

8. Volkova I. (2013) Four Pillars Of Gamification. Middle-East Journal of Scientific – Research 13 – Socio-Economic Sciences and Humanities. P. 149–152.

9. What is gamification? URL: <https://www.bunchball.com/gamification>

DOI <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-042-1-43>

ТРАНСФОРМАЦІЯ ТРАДИЦІЙНОЇ ЖУРНАЛІСТИКИ: ВИКЛИКИ СЬОГОДЕННЯ

Ятчук О. М.

*кандидат наук з соціальних комунікацій, доцент,
доцент кафедри журналістики*

Кодацька Н. О.

*кандидат соціальних наук,
доцент кафедри журналістики*

Лесюк О. В.

*кандидат наук з соціальних комунікацій,
старший викладач кафедри журналістики
Університету митної справи та фінансів
м. Дніпро, Україна*

Журналістика, як інституційна структура суспільства, завжди знаходиться у тісному зв'язку не тільки з суспільством, але і з усіма викликами сучасності. Для того, щоб визначити світові тренди, та виклики для професійної діяльності актуальними залишаються численні дослідження та аналітика як аудиторії медіа з її вподобаннями та особливостями споживання контенту та довіри до діяльності журналістів, як інституції у суспільстві, так і питання загальних тенденцій розвитку в політичному, економічному та соціальному аспектах. Загальні теоретичні методи формалізації, абстрагування, дедукції та інтерпретації дозволяють зробити імовірний прогноз подальшого розвитку професійної діяльності журналістів. Слід зауважити, що в українському просторі через низку об'єктивних та суб'єктивних чинників дослідження щодо трендів розвитку журналістики носять не регулярний характер, окремі дослідження зосереджені або на візькоспецифічних напрямках (наприклад

дослідження щодо моніторингу маніпуляцій в он-лайн [1] від Інституту масової інформації, або дослідження щодо уподобання та інтересів українців до засобів масової інформації проведено на замовлення ГО «Детектор медіа»[3]), хоча в західних подібні дослідження носять не тільки вузькоспеціалізовані напрями, проте і існують повні звіти, що розкривають тенденції розвитку. Саме тому на наш погляд заслуговують уваги більш загальні дослідження, що допомогли б окреслити та сформувані більш загальне уявлення про функціонування світових та національних трендів в українській журналістиці.

Перспективи розвитку сучасної журналістики слід розглядати в контексті змін інформаційного суспільства як такого. Для виокремлення чинників впливу слід розглядати:

- зовнішні чинники впливу (наприклад такі, як пандемія COVID 19), що впливають на динаміку на спосіб споживання інформаційного контенту в певних зовнішніх обставинах;

- трансформацію масового суспільства у бік цифровізації та штучний інтелект (ШІ), що впливає на технологічний компонент комунікації як такої;

- внутрішні чинники, що демонструють унікальні журналістські рішення в контексті донесення інформаційних повідомлень до аудиторії.

Аналізуючи звіт щодо впливу пандемії COVID 19 в контексті споживання медіа [4-5], ми бачимо, що соціальний, економічний та політичний вплив зовнішніх чинників, що продовжують впливати на суспільство, має тенденцію до концентрації взаємодії з оточуючими, а різноманітні локдауни сприяють трансформації соціальних комунікацій як таких. Зростання технологій для підтримки соціальних контактів [2], віддаленої роботи свідчить, про збільшення технологічного компоненту для формування соціальних зв'язків. Цифровізація сервісів та додатків, через зростання тиску зовнішніх чинників відображається і на журналістській діяльності. Крім того, одним з викликів стає використання штучного інтелекту, як для роботи з великим обсягом інформації, так і для створення інформаційних повідомлень за певними алгоритмами. Так, в 2020 році вперше журналісти телебачення працювали через веб-камери з дому, у якості гостей для прямоєфірних телевізійних програм залучають фахівців з виростанням мобільного зв'язку та відеоконференцій, і це стає вже трендом сучасного телебачення. Крім загальних чинників, що є характерними для світових тенденцій, є і унікальні риси, притаманні саме українській журналістиці, наприклад роздержавлення медіа. як стала тенденція, або

розвиток громадської журналістики на тлі політичних та демократичних трансформацій українського суспільства.

Крім того, слід додати і такі чинники, безпосереднього впливу на журналістський контент як:

- зростання пристроїв для мобільної взаємодії (перегляд аудіовізуального контенту, взаємодія з соціальними мережами, споживання інформаційного контенту);

- психологічні особливості аудиторії, що базуються на довірі (тенденції медіа критики та фактчекінгу);

- взаємодія з традиційними та новітніми медіа, та як наслідок вплив на трансформацію традиційної журналістики як такої.

