Ольга Николаевна Савинова

Нижегородский государственный университет им. Н. И. Лобачевского

[508@bk.ru](mailto:508@bk.ru)

**Новые информационные технологии и запросы аудитории**

Автор рассматривает в качестве постановочных вопросы востребованности публицистического творчества в эпоху развития новых информационных технологий, роли журналиста как важного посредника в предоставлении качественной информации, в формировании социальной и мировоззренческой позиции человека.

Ключевые слова: информационные технологии, публицистика, цифровая эпоха, мировоззрение, журналистика.

Сегодня мы является свидетелем мощного развития информационных технологий, существенно трансформирующих традиционную журналистику: цифровая революция привела к мощному развитию так называемых агрегаторов медиаплатформ, передающих информацию потребителю. И это только начало. Как заявляют некоторые исследователи, «общество стоит на распутье перехода от мира мобильных гаджетов к системам искусственного интеллекта, в которых станут практически общедоступными любые операции по созданию и обработке информации» [3: 281]. Роботы-журналисты стали трендом в 2014 г., и ситуация развивается очень быстро. Интернет практически снимает препятствия к поиску информации. В связи с этим появилось немало прогнозов о том, что в обозримом будущем многие профессии, так или иначе связанные с распространением информации в частности, журналистика, отомрут. Однако при всех переменах возникает и другая проблема – неспособность подавляющего числа пользователей критически осмыслить и самостоятельно переработать получаемую информацию; интенсификация информационно-коммуникативной среды на массовое сознание, в первую очередь, молодежи, значительно увеличивает межпоколенческий разрыв, делает заметными различия в мировоззренческих установках разных возрастных групп общества. Поэтому вопреки всем предсказаниям, на наш взгляд, роль журналистики как части культуры общества будет особо востребована в решении вопросов сохранения национального культурного кода, и на вызовы времени качественная журналистика должна ответить – стать более гибкой по отношению к запросам аудитории и новым технологиям. Публицистическое творчество занимает ведущее место в журналистике, «общественная миссия публицистики выражается в ее функции прояснения наиболее актуальных и острых проблем социальной онтологии…» [1: 9]. Публицистика несет информацию, связанную с мировоззрением, историческим сознанием, ее роль и в цифровую эпоху (может быть тем более в цифровую эпоху!) оказывается наиболее значительной. Новейшие информационные технологии не смогут заменить журналистский талант, такие извечные нравственные ценности, как участливость, сопереживание, совестливость.

Каждый год студенты-первокурсники нашей кафедры в рамках курса «Основы теории журналистики» пишут эссе, в этом году была тема – «Дорогой мой человек». 56 работ – это 56 судеб, рассказов о близких и дорогих людях. Написаны искренне, от сердца, хорошим литературным языком. Кстати сказать, авторы – это то поколение, о котором сейчас говорят, что оно привыкло к клиповому мышлению, к цифре, к информационному «фастфуду». Выражу свое мнение: настоящая публицистика, живое слово будут востребованы, как востребованы чистый воздух и родниковая вода. Известный отечественный исследователь И.Д. Фомичева, в частности, отмечает, что «запрос на профессиональное слово не умирает, и не умрет, потому что есть соответствующая потребность самого общества» [3: 100]. А если говорить об открывающихся возможностях для публицистического творчества и взаимодействия с аудиторией в цифровую эпоху, то они очевидны: это и личные блоги, и сайты, и социальные сети. [2: 19–20]. Но всегда перед журналистом будет стоять творческая задача – как использовать эти возможности во благо человека, возвышения его личности, формирования духовности, гражданской ответственности за все происходящее. Таким образом, бурный подъем новых технологий, стремительно меняющих привычный образ жизни, сохраняет объективный запрос общества на качественную информацию, публицистическое слово, способное сыграть важную роль в мотивации тех или иных социальных действий человека.

Литература

1. Мисонжников Б. Я. Феноменология публицистического текста (вступительная статья) // Публицистика в современном обществе. СПб: С-Петербург. гос. ун-т, Ин-т «Выс. шк. журн. и масс. коммуникаций. 2014.

2. Савинова О. Н. Новые медиатехнологии как ресурс журналистики // Век информации.Т. 2. № 2. 2018.

3. Соловьев А. И. Журналистика на перепутье: автоматизированная, точечная, дающая больше знаний, но меньше понимания // Международная Журналистика-2018. Глобальные вызовы, региональное партнерство и медиа. Материалы VII междунар. науч.-практ. конф., Минск, 15 февр. 2018 г. / сост. Б. Л. Залесский; под общ. ред. Т. Н. Дасаевой. Минск: Издательский центр БГУ. 2018.

4. Фомичева И. Д. Публицистика в эпоху Интернета // Вестник МГУ. Серия 10.01.10. Журналистика. № 5. 2013.