УДК 070

ПОТЕНЦИАЛ И ФУНКЦИОНАЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ КУЛЬТУРЫ СОВРЕМЕННОГО ЖУРНАЛИСТА

В. Ф. Олешко, Е. В. Олешко

Уральский федеральный университет

Поступила в редакцию 20 марта 2019 г.

Аннотация: *в статье авторами актуализируется значимость исследования профессиональной культуры журналистов цифровой эпохи в контексте трансформирующегося типа всеобщего социального института журналистики.*
Ключевые слова: *культура, профессиональная культура журналиста, идентичность, СМИ, массмедиа, творчество, цифровизация, мультимедийность.*

Abstract: *in the article the authors actualize the importance of the study of professional culture of journalists of the digital age in the context of the transforming type of the universal social Institute of journalism.*
Keywords: *culture, professional culture of a journalist, identity, media, mass media, creativity, digitalization, multimedia.*

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМЫ

Не все массмедиа, в особенности региональные, смогли в современных условиях конкурировать с социальными сетями и отдельными активными их акторами — блогерами, создателями индивидуальных медийных площадок, «живых журналов» и т.п., чаще всего акцентирующими внимание на своей внешней независимости от любых властных или управленческих структур. Следствием, в том числе и этого фактора, стало снижение тиражей и рейтингов традиционных СМИ, отток средств рекламодателей, отчасти утрата россиянами доверия к массмедиа и развитие тенденции, которую, на наш взгляд, можно именовать как «информационная всеядность».

Значимость исследования профессиональной культуры в контексте трансформирующегося типа всеобщего социального института журналистики предопределена вышеизложенными тенденциями, а также осмыслением возможностей использования новых информационных технологий для установления диалоговых отношений с реальной аудиторией современных СМИ и формирования условий для ее расширения за счет потенциальной аудитории — из числа тех индивидов, кто пока не включен по тем или иным причинам в системные отношения с институализированными массмедиа. Но эти задачи с учетом развития каналов передачи информации невозможно решить, опираясь только на описание изменений в технологиях работы журналистов, что являлось доминантной составляющей анализа для многих исследований даже недавнего прошлого, в частности по теме конвергентной журналистики [1–3]. Универсальный характер журналистского труда, как свидетельствует новейшая практика, все же является внешней характеристикой необходимых трансформаций, с помощью которых можно противостоять тенденции снижения авторитета и влиятельности традиционных СМИ и массмедиа в целом. Ментальные свойства атрибутивных качеств личности журналиста, обусловливающие его социальную ориентацию, образующие критериальное основание, с которым он сверяет свои мысли и действия, в совокупности с успешно реализованными инструментальными компонентами функционирования в информационной среде характеризуют, убеждены мы, сущность также наполняемого новыми смыслами в этих условиях понятия «*профессиональная культура*». Анализ соотношения базовых компонентов профессиональной культуры журналистов с технологиями и инструментарием цифровой эпохи, кардинально меняющими основы современной медиадеятельности, представляется важной научной проблемой.

Очевидно, что, рассматривая профессиональную культуру журналиста как фактор оптимизации информационно-коммуникативных процессов, мы с неизбежностью обнаруживаем необходимость углубления научных представлений о том, как слияние интересов и интенций всех субъектов данного рода деятельности — транслирующих и потребляющих контент — взаимосвязано или даже предопределено эффективным использованием мультимедийных возможностей современных массмедиа. Мультимедийность как синтез различных видов информации и цифровизация, в целом уход представителей всех типологических групп СМИ от аналоговой формы передачи контента предопределяют также, помимо собственно технологического, экономического и организационно-управленческого уровней анализа развития процесса функционирования современной журналистики, про-

© Олешко В. Ф., Олешко Е. В., 2019

фессиональную рефлексию. Неизбежно возникающие в этих условиях структурные изменения СМИ, новые менеджерские подходы и необходимость адаптации к ним, перманентная трансформация общественных практик, конечно же, видоизменяют формы и способы соотнесения журналистом себя, возможностей своего «я» с тем, чего требует сегодня профессия, а также существующие в российском обществе о ней представления, что является одним из условий эффективности деятельности.

