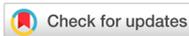




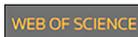
[Научный диалог = Nauchnyi dialog = Nauchnyy dialog, 12(7), 2023]
[ISSN 2225-756X, eISSN 2227-1295]



Информация для цитирования:

Дякина А. А. Медиаобразовательный потенциал журналистики Липецкого региона в условиях конвергенции СМИ / А. А. Дякина, К. И. Белоусов // Научный диалог. — 2023. — Т. 12. — № 7. — С. 102—120. — DOI: 10.24224/2227-1295-2023-12-7-102-120.

Dyakina, A. A., Belousov, K. I. (2023). Media Education Potential of Lipetsk Regional Journalism in Context of Media Convergence. *Nauchnyi dialog*, 12 (7): 102-120. DOI: 10.24224/2227-1295-2023-12-7-102-120. (In Russ.).



Журнал включен в Перечень ВАК

DOI: 10.24224/2227-1295-2023-12-7-102-120

Медиаобразовательный потенциал журналистики Липецкого региона в условиях конвергенции СМИ

Дякина Анжелика Александровна *

orcid.org/0000-0002-6319-6966

доктор филологических наук,
профессор

кафедры литературоведения
и журналистики,

* *корреспондирующий автор*
anjeloprof@mail.ru

Белоусов Кирилл Игоревич

orcid.org/0009-0006-9889-2706

аспирант
кафедры литературоведения
и журналистики

belousoff.kirill2010@yandex.ru

Елецкий государственный
университет
им. И. А. Бунина
(Елец, Россия)

Media Education Potential of Lipetsk Regional Journalism in Context of Media Convergence

Angelika A. Dyakina *

orcid.org/0000-0002-6319-6966

Doctor of Philology, Professor,
Department of Literary Studies
and Journalism,

* *Corresponding author*
anjeloprof@mail.ru

Kirill I. Belousov

orcid.org/0009-0006-9889-2706

Post-Graduate Student,
Department of Literary Studies
and Journalism

belousoff.kirill2010@yandex.ru

Bunin Yelets State
University
(Yelets, Russia)

© Дякина А. А., Белоусов К. И., 2023

ОРИГИНАЛЬНЫЕ СТАТЬИ

Аннотация:

Рассматриваются вопросы, связанные с медиаобразовательным потенциалом региональной журналистики. Актуальность исследования обусловлена потребностью массового медиаобразования как необходимого отклика на вызовы постоянно насыщающейся информационно-коммуникационной среды, в которой живет человек цифровой эпохи, и повышенной ролью СМИ в этом процессе. Отмечается, что медиаобразовательная деятельность журналистики определяется в качестве стратегически значимого направления развития современного общества. Выполнен обзор состояния печатных и сетевых СМИ, входящих в состав Издательского дома «Липецкая газета», с точки зрения использования ими достижений конвергентности на технологическом уровне представления информации. Новизна исследования видится в предложенном подходе к оценке медиаобразовательного потенциала регионального Издательского дома в целом, а не его отдельных составляющих. Авторами отмечены проблемы освоения региональными изданиями возможностей интернет-пространства, которые препятствуют развитию медиаобразовательного потенциала. Доказано, что именно интеграция новых медиа в традиционные форматы подачи информации существенно повышает интерес потребителей к таким источникам, содействует установлению интерактивных связей и росту медийной культуры населения. Подчеркивается, что сочетание классических форм работы с мультимедийными возможностями создает прочную медиаобразовательную базу СМИ.

Ключевые слова:

региональная журналистика; конвергенция СМИ; медиаобразовательная деятельность; медиаграмотность.

ORIGINAL ARTICLES

Abstract:

The article discusses the media education potential of regional journalism. The relevance of the study is due to the need for mass media education as a necessary response to the challenges of the constantly saturated information and communication environment in which people live in the digital age, and the increased role of the media in this process. It is noted that media education activities of journalism are determined as a strategically important direction for the development of modern society. An overview of the state of print and online media, which are part of the Lipetsk newspaper publishing house, is presented from the point of view of their use of convergence achievements at the technological level of information presentation. The novelty of the study is seen in the proposed approach to assessing the media education potential of the regional publishing house as a whole, rather than its individual components. The authors note the problems of regional publications in mastering the possibilities of the internet space, which hinder the development of media education potential. It is proven that it is precisely the integration of new media into traditional formats of information presentation that significantly increases consumer interest in such sources, promotes the establishment of interactive relationships, and increases the media culture of the population. It is emphasized that a combination of classical work forms with multimedia capabilities creates a strong media education base for the media.

Key words:

Keywords: regional journalism; media convergence; media education activities; media literacy.



Медиаобразовательный потенциал журналистики Липецкого региона в условиях конвергенции СМИ

© Дякина А. А., Белоусов К. И., 2023

1. Введение = Introduction

Медиаобразовательная деятельность СМИ — стратегически значимое направление современного социокультурного развития. Актуализация его связана с объективной потребностью в профессионально организованном и целенаправленном процессе по формированию медиаграмотного общества как отклика на вызовы постоянно усиливающейся информационной и технологической насыщенности пространства.

