозе последствий.

Вышеизложенное оправдывает стремление сетевых СМИ к продвижению своего контента на инфорынке; их деятельность «фактически больше направлена на привлечение внимания аудитории». Однако в таком контексте возникает уместный вопрос: кто более заинтересован в продуцировании негативной информации – массмедиа или их аудитория, ведь СМИ – это

одновременно и ответ «на информационный запрос человека» с целью реализовать его потребность в коммуникации, и общественный институт, действующий «как власть, которая присваивает человека, подчиняет его себе» [9; цит. по: 8, с. 198]. То есть задача сетевых средств массовой информации видится не только в том, чтобы «предлагать пользователям разнообразные по форме и жанрам материалы», но и в стремлении продвигать себя в качестве «специализированного средства массовой информации, предлагающего уникальный контент – региональные новости, имеющие адресность и общественную значимость» [8, с. 198]. В этом – в способности отслеживать местные инфоповоды, между тем, кроется преимущество региональных СМИ по сравнению с федеральными.

Несколько иной характер (в отличие от новостного направления) имеет трансформация природы культурно-просветительских жанров современной журналистики. Этот процесс детально исследует Э.А. Попова в работе «Трансформация жанров культурно-просветительской журналистики в современных СМИ (на примере проектов "Arzamas" и "Культура.рф")» (2021) [10]. Автор указывает на процесс взаимопроникновения жанров, который проявляется «в условиях развивающейся мультимедийности и интерактивности СМИ»: успешность СМИ, по мнению Э.А. Поповой, состоит в мультимедийности – «чем больше интерактивных форматов, тем выше шанс выйти на новый уровень». Подобный подход в рамках культурно-просветительской журналистики вполне оправдан, поскольку благодаря продуманному визуальному воплощению информация воспринимается лучше [10, с. 26]. Рассуждая о роли и ответственности СМИ в части просветительской работы, в том числе в вопросе влияния на мировоззрение подрастающего поколения, Э.А. Попова указывает на возможности мультимедийных инноваций (или комбинации традиционного и инновационного подходов) для привлечения и удержания аудитории. Перечисляя жанры культурно-просветительской журналистики⁷⁾, ученый утверждает, что жанровое разграничение основывается на «самом процессе трансформации с помощью воздействия современных мультимедийных аспектов СМИ» [10, с. 28]. На примере площадок «Arzamas» и «Культура.рф» Э.А. Попова наглядно показывает трансформацию жанров культурно-просветительской журналистики. Исследуя портал «Культура.рф», автор указывает на его разносторонний тематический рубрикатор разделов (афиша, музей, театр и т.д.), часто встречающиеся обзоры книжных новинок; отмечает

7 Наиболее популярные жанры современных СМИ это: анонс (краткие групповые объявления; самостоятельные тексты без указания авторства; публикации с выраженным авторским «Я»); аннотация; рецензия и минирецензия; обзор; искусствоведческая статья; творческий портрет (об этом более подробно см.: Попова, Э.А. Трансформация жанров культурно-просветительской журналистики в современных СМИ (на примере проектов «Arzamas» и «Культура.рф») / Э.А. Попова // Известия высших учебных заведений. Проблемы полиграфии и издательского дела. – 2021. – № 3-4. – С. 26-30).

большую плотность гиперссылок в текстах публикуемых материалов⁸. Проект «Arzamas», по мнению Э.А. Поповой, популярен в первую очередь благодаря обзорам (подборкам эссе), рецензиям и анонсами, которые журналистами портала часто создаются по принципу конвергенции нескольких жанров; причем «всё это преподносится вместе с мультимедийными инструментами, которые делают чтение более увлекательным и не позволяют аудитории от материала устать». Автор указывает на наличие аудиосюжетов, встроенных во вступительную часть журналистского материала, а также возможность прослушать интервью живую, перейдя по ссылке в мобильное приложение «Радио Arzamas». По итогам исследования Э.А. Попова резюмирует, что современная культурно-просветительская журналистика «потеряла свои былые жанровые “границы”», а спектр возможностей авторов материалов значительно расширился [10, с. 29–30].