Закономерно, что в числе приоритетных интересов современных российских медиаисследований эксперты, наряду с поиском философско-антропологических подходов к пониманию журналистики и медиа в целом [4], называют изучение личности журналиста и журналистских культур в числе важнейших теоретических рамок профессионального сознания [5, 3–67]. Вместе с тем в филологических исследованиях по близкой тематике чаще всего представляется описательная совокупность характеристик профессиональной культуры журналистов, содержащая лишь специфические нормативные формы взаимоотношений внутри профессионально-референтной группы, а также отношений между группой и внешней средой [6, 224–228]. В триаде «власть» — «медиабизнес» — «журналисты» взаимовлияние всех трех элементов для формирования контента социально ответственной журналистики, сущностные характеристики которой, как известно, сформулированы в Кодексе профессиональной этики российского журналиста, анализировалось учеными далеко не всегда. Также, если рассматривать современную массмедийную деятельность как составную часть культуры российского общества в целом, то актуальной научно-практической задачей видится выявление, системное обобщение потенциала и стратегических ресурсов профессиональной культуры журналистов с учетом трансформаций института журналистики.

СУЩНОСТНЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ КУЛЬТУРЫ

При достаточно большом количестве научно-практических подходов к определению профессионализма большинство из них можно свести к общепринятому, к примеру, в медийной среде: «Профессионализм — это деятельность, осуществляемая на основе системы кодов, в журналистике — на основе профессиональных и этических стандартов» [7, 2]. В теоретико-методологическом плане при этом сегодня можно выделить сущностные принципы информационно-социетарного и личностного уровня. В первом случае это то, что характеризует глобальную интеграцию различных видов/типов информационных ресурсов на базе многоуровневой организации деятельности субъектов как социально ответственной, предполагающей, что во всех обстоятельствах действия совершаются «в соответствии с нравственным сознанием» [8, 68]; вторая группа включает принципы непрерывного личностного развития, мультикультурности, стремления к организации истинно диалоговых отношений с аудиторией, а также творческой мобильности и опережающего развития как способа противодействия распространению информации манипулятивного или асоциального характера. К числу данных субъектов информационной деятельности в современных условиях, на наш взгляд, можно отнести прежде всего тех, кто на управленческом, техническом и ином уровне, наряду с журналистами, решает задачи подготовки и трансляции информационных продуктов, а также, с определенной долей условности и опосредованности, непрофессионалов — фрилансеров, активных авторов СМИ, представителей блогерских и иных сетевых сообществ.

Причем следует отметить, что по поводу понятия «профессиональная культура» сегодня в исследовательской среде также существуют различные точки зрения. Некоторые ученые, в частности, приходят к выводу о том, что профессиональная культура как социальный феномен тесно взаимосвязана в том числе и с информационной деятельностью, но при этом есть не что иное, как часть корпоративной культуры [9]. Однако, на наш взгляд (и эту точку зрения разделяют другие ученые уральской школы журналистики [10]) медийная, в первую очередь пиаровская, откровенно пропагандистская, политтехнологическая и рекламная практика Новейшего времени, не позволяет ставить знак равенства между этими терминами. Принципиально важным является при этом наш результирующий вывод, что культура стремится стать по-настоящему профессиональной не тогда, когда происходит момент ее «адаптации» к современным технологиям и условиям жизнедеятельности определенной группы людей, но тогда, когда профессиональная культура становится продуктивной. Ведь профессиональная культура продуцирует не только различного вида коммуникационные связи и артефакты, но и систему ценностных ориентиров, а также формы духовной жизни. Существенен при этом аспект ее диалектической взаимосвязи с культурой общества в целом. Ведь прямо в данном случае оказывается влияние, прежде всего на массовую культуру, через людей-носителей профессиональной культуры (в нашем случае — субъектов различных форм информационной деятельности). Косвенное же влияние осуществляется через созданные артефакты, которые входят составным элементом в образ профессиональной культуры и репрезентируют как ее, так и культуру в целом.