Тема исследования формируется относительно двух понятий: медиаобразование и медиаконвергенция, — не имеющих в отечественной науке однозначных толкований. Российские ученые в большинстве своем признают определение медиаобразования, данное профессором А. В. Федоровым: «процесс развития личности с помощью и на материале средств массовой коммуникации (медиа) с целью формирования культуры общения с медиа, творческих, коммуникативных способностей, критического мышления, умений полноценного восприятия, интерпретации, анализа и оценки медиатекстов, обучения различным формам самовыражения при помощи медиатехники» [Федоров, 2007, с. 107].

Медиаконвергенция рассматривается учеными как «современная форма взаимодействия СМИ» [Хелемендик, 2013, с. 106], «фактор жизнеспособности массмедиа в цифровой среде» [Уразова, 2011, с. 287], «слияние» технологий, различных медиа, рынков [Вартанова, 1999]. Зарубежные исследователи склонны к более широкой трактовке понятия, предполагающей сближение в разных сферах человеческого существования: экономической, социальной, технологической, культурной, глобальной [Marinho et al., 2008].

В настоящее время осознается необходимость анализа и осмысления медиаобразовательных возможностей российских СМИ, общая деятельность которых кардинально изменилась в условиях новейших информационно-коммуникационных технологий и рыночной экономики, ориентированной на цифровизацию. Изучение медиаобразовательного потенциала региональной журналистики представляется первоочередной задачей, так



как, несмотря на расширение границ коммуникационного пространства до мирового уровня, этот сектор формирует и организывает локальный информационный дискурс и по-прежнему остается наиболее близким читателю, слушателю или зрителю. Кроме того, именно на уровне российских регионов существуют успешные практики целенаправленной медиаобразовательной деятельности СМИ, в которой сочетаются традиционные и инновационные формы работы с аудиторией. Липецкие журналисты в числе тех профессионалов, кто осознает необходимость массового образования в медийной сфере со всей степенью социальной ответственности. Конвергентные процессы открыли для региональной журналистики широкие перспективы, в том числе на медиаобразовательном поприще. Основная проблема состоит в том, чтобы цифровые площадки с их мультимедийными возможностями осознавались редакционными коллективами как современное дополнение к традиционным формам подачи информации, прогрессивный способ взаимодействия с аудиторией и использовались в полном объеме.

2. Материал, методы, обзор = Material, Methods, Review

Почти два десятилетия назад С. Г. Корконосенко назвал медиаобразовательную деятельность СМИ «благородной и социально необходимой задачей» [Корконосенко, 2004, с. 78]. В наши дни важно понять возможности журналистики, скорректированные высокоразвитыми технологиями и цифровизацией информационного пространства.

Медиаобразовательный потенциал журналистики отечественные исследователи определяют как наличие «необходимых средств и условий реализации целенаправленной деятельности редакционного коллектива по повышению уровня медиакомпетентности своей аудитории, роста ее медиакультуры» [Жилавская, 2016б, с. 37]. При этом существует тенденция обнаружения подобного потенциала только в изданиях научно-популярного и познавательного характера, а также сведения его к использованию «разнообразных мультимедийных средств», знакомство с которыми якобы автоматически повышает медиаграмотность пользователя [Яшина, 2017, с. 289]. Необходимо признать имманентные образовательные возможности всех видов СМИ и согласиться с мнением А. П. Короченского о том, что «журналистике, отвечающей своему общественному предназначению, свойственен элемент педагогики, популяризации научных знаний, что роднит ее с институтами образования и просвещения» [Короченский, 2009, с. 65], а также о том, что «в формировании современной коммуникационной культуры должны и могут участвовать... структуры гражданского общества, средства массовой информации, журналистика и публицистика,



располагающие большим потенциалом распространения знаний и развития коммуникационного опыта граждан» [Короченский, 2004, с. 41]. Вместе с тем очевидно и другое: традиционные СМИ, обладающие не только потенциалом, но и десятилетиями накопленным опытом связей с читателем, слушателем или зрителем, оказавшись в ситуации конкурентного сосуществования с новыми медиа, должны перейти от «вещательной модели к интерактивной, предполагающей тесное взаимодействие с аудиторией» [Жилавская, 2016а, с. 123]. Более того, им следует овладеть современными формами такого взаимодействия, основанными на достижениях интернет-коммуникации, мультимедийных возможностях цифровых платформ. Справедливо замечено, что новые медиа «меняют структуру медиапотребления и перераспределяют аудиторное внимание в пользу более технологичных платформ» [Коноплев, 2020, с. 158]. Отсюда задачи для традиционных СМИ по удержанию и расширению аудитории путем освоения цифрового информационного пространства.