Дискуссионный вопрос: возможно ли подобное положение дел назвать кризисом жанровой структуры в журналистике? А.Е. Ерицын в статье «Кризис жанров журналистики в эпоху интернет-СМИ: особенности понятия, трансформации и тенденции развития» (2021) предлагает свою версию ответа: несоответствие прежних стандартов и норм новым условиям социальной реальности всегда предполагает либо модернизацию имеющегося опыта либо формирование нового. Тем более, что метаморфозы журналистского текста в эпоху развития информационного общества естественным образом связаны с необходимостью локализации контента на новых онлайн-площадках (в мессенджерах и социальных сетях). Ученый выделяет две ключевые тенденции в трансформации журналистского материала – адаптация традиционных жанров в сетевом пространстве с его специфическими цифровыми медиаресурсами, а также появление новых, самостоятельных жанров. На основе контент-анализа ряда русскоязычных интернет-СМИ (Русская служба Би-би-си, Лента.Ру, ТАСС, Meduza, портал «Настоящее время», русскоязычная версия Deutsche welle, Esquire.ru и др.) можно выделить ряд новых категорий, влияющих на текстовую информацию в интернет-СМИ⁹: лонгрид, фактчек, видеофиче и др. Характерной чертой онлайн-текста в массмедиа стала его мультимедийность, адаптированность к цифровым платформам, креативность в подаче, развитый литературный язык и образность, более свободный (непринужденный) стиль повествования, притом, что общим формальным началом остается традиционная система жанров, берущая начало в XIX веке [4, с. 155].

Однако, несмотря на происходящий прогресс в технологии СМИ и трансформацию жанров, качество жур-

налистского текста определяется всё же не формой, а содержательной полнотой и оригинальностью произведения, то есть выступает следствием профессионализма журналиста и прозорливости информационной политики редакции СМИ.

В конечном счете, оценивая природу современных СМИ, а также изменения, происходящие на фоне научно-технического прогресса, формирования информационного общества нового типа вполне оправданно ожидать появления новых жанров в журналистике и новых подходов к средствам влияния СМИ на общественное сознание. Задача влияния на общество стоит перед СМИ на любом этапе развития цивилизации, и, как известно, итоги реализации этой задачи могут быть как позитивными, так и негативными.

Современные СМИ обеспечивают круглосуточный и неограниченный доступ к любому виду информации. Кроме того, сегодня «развитие СМИ привело к качественному изменению цели СМИ: коммерциализация, изменение идеологических взглядов, обслуживание групповых интересов, искажение фактов. Средства массовой информации превращаются из средства формирования общества в важнейший фактор формирования общественного сознания» [12, с. 189–190]. Недостоверная информация может спровоцировать изменение отношения конкретного человека к социальному явлению. Разнообразные медиаплощадки в настоящее время получили возможность без труда формировать целевую аудиторию, воздействуя на нее сквозь призму собственной концепции мира; это создает опасность распространения предвзятой идеологии, которая может способствовать искаженному восприятию действительности. Уже сегодня пространство медиасферы «насыщено огромным количеством не согласующихся друг с другом идей», и «люди теряются в многообразии норм, ценностей»; не справившись с ценностным выбором, они зачастую входят в состояние «духовной пассивности, цинизма и пессимизма» [12, с. 189].

Обобщая вышесказанное, отметим: эффект воздействия массмедиа на человека беспрецедентен; в современных реалиях средства массовой информации, благодаря инновационным технологиям, превратились в одну из ключевых площадок, формирующих и транслирующих систему ценностей, особенно важно контролировать идеологическую составляющую процесса их влияния на социум. При этом каждый причастный к созданию глобального информационного пространства, а тем более «журналист-информационщик» должен осознавать всю меру ответственности за свою социально значимую деятельность.