Вместе с тем в структуре любой профессиональной культуры можно выделить две доминанты, определяющие сущность и основные личностные характеристики ее носителей: инструментальную, по-иному — *праксеологическую* (профессиональные

навыки и умения) — и *ментальную* (мировоззренческую). Праксеологическая характеризует способ взаимодействия субъекта профессиональной культуры с орудиями, средствами, предметами труда, а также степень его готовности к осуществлению конкретного вида деятельности. Ментальная сторона выступает интегральной характеристикой состояния коллективного и индивидуального сознания и самосознания субъекта профессиональной культуры, нравственно-мировоззренческих и эстетических предпосылок деятельности.

И если применительно к массмедийной деятельности перманентное инструментальное совершенствование легко объяснимо и находит достаточно широкое проявление в исследовательской среде, то ментальные характеристики далеко не всегда становятся предметом научных работ. Но, на наш взгляд, новейшая практика свидетельствует: постоянно расширяющееся число акторов нередко способствует развитию коммуникативных стратегий и тактик, вытекающих из установок превращения различных видов информации лишь в хорошо продающийся товар и удовлетворение любых, даже самых низменных, потребностей массовой аудитории. И это в итоге провоцирует девальвацию многих социальных ценностей или формирует своего рода информационный консюмеризм, сугубо потребительскую идеологию.

Следовательно, в деонтологическом проявлении профессиональная культура журналистов обусловлена активным усвоением и реализацией в повседневной, зачастую внешне рутинной, работе профессиональных норм и медийных форматов, сложившихся практик, в том числе и мировоззренческого, морально-этического характера. Дуализм же ситуации заключается в следующем. С одной стороны, перманентно развиваются технологии сбора, обработки, хранения, передачи информации, а также в геометрической прогрессии растет число тех, кто умеет манипулировать различными информационными потоками (включая бытовой уровень). С другой — у общества все больше вопросов возникает по поводу того, что в различных видах медиапродукции, и прежде всего представленных во Всемирной сети, качественные характеристики транслируемой информации далеко не всегда сочетаются с количественными параметрами. Иначе говоря, в ее потоках зачастую превалируют репостинги одних и тех же фактов, сообщения манипулятивного характера, а также все то, что можно охарактеризовать как недостоверную или частично недостоверную информацию.

В 2011–2016 гг. авторами и при их участии было проведено масштабное исследование «Конвергентная журналистика в представлениях сотрудников СМИ», в ходе которого объектами анализа являлись публикации 24 печатных, 12 сетевых изданий макрорегиона Большой Урал, а также был опрошен 261 журналист [11, 27–36]. В результате было выявлено, что для новейшей практики проблема формирования и развития профессиональной культуры журналистов, ее взаимовлияния с информационной культурой характеризуется прежде всего сложившимися в современной науке и обществе противоречиями между:

— наличием в условиях перманентного развития информационных технологий кризисных явлений и процессов в массово-коммуникационной сфере на разных уровнях (институциональном, управленческом, правовом, профессионально-этическом, поведенческом) и отсутствием в теории журналистики целостной концепции, имеющей ярко выраженное прикладное значение для гуманизации контента массовых информационных потоков;

— резким преобразованием и кардинальной трансформацией в последние годы всех основных компонентов мировой и отечественной медиасистем и устоявшимися жизненными и профессиональными стратегиями журналистов, не всегда по различным причинам успевающими адаптироваться к ним;

— насущными потребностями современного российского общества и несоответствующими им вариантами действий органов власти, призванными осуществлять регулирующие процессы, происходящие в сфере медиа, зачастую не умеющими предвидеть и учитывать информационные риски для перманентно развивающейся социальной практики индивидов или отдельных социумов;

— существующими теоретическими источниками, основанными на них вузовскими образовательными программами и реальными потребностями массмедийной практики, поскольку малоизученными остаются как «многие эмпирические особенности труда журналистов, так и его имманентная сущность, что до сих пор не позволяет создать полноценную теорию, особенно необходимую на современном этапе» [12, 5];

— выраженной потребностью журналистов в полноценной самореализации в новых условиях и сложностью достижения профессиональной идентичности на эмоциональном и поведенческом уровнях в связи как с резкими социальными переменами, так и с развитием различных видов мобильности, появлением новых статусно-ролевых позиций и медийных специализаций.