Эпоха новой журналистики поставила традиционные издания перед необходимостью преобразования своих профессионально-творческих подходов и бизнес-моделей. Осознание и освоение преимуществ конвергенции позволит им оставаться конкурентоспособными в современном информационном ландшафте и привлекательными для аудитории, особенно молодежной. Процесс модернизации включает в себя пересмотр редакционной организации, разработку и продвижение новых форматов контента, усиление интерактивного взаимодействия с читателями для адаптации к их запросам. В этом контексте медиаобразование, интегрированное в деятельность СМИ, представляет собой «взаимовыгодный» сотворческий процесс, активными участниками которого в равной мере выступают создатели и потребители контента.

Задача настоящего исследования заключается в том, чтобы на основе анализа результатов конвергентных процессов в СМИ Липецкой области (Издательский дом «Липецкая газета») определить перспективы укрепления медиаобразовательного потенциала региональной журналистики.

3. Результаты и обсуждение = Results and Discussion

3.1. Печатные издания Липецкой области: интеграция в сетевое пространство и стратегии развития

Время «полной» конвергенции, когда в общем пространстве одного медиаобъединения взаимодействуют все традиционные СМИ, а редакция, принимая вызовы новых медиа, умело учитывая их возможности, создает общий качественный контент, распространяемый на разные платформы, в Липецкой области, пожалуй, еще не наступило. Мультимедийная журна-



листика, отвечающая современному технологическому уровню конвергенции, в регионе находится на стадии становления, новые способы подачи информации внедряются осторожно, реакция общественности на них тоже неоднозначна. Со стороны редакций пока нет четкого понимания специфики мультимедийного контента, которая состоит в «модульности, интерактивности, гипертекстуальности, неиерархичности и комбинации нескольких знаковых систем для создания комплексного воздействия на пользователя» [Лукина, 2010, с. 11]. Однако вряд ли приходится сомневаться в том, что развитие регионального медиапространства возможно без дальнейшей интеграции сетевых технологий в деятельность СМИ, без освоения ими всего набора сервисов, необходимых для производства востребованной потребителем максимально визуализированной качественной информации. Неслучайно зарубежные исследователи еще на рубеже XX—XXI веков пророчили мультимедийности большое будущее и рассматривали ее как «сочетание аудио, фото, текстовых материалов, интерактивности» [Qvinn et al., 2005, p. 147], «слияние, конвергенцию нескольких традиционных видов медиа», а следовательно, как «исторический шаг в развитии журналистики» [Dahlgren et al., 1996, p. 64].

Издательский дом «Липецкая газета» — единственное в регионе крупное медиаобъединение, состоящее из самостоятельных редакций следующих печатных изданий: «Липецкая газета», «Лица Липецкой области», «Липецкая спортивная газета» (до 01.07.2023), «Золотой ключик», «Петровский мост». Кроме того, медиаобъединение включает в себя сетевые СМИ: молодежный онлайн-журнал «ЁЖ», информационно-справочный портал Lipetskmedia.

Эта творческая коллаборация сформировалась под эгидой старейшего общественно-политического издания области — «Липецкая газета» (образована в 1918 году; в настоящее время главный редактор — Михаил Абрамов). Как и прежде, издание сохраняет центральное место в городе и регионе по опыту организации творческой деятельности коллектива и высокому профессиональному уровню сотрудников. Периодичность выхода составляет 3 раза в неделю: по вторникам и пятницам — на 6 полосах формата А2, по средам — на 32 полосах формата А3. Тираж издания 23—25 тысяч экземпляров.

Газета существует в бумажной и электронной версиях и распространяется на территории Липецкой области по подписке (в отделениях связи «Почта России»), в розницу (в киосках «Роспечать»), а также по электронной подписке — в личном кабинете читателя на сайте ИД «Липецкая газета». То же самое можно сказать и о других печатных СМИ Издательского дома, которые имеют однотипные сайты, развивающиеся в общем направлении, а



потому уровень их технологической конвергенции можно с большой степенью уверенности рассматривать на примере центрального издания.

Интернет-версия «Липецкой газеты», функционирующая с 2004 года, первоначально была полным электронным аналогом печатного номера. Сегодня она интегрирована с общим порталом ИД и представляет собой широкую медиaplощадку, на которой происходит постоянное обновление материалов по 17 рубрикам: «Общество», «Власть», «Экономика», «Сельское хозяйство», «Спорт», «Культура» и др. К числу нетривиальных разделов историко-культурного характера, имеющих просветительскую направленность, можно отнести рубрики: «65 лет Липецкой области», «ЛГ — 100 лет», «Фотогалерея».

Контент самого издания «Липецкая газета» содержательно связан с новостями регионального (реже — федерального) уровня. Внутри каждого материала есть блок обратной связи пользователей через социальные сети, однако возможность комментирования отсутствует, как нет и счетчика просмотров. Из числа гипертекстовых инструментов на сайте издания имеется поисковая строка для быстