



Декан факультета журналистики МГУ, академик РАО,
профессор Е. Л. Вартанова

**«“Пересборка” отечественной медиасистемы:
актуальная архитектура, новая журналистика и
цифровой капитал аудитории»**



270 МГУ
1755  2025





Цифровые общественные реалии

- Ключевое значение медиакоммуникаций и информации в социальной жизни
- Рост объема времени, проводимого людьми с цифровыми медиа: «цифровая молодежь»
- Формирование нового типа грамотности – цифровой медиаграмотности, новых способов познания окружающего мира
- «Человек медийный»: формирование современного человека = пользователя медиакоммуникаций под воздействием процессов медиатизации (т.е. получения, потребления и осмысления разных типов медиатизированной информации).
- Социальное и индивидуальное бытие современного человека в значительной степени реализуется в информационных и коммуникационных процессах, проходящих в цифровых медиакоммуникациях



Неравенства «цифрового общества»

- Противостояние «богатого Севера» и «бедного Юга»
- Рост уровня бедности социально незащищенных слоев
- Сохранение неравномерности внутри общества
- Неравенство в доходах населения
- Различия в условиях доступа к Интернету
- Состояние медиакоммуникационной инфраструктуры в разных странах
- Компетенции и социальные преимущества пользователей Интернета
- Экономический и технологический дисбаланс
- Неравный доступ к технологиям и образованию



270 МГУ
1755 2025

Цифровое неравенство

«Информационная бедность», «цифровой разрыв» между разными слоями населения

Три уровня:

- Уровень доступа к Интернету и ИКТ
- Уровень развития цифровой грамотности и компетенций пользователей, уровень Интернет-открытости региона, мотивации пользователей
- Преимущества, получаемые при использовании Интернета и ИКТ, цифровых сервисов, необходимых при

Не исчезает по мере развития цифровизации и становления нового типа грамотности — медиаграмотности



Цифровой капитал

Определяет доступ и включенность людей в цифровую среду

Единый комплекс материальных и нематериальных ресурсов, помогающих человеку жить и работать в условиях цифровой эпохи (Ragnedda, 2018)

Связан с другими видами капиталов

Ресурс, способный преодолеть цифровое неравенство

Чем значительнее цифровой капитал людей, тем большим количеством преимуществ они обладают



Медиа в условиях неопределенности

- Усиление присущей современному медиaproстранству изменчивости, «текучести», непредсказуемости, неопределенности (Bauman, 2000; Вартанова, 2021; Вартанова, Дунас, 2022)
- «Возвышение» цифровых медиаплатформ как слом структур традиционной медиасистемы
- От глобальной медиаэкономики – к модели национальной медиасистемы как к устойчивой форме развития в период неопределенности
- Деглобализация, деамериканизация и национализация медиаполитики (Вартанова, Дунас, 2023)
- Медиасистемы новых геополитических объединений: защита национальных, культурных и гуманитарных интересов, опора на традиционные ценности как «мягкую силу»



Медиасистема: к определению термина

Медиасистема — понятие, при помощи которого исследуется система СМИ и журналистика, а сегодня и даже шире – медиакоммуникации государства

Медиасистема – взаимосвязанный комплекс медиаканалов, медиаконтента, медиатехнологий, адресованных аудитории, действующий в рамках национального и международного законодательства, актуального геополитического и экономического положения страны, ее этнокультурных условий и исторических традиций, а также особенностей национальной и культурной идентичности аудитории



Реструктуризация медиасистемы

Новостные медиа (информирование, просвещение)

- Традиционные СМИ (редакция + цепочка ценности медиабизнеса)
- Аккаунты в соцмедиа

Развлекательные медиа (рекреация)

- Кино, сериалы
- Короткие видео
- Музыка
- Игры
- Стиль жизни

Социальные медиа

- Среда коммуникации
- Профессиональный контент новостных и развлекательных медиа
- Контент «новых профессионалов»



270 МГУ
1755 2025

Медиасреда: субъекты

Институционализированные: «традиционные СМИ»

- Зарегистрированы Роскомнадзором
- Работают в соответствии с «Законом о СМИ» и другими нормативными документами
- При переходе в цифровую среду продолжают соответствовать принципам социальной ответственности, объективности и достоверности, профессиональным стандартам

Неинституционализированные: «новые профессионалы» (блогеры/лидеры мнений)

- Имеют разные интересы
- Производят неоднородное по качеству и потенциалу воздействия содержание
- Не встроены в медиасистему России ни юридически, ни экономически, ни профессионально (Медиасистема России, 2020)
- Имеют значительное воздействие на аудиторию (Вырковский, Горбунова, Давлетшина, 2019; Bodrunova, Litvintnko, 2013)

Искусственный интеллект: пока еще протосубъект?