Поэтому наиболее востребованным сегодня для медийной практики является выявление потенциала и функциональных/прикладных аспектов профессиональной культуры.

ПОТЕНЦИАЛ И ФУНКЦИОНАЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ КУЛЬТУРЫ

Профессионалам медиа многое предписывается законами, нормативными актами, корпоративной этикой. Но современная практика свидетельствует,

что интересы общества и индивидуальная культура медийной личности зачастую вступают в противоречие. Отчасти это обусловлено тем, что журналистика в России, в отличие от многих зарубежных стран,— открытая профессия, что не дает возможности формировать и структурировать кадровый состав СМИ и в целом массмедиа на основании совокупности четко определенных критериев. Недавнее введение в нашей стране системы оценки квалификации на основании профессиональных стандартов, в том числе и в медийной отрасли, отчасти должно решить эту проблему. Но, видимо, лишь в будущем. Причем в региональных массмедиа, в силу многих причин объективного и субъективного характера,— не очень и скоро.

Таким образом, все более явным сегодня является также противоречие между усиливающимся влиянием фактора технологического развития массмедиа на жизнедеятельность представителей аудитории и несовершенством существующих сегодня в журналистском профессиональном сообществе механизмов, способствующих в этих условиях самореализации творческой личности. Из проблемного поля исследований нельзя сегодня исключить и факт соперничества массмедиа с социальными сетями, что актуализирует аспект информационной безопасности российского общества. Ведь возникающие, прежде всего в регионах, противоречия социокультурного и этнокультурного характера, вызванные как влиянием глобальных процессов, так и кризисными явлениями в экономике или предопределенные фактами социального неравенства, находят отражение в сфере неформальных коммуникаций, которые определяют в том числе и массовые поведенческие реакции.

Способны ли СМИ в условиях развития процесса повсеместной *цифровизации* контента, когда информационная культура приобретает ряд принципиально новых качеств и характеристик, в том числе свидетельствующих о формировании «нового образования, которое можно обозначить как глобальная культура» [13, 101], справиться с задачами, которые объективно вытекают из динамики общественных и общегосударственных интересов? Ведь именно цифровизация как один из основных трендов развития современных массмедиа позволяет создавать инновационные продукты со значительно расширенным функционалом и потребительскими свойствами, в том числе диалогового характера, а следовательно, способствовать формированию принципиально иных моделей информационного взаимодействия с массовой аудиторией. Ряд авторитетных исследователей, в частности Умберто Эко, говоря о наступлении эпохи цифровых технологий, вместе с тем акцентировал внимание на очевидном факте: «Вся информация, которую мы получаем через Интернет, электронную почту или смс-сообщения, основана на умении читать и писать» [14]; и для профессионала медийной сферы важно обладать самым важным качеством по-настоящему культурного человека — умением создавать оригинальные по форме и содержанию тексты.

Важным аспектом исследовательских парадигм, убеждены мы, должно быть при этом включение в число субъектов информационной деятельности, наряду с профессиональными журналистами, и других специалистов, помогающих в рамках реализации конвергентных моделей массмедиа оформлять тексты нужным образом, а также представлять их аудитории в мультимедийных форматах или обеспечивать обратную связь. Как это ни парадоксально, но до сих пор системная деятельность всей совокупности представителей этой группы чаще всего оставалась вне внимания ученых, по крайней мере — во взаимосвязи с эффективностью журналистской работы в целом. Разрывалась при этом понятийная цепь и при анализе роли активных пользователей Сети в контексте взаимодействия лично их с журналистами или опосредованно — через представляемые тексты (иногда актуальные темы, факты, информационные поводы) — в целом с традиционными СМИ. Под воздействием перманентно меняющейся инфраструктуры массовой коммуникации происходят и социально-антропологические трансформации, в результате которых современный человек постепенно превращается в «человека медийного (homo mediates)» (термин Е. Л. Вартановой). Безусловно, и журналистика как социальный институт «потому должна стать ближе человеку, что для нормального существования ему просто необходимо объединять личный опыт с миром, находящимся за его пределами» [15, 47].