8 Цель – представить полную картину события.

9 На основе закономерностей их структурного построения, стилистики и частоте появления в трех и более СМИ.

ЛИТЕРАТУРА

1. Чаплыгина, А.О. Особенности трансформации традиционных информационных жанров журналистики в федеральных интернет-СМИ / А.О. Чаплыгина // Медиасреда. – 2017. – № 12. – С. 302-306.
2. Морозова, А.А. Специфика традиционных жанров журналистики в текстах социальных сетей (на примере «ВКонтакте») [Текст] / А.А. Морозова // Провинциальный мегаполис в современном информационном обществе: журналистский текст в новой технологической среде // Вестн. Челябинск. Гос. Ун-та. – Сер. Филология, искусствоведение. – Челябинск. – 2015. – № 5 (360). – С. 240-249.
3. Ерицяц, А.Е. Трансформации информационных жанров журналистики в эпоху интернет-СМИ: классификация, структурные и стилистические особенности / А.Е. Ерицяц // Архивариус. – 2021. – Т. 7. – № 7 (61). – С. 31-33.
4. Ерицяц, А.Е. Кризис жанров журналистики в эпоху интернет-СМИ: особенности понятия, трансформации и тенденции развития / А.Е. Ерицяц // Вестник российско-армянского (славянского) университета: гуманитарные и общественные науки. – 2021. – № 2 (38). – С. 151-157.
5. Колесниченко, А.В. Практическая журналистика: учебное пособие / А.В. Колесниченко. – Москва: Изд-во Московского ун-та, 2010. – 191, [1] с.
6. Зыков, Н.А. Трансформация форм и методов подготовки журналистов-международников в условиях информационного общества / Н.А. Зыков, Ш.С. Нуржанова // В книге: ЖУРНАЛИСТСКОЕ ОБРАЗОВАНИЕ БЕЗ ГРАНИЦ. Тезисы. – 2017. – С. 116-117.
7. Балалаева, Е. Мобильная журналистика – журналистика информационного общества / Е. Балалаева, А. Каплаух // В сборнике: Слова ў кантэксце часу. Матэрыялы IV Міжнароднай навукова-практычнай канферэнцыі, прысвечанай 90-годдзю з дня нараджэння доктара філалагічных навук прафесара А.І. Наркевіча. Рэдкалегія: В.М. Самусевіч [і інш.]. – 2019. – С. 241-243.
8. Меркушина, Е.А. Сетевые СМИ как фактор формирования информационного общества / Е.А. Меркушина // Культура в фокусе научных парадигм. – 2018. – № 8. – С. 193-199.
9. Ениколопов, Р. Да вы прадалісь: могуць лі СМІ не быць палітычна ангажаванымі / Р. Ениколопов. [Электронный ресурс]. РБК. 2 июля 2015. Режим доступа: <http://www.rbc.ru/opinions/society/02/07/2015/5576dcf39a794746f684e82>.
10. Попова, Э.А. Трансформация жанров культурно-просветительской журналистики в современных СМИ (на примере проектов «Arzamas» и «Культура.рф») / Э.А. Попова // Известия высших учебных заведений. Проблемы полиграфии и издательского дела. – 2021. – № 3-4. – С. 26-30.
11. Данилов, А.А. Проблемы формирования информационной среды в условиях социокультурной трансформации российского общества / А.А. Данилов // Вестник Чувашского университета. – 2012. – № 4. – С. 88-94.
12. Дистель, Ю.В. СМИ и их роль в формировании общественного сознания в условиях информационного общества / Ю.В. Дистель, В.А. Козловская // В сборнике: МОЛОДЕЖЬ СИБИРИ – НАУКЕ РОССИИ. Международная научно-практическая конференция. Красноярск, 2022. – С. 186-190.

© Ли Цзин (Wangjiajia093@gmail.com).

Журнал «Современная наука: актуальные проблемы теории и практики»