- Искусственная социальность
- Применение при создании, распространении, продвижении медиаконтента

Аудитория

- Отчасти пересекается с неинституционализированными субъектами
- Отсутствует системность и финансовая основа в производстве медиасодержания
- Играет важную роль в распространении, интерпретации и оценке информации



270 МГУ
1755 2025

Цифровизация журналистики: текст

- Новые – мультимедийные и конвергентные – форматы текста
- Сокращение времени на написание, редактирование и доставку текстов аудитории
- Расширение технологического инструментария, появление новых компьютерных программ для производства и обработки видео, аудио, текстов

- Проблемность составления единой повестки дня, фильтрация информации как новая задача
- Возросший объем и скорость работы, усложнение выполнения традиционных журналистских задач (сбор и отбор новостей, проверка фактов, донесение до читателей достоверной информации и т.д.)
- Сужение жанрового разнообразия (фельетоны), обеднение языковой палитры журналистики
- Необходимость учитывать алгоритмы агрегаторов новостей при написании текста

Сокращение объема и унификация текстов, субъективность автора, журналистика «заголовка»



Цифровизация профессиональной деятельности

- Новые доступные источники информации – социальные медиа, официальные сайты, цифровые архивы
- Развитие прямых интерактивных каналов связи с экспертами (соцсети, мессенджеры, платформы для видеосвязи) и органами государственной власти
- Эксклюзив? Или мультимедийная «упаковка»?

- Новые формы манипуляции и пропаганды: фейк-ньюс, появление новых трудновывяемых форм фейков (дипфейк, фейки, сгенерированные ИИ)
- Потеря журналистом монополии на новость, а СМИ – монополии посредничества в социальной коммуникации
- Необходимость учитывать алгоритмы агрегаторов новостей при написании текста

Прямая коммуникация с аудиторией: обратная связь, но возможность негативной коммуникации



270 МГУ
1755 2025

Цифровизация журналистики: медиакомпании

- Использование новых коммуникационных площадок (мессенджеры, облака) для организации работы в редакции
- Гибкие формы организации труда («удаленка») и его прекарный характер
- Привлечение аудитории на новые для СМИ площадки (видеотрансляция из своих студий, подкасты, новостная лента в мессенджерах и страницах в социальных медиа и т.п.)
- Новые бизнес-модели и формы монетизации (freemium)

- Превращение медиа в «фабрики контента»: интенсификация труда, дополнительные обязанности (создание мультимедийного контента, SMM, общение с аудиторией под брендом медиа)
- Рост конкуренции на рынке авторов
- Рост конкуренции на рынке рекламы



Вызовы журналистике

- Ускорение производства генерации новостей
- Производство информации:
 - Раньше: наблюдение + общение (полевая работа), анализ
 - Теперь: онлайн-поиск + онлайн-общение (удаленная работа), копипаст
- Достоверность: гонка за приоритетностью, обесценивание способности журналистов создавать достоверное содержание

- «Малые медиа»: тематические паблики, аккаунты в социальных сетях, телеграм-каналы, каналы видеохостингов
- Журналистом может стать каждый! Новости сегодня читает даже холодильник!



Журналистика в «цифровых джунглях»

- Общечеловеческие опасности (журналисты, авторы, аудитории): цифровая неграмотность, мошенничество, обман (фейки), внешние манипуляции, цифровая зависимость
- Профессиональные вызовы:
 - политизация, поляризация, ангажированность Интернет-коммуникации,
 - цифровые стандарты редакции,
 - информационная перегрузка,
 - психологическое давление, угрозы, буллинг, цифровое разрушение репутации,
 - обилие фейков,
 - аудиторные тенденции: инфорпузыри, влияние рекомендательных сервисов.



270 МГУ
1755 2025

Цифровые трансформации медиасистемы

- Медиаметаморфоз: прорастание качественно нового в уже существующем
- Медиакоммуникационная среда как инфраструктурная основа СМИ
- Цифровые медиаплатформы как «новая оболочка» прежней медиасистемы
- Новые практики медиапотребления (Smart-TV, нелинейный просмотр), качественно иная аудитория онлайн, новые формы коммуникации СМИ и аудитории (комментарии, реакции)
- Новая «интеграция» и «дезинтеграция» содержания при переходе в онлайн-среду (мультимедийные форматы, гибридизация, «расщепление»: звук — подкасты и музыкальные стриминги, видео – социальные сети, видеохостинги, OTT-сервисы)



Цифровые трансформации журналистики

- Мультимедийность: журналистского текста, сторителлинга
- Визуализация журналистского продукта
- Всеобщая интерактивность
- Текущность жанров и форматов (лонгриды, игры, VR + AR, стримы, онлайн-трансляции и т.д.)
- Кроссплатформенность (один текст для разных платформ; одна тема для разных форматов и платформ)
- Новые компетенции, новые навыки и новые специализации журналистов
- Автоматизация работы редакции
- Датацентричность



Цифровые трансформации аудитории

- Новая субъектность
- Интерактивность и нелинейность коммуникации
- Технологические компетенции
- Новое авторство



МГУ | 270

телеграм-канал и сообщество VK о прошлом,
настоящем и будущем
Московского университета



Созданы
Информационным центром по подготовке к 270-летию
МГУ имени М. В. Ломоносова







Спасибо за внимание!