Актуальная практика свидетельствует: гражданские журналисты, блогеры, авторы «живых журналов», комментаторы тех или иных событий, популярные у интернет-завсегдатаев, сегодня тоже являются не только субъектами, влияющими на формируемую информационную повестку дня, но нередко и неформальными лидерами сетевой деятельности. Причем очень важным для исследователей массовой коммуникации является тот факт, что в 2011 г. ООН приравняла доступ в Интернет к основным правам человека [16]. Вместе с тем чем больше появляется исследований данной направленности, тем в большей степени ощущается, как мы убедились в ходе проведенного анализа, крен в сторону сугубо технологического совершенствования процессов формирования контента при посредстве всех вышеназванных субъектов информационной деятельности. Объясняется, к примеру, совокупность приемов, позволяющих эффективно привлекать внимание аудитории, а также «упаковывать» информацию, но при этом остаются вне внимания или анализируются в числе второстепенных факторы, определяющие принципы отбора фактов, их ранжирования и пост-

коммуникационного влияния на сознание массовой аудитории или отдельной личности. Как и не выделяется аспект повсеместного информационного взаимовлияния данных субъектов на продуктивность творческой деятельности, что на самом деле стало фактом современной массмедийной действительности [17–18].

Априори в современных условиях предельно актуализируется, во-первых, проблематика формирования и развития профессиональной культуры не только журналистов, но и сотрудников, обеспечивающих их работу на технико-технологическом уровне; во-вторых, принципиально важным видится поиск инструментов/технологий взаимовлияния профессионалов и постоянных акторов глобальной Сети; и, в-третьих, важным аспектом исследований представляется систематизация факторов, способствующих развитию современного общества в рамках формирования концепции информационного суверенитета российского государства[1], и в связи с этим описание способов и эффективных механизмов организации диалоговых отношений всего многообразия субъектов информационной деятельности с представителями власти, бизнеса и различных российских социумов.

Причем сразу отметим, что в последнем случае в силу того, что вся совокупность эмпирического материала по данной тематике слишком объемна, мы в проведенном нами вышеназванном исследовании чаще всего акцентировали внимание только на тех субъектах, кто профессионально занимается информационной деятельностью. Кого мы выделяем в данном случае? Конечно, в первую очередь массмедийных специалистов различного профиля, а при анализе типичных ситуаций — представителей политических или иных сообществ, экономических или PR-структур, журналистов, «отстраивающихся» иногда от СМИ, в котором они работают, а также в ряде специально оговоренных случаев — «гражданских журналистов» и других акторов сети Интернет. Таким образом, в качестве субъектов информационной деятельности сегодня все чаще можно определить не только журналистов, но и всех тех, кто может быть отнесен к группам, обладающим признаком принадлежности к институализированным массмедиа, или к группам, представляющим конкретную формализованную структуру, скрепленную общими принципами профессиональной деятельности, этическими нормами или регуляторами иного вида.