Дослідження аудиторії доводять, що на сучасному етапі ми можемо виокремити такі трансформаційні тренди як:

- традиційні медіа, хоча і втрачають аудиторію, через активний розвиток інтернет комунікацій, проте продовжують зберігати довіри аудиторії щодо телепереглядів;

- питання локальних медіа стоїть доволі гостро, економічні чинники зменшують їх кількість, особливо гостро ці питання стосуються пресової журналістики (обмежують друковані версії видань), і окремих напрямів (наприклад спортивної журналістики);

- розвивається поняття новини, як такої, медіа перестають бути унікальним джерелом новинного контенту, поступаючи позиції індивідуальному впливу через соціальні мережі та окремих інфлюенсерів;

- залучання аудиторії як до оплати журналістських послуг (унікальних матеріалів для тих, хто оплатив доступ), так і на підтримку видання за кошт аудиторії (різноманітні пожертвування);

- подкастинг, як напрям журналістики та поширення аудіо-формату, як такого;

- використання ШІ для обслуговування інформаційних потреб аудиторії, як технологію формування інформаційного порядку денного так і певної адаптації і трансформації повідомлень;

- використання власних даних користувачів і взаємодія з великими технологічними компаніями, як постачальниками контенту;

- роль платформ та соціальних мереж стає все більш політизованою в контексті виборів та викликів демократичного суспільства у світі;

- боротьба з дезінформацією та фейками пов'язане із зростанням невизначеності в аудиторії, що певною мірою відображається і на довірі до традиційних медіа.

Проте, ми бачимо, що серед досліджень переважна більшість зосереджена саме на дослідженнях уподобань, проте різноманітні фокус групи з стейкхолдерами, експертні опитування представлені

дуже обмежено, що не дозволяє досліджувати тренди всебічно, враховуючи і саморефлексію самих представників медійної галузі та журналістики зокрема.

Таким чином, ми бачимо, що лонгітудні дослідження, спрямовані як на вивчення аудиторії, так і на експертні оцінки представників журналістських професій, дозволять всебічно розглядати процеси, які впливають та знаходять своє відображення в медіа. Спостереження за західними студіями та порівняння сучасного досвіду в контексті конгломерації дозволять виокремлювати не тільки спільні тенденції розвитку, а і усвідомлювати унікальність, як імовірну тенденцію, у подальшому дослідженні тих, чи інших чинників. Крім того, одним з перспективних напрямів є удосконалення методології досліджень, що враховувала б не тільки традиційні інструменти та методи, але і додавала сучасних технологій, особливо в контексті використання штучного інтелекту.

Література:

1. Найбільше новин з маніпуляціями публікують онлайн-медіа в Дніпрі й Полтаві. *Інститут масової інформації*. 02.02.2021. <https://imi.org.ua/monitorings/najbilshe-novyn-iz-manipulyatsiyamy-publikuyut-onlajn-media-dnipra-i-poltavy-i37497> (дата звернення 10.02.2021)

2. Попит на сервіси для відеоконференцій зріс більше ніж у 7 разів – дослідження. *Економічна правда*. 14 квітня 2020. <https://www.epravda.com.ua/news/2020/04/14/659344/> (дата звернення 10.02.2021)

3. Як змінилися уподобання та інтереси українців до засобів масової інформації після виборів 2019 р. та початку пандемії COVID-19. *Детектор Медіа*. 29.09.2020 <https://detector.media/infospace/article/181066/2020-09-29-yak-zminylys-upodobannya-ta-interesy-ukraintsiv-do-zasobiv-masovoi-informatsii-pislya-vyboriv-2019-r-ta-pochatku-pandemii-covid-19/> (дата звернення 10.02.2021)

4. Nic Newman, Richard Fletcher, Lucy Kueng Rasmus Kleis Nielsen, Meera Selva, and Eduardo Suárez. Journalism, Media, and Technology Trends and Predictions 2020 https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2020-01/Newman_Journalism_and_Media_Predictions_2020_Final.pdf (дата звернення 10.02.2021)

5. Nic Newman, Richard Fletcher, Anne Schulz, Simge Andi, and Rasmus Kleis Nielsen. Reuters Institute Digital News Report 2020. <https://www.digitalnewsreport.org/> (дата звернення 10.02.2021)