Ольга Николаевна Савинова

Нижегородский государственный университет им. Н. И. Лобачевского

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

**Публицистика в эпоху цифровизации**

В статье рассматриваются изменения коммуникативной ситуации в эпоху цифровизации. Используя метод контент-анализа, автор исследует вопросы востребованности публицистических материалов в публикациях региональных изданий городов Приволжского федерального округа.

Ключевые слова: цифровизация, публицистика, жанры, медиакультура.

Эпоха цифровизации существенным образом повлияла на изменения в коммуникативной ситуации, в особенности на взаимодействие СМИ с аудиторией. Перемены в обществе – материальные, социальные и духовные – привели к определенным трансформациям на медиарынке и в журналистике. Вместе с традиционными СМИ в нашу жизнь вошли новые медиа, а вместе с ними – сверхскоростная передача и получение новостей, интерактивные возможности, дигитализация и внедрение неограниченного числа источников и каналов информации. Сегодня транспарентность, доступность, простота коммуникации для любого пользователя позволяют обеспечить мгновенные, оперативные, круглосуточные, онлайновые сетевые контакты. Среди наиболее часто употребляемых сетевых ресурсов – почтовая рассылка, корпоративные сайты, персональные страницы, блоги, подкасты, форумы и чаты, социальные сети, Телеграм-каналы [2]. Виртуальная среда создает эффект присутствия «здесь и сейчас», способствует эмоциональной вовлеченности потребителя информации, формирует новую медиакультуру.

Вопросы востребованности публицистики, публицистических жанров в цифровую эпоху для современного читателя анализировались нами на очередном этапе исследования изданий одного из крупных федеральных округов Российской Федерации – Приволжского федерального округа [3].  
Всего было проанализировано за период октябрь-декабрь 2021г. методом контент-анализа 9697 публикаций на сайтах изданий «Нижегородские новости», «Ленинская смена», «Республика Татарстан», «Казанские ведомости» «Самарская газета», «Пульс Поволжья», «Звезда», «Нива». Были выявлены основные жанры публикаций – новостная заметка, репортаж, интервью, рецензии на новые фильмы и театральные постановки. Объем публикаций редко превышает 3000 знаков.

В ходе нового этапа исследования, проведенного с мая по июнь 2022 г., в ходе которого произведен анализ 6842 публикаций на сайтах региональных газет Приволжского федерального округа, основные результаты анализа вновь подтвердили тенденцию активного присутствия информационных жанров: новостная заметка, репортаж, интервью, аннотация.

Аналитические жанры представлены гораздо меньше, количество художественно-публицистических текстов исчезающе мало; на сайтах некоторых газет их нет совсем.

Популярнейший ранее жанр «Письмо в редакцию» сохранился лишь на сайте газеты «Ленинская смена». Отметим также, что художественно-публицистические жанры чаще всего используются в материалах, связанных с криминальными историями. Между тем история отечественной журналистики свидетельствует об её огромном духовно-нравственном потенциале: достаточно вспомнить публицистику Анатолия Аграновского, Василия Пескова, Чингиза Айтматова. Однако сегодня литературно-публицистический арсенал оказался за бортом современных изданий.

Очень хочется думать, что эта ситуация – не навсегда. В этом плане мы солидарны с Б. Я. Мисонжниковым и А. Н. Тепляшиной, которые справедливо отмечают, что «с развитием новых технологий открылся иной уровень приобщенности модернизированных СМИ к социокультурному процессу» [1: 187]. Общественные настроения последнего времени связаны с обращением к своей родной культуре и истории, к отечественной духовности, к идеям национального достоинства. Эта проблематика несомненно потребует и эмоциональной насыщенности, и серьезных публицистических размышлений.

Литература

1. Мисонжников Б. Я., Тепляшина А. Н. Журналистика: введение в специальность. СПб., 2012.

2. Савинова О. Н. Традиционная журналистика в условиях формирования новой медиасреды // Вестник Челябинского гос. ун-та. 2017. № 8(404). С. 48–52.

3. Савинова О. Н., Кам Ваво С. В. К вопросу об «уходе» публицистики из современного информационного пространства (по материалам официальных сайтов региональных изданий ПФО) // Знак: Проблемное поле медиаобразования. 2022. № 2 (44). С. 67–75.