Причем некоторые перемены, совершающиеся в современных медиаландшафтах, вызывают при этом немало дискуссий по поводу рисков и последствий повсеместного влияния на работу профессионалов новых информационных технологий. Так, к примеру, в процессе развития тенденции универсализации профессии журналиста, что поначалу казалось очевидным в рамках мультимедийности массмедиа, выяснилось: на практике далеко не всегда человек может в равной степени быть лидером в управленческой и творческой деятельности, специалистом в сфере допечатной/доэфирной подготовки текста и оформления его web-версии, качественно осуществлять процесс фотографирования и видеосъемки и т.д. и т.п. Даже журналист-профессионал, активно публикующийся в том или ином жанре, далеко не всегда готов к работе в сопредельных жанрах или непрофильной тематике, что, в частности, привело к тому, что «узкие» профессионалы не просто ищут различные формы контактов друг с другом, но и объединяются: в региональных организациях творческого Союза журналистов все чаще создаются и активно работают гильдии очеркистов, репортеров, расследователей, спортивных и театральных обозревателей, литературных критиков и т.д.

Более того, Юрий Пургин, 20 лет возглавляющий издательский дом «Алтапресс», издающий 9 газет и журналов, имеющий радиостанцию и три сайта, а также несколько раз называвшийся самым успешным медиаменеджером России, категоричен в оценке такого профессионального явления, как универсализм: «Я категорический противник концепции «универсального журналиста», потому что считаю, что «универсальный журналист» — это вредитель. Он все делает одинаково плохо. С этим надо бороться. Но при этом важно понимать, что мир и требования теперь другие. А для этого надо быстрее двигаться, работать более оперативно, и это тоже вызывало некие вопросы у сотрудников, привыкших все делать по-старому» [19, 51]. Того же мнения придерживались многие из опрошенных нами респондентов, в подавляющем большинстве указавшие в своих ответах универсальность не в числе первоочередных навыков журналиста-практика. В частности, превалировали при этом высказанные в той или иной форме утверждения, что основные противоречия между профессионалами и непрофессионалами медийной сферы, а также журналистами «старой школы» и современными успешными специалистами заключаются прежде всего в степени ответственности за результат своей деятельности. Они могут, по их мнению, выражаться в категориях экономических («нельзя в условиях рыночных отношений, в кото-

[1] В рамках новейшей политической науки, как доказывается, «информационный суверенитет представляет собой важный компонент государственного суверенитета, связанный с реализацией последнего в виртуальном информационном пространстве», при этом его сущностные составляющие рассматриваются как «совокупность трех основных составляющих: цифровой, ментальной и властной» (Кучерявый М. М. Государственная политика информационного суверенитета России в условиях современного глобального мира // Управленческое консультирование. 2015. № 2 (74). С. 14–15).

рые сегодня включены и массмедиа, не учитывать коммерческие интересы СМИ и собственника») и социальных (социокультурные процессы, в том числе порожденные новыми информационными технологиями, убеждено большинство респондентов, «способствуют развитию личности или в конечном итоге ведут к постепенной ее деградации»).

Вместе с тем очевидно, что универсализм и «нишевость» творческой деятельности развиваются параллельно, а превалирование того или иного подхода к ее организации обусловлено прежде всего причинами организационно-экономического характера. Но мы сделали вывод, что формирование и развитие не только профессиональной, но и в целом информационной культуры личности осуществляется как прямое влияние — через системную деятельность группы людей, которых с помощью формальных или неформальных показателей можно отнести к профессиональным. Косвенное же влияние оказывается через созданные ими артефакты, входящие составным элементом в некий образ уже сугубо профессиональной культуры и репрезентирующие ее в том числе и в сознании широких масс людей как культуру в целом.

ЛИТЕРАТУРА

1. Копылов О. В. Особенности творческой деятельности журналиста в условиях медиаконвергенции: дис. … канд. филол. наук / О. В. Копылов.— Екатеринбург, 2013.

2. Короткова Е. Н. Медиапортал как средство создания качественного контента: дис. … канд. филол. наук / Е. Н. Короткова.— М., 2009.

3. Симкачева М. В. Процесс конвергенции СМИ и его влияние на формирование современного медиаполя / М. В. Симкачева // Учен. зап. Казан. ун-та. Сер. Гуманит. науки.— 2015.— Т. 157, кн. 4.— С. 118–126.

4. Вартанова Е. Л. Современные российские исследования СМИ: обновление теоретических подходов / Е. Л. Вартанова // Вестн. МГУ. Сер. 10. Журналистика.— 2015.— № 6.— С. 5–26.

5. Свитич Л. Исследования журналистов в историческом контексте / Л. Свитич, А. Ширяева // Теория и социология СМИ. Ежегодник.— Ч. 2.— М.: Ф-т журналистики МГУ, 2010.— С. 43–67.

6. Михайлова Д. Р. Особенности профессиональной культуры журналиста в контексте развития современных СМИ: к проблеме утраты значимости творческого компонента / Д. Р. Михайлова // Вестн. Нижегородского ун-та имени Н. И. Лобачевского.— 2013.— № 4 (2).— С. 224–228.

7. Тулупов В. В. Проблемы современной отечественной журналистики // Акценты. Новое в массовой коммуникации.— 2018.— № 1–2.— С. 2–4.

8. Лазутина Г. В. Профессиональная этика журналиста: учебник / Г. В. Лазутина.— М.: Аспект Пресс, 2011.— 224 с.

9. Шаталова Н. И. Культура и культурное взаимодействие работников в организации / Н. И. Шаталова, С. А. Шлюндт и др. // Организационная культура: учебник / под. ред. Н. И. Шаталовой.— М.: Изд-во «Экзамен», 2006.— 652 с.

10. Лозовский Б. Н. Кто и как манипулирует журналистами? / Б. Н. Лозовский.— Екатеринбург: Изд-во Уральского ун-та, 2011.— 213 с.

11. Олешко В. Ф. Адаптация журналистов к конвергентным основам информационной деятельности (результаты социологического исследования 2014–2016 гг.) / В. Ф. Олешко, Е. В. Олешко // Известия Уральского федерального университета.— Серия 1. Проблемы образования, науки и культуры.— 2016.— Т. 22.— № 3 (153).— С. 27–36.

12. Вырковский А. В. Управление процессами создания журналистского текста в печатных и онлайновых СМИ: дис. … д-ра филол. наук / А. В. Вырковский.— М.: МГУ, 2017.

13. Миронов В. В. Трансформация культуры в пространстве глобальной коммуникации / В. В. Миронов // Гуманитарий юга России.— 2012.— № 1.— С. 101–117.

14. Умберто Эко о печатном слове: «Кто боится бумажных тигров?».— Режим доступа: http: www.interfax.by/article/106088 (дата обращения: 15.05.2017).

15. Ажгихина Н. Диалоги о журналистике / Н. Ажгихина, Е. Вартанова. Диалоги о журналистике.— М.: Ф-т журналистики МГУ, 2011.

16. Смирнов С. ООН причисляет доступ в Интернет к основным правам человека / С. Смирнов // Ведомости.— 2011.— 7 июня.

17. Красильникова О. Н. Веб-копирайтинг как искусство создания контента для коммерческих сайтов / О. Н. Красильникова // Интернет-маркетинг.— 2005.— № 6 (30).— С. 10–17.

18. Савинова О. Н. Традиционная журналистика в условиях формирования новой медиасреды / О. Н. Савинова // Вестник ЧелГУ. Филологические науки.— Вып. 107. № 8 (404).— 2017.— С. 48–52.

19. Пуля В. Пургин Ю.: «Журналисты считают, что у них слово главное, а все остальное — не очень» / В. Пуля // Журналист.— 2015.— № 6.

Уральский федеральный университет

Олешко В. Ф., доктор философских наук, заведующий кафедрой периодической печати и сетевых изданий

E-mail: vladimir.oleshko@urfu.ru

Олешко Е. В., кандидат филологических наук, доцент кафедры периодической печати и сетевых изданий

E-mail: pps2424@mail.ru

Ural Federal University

Oleshko V. F., Doctor of Philosophy, Head of the Periodicals and Network Publications Department

E-mail: vladimir.oleshko@urfu.ru

Oleshko E. V., Candidate of Philology, Associate Professor of the Periodicals and Network Publications Department

E-mail: pps2424@mail.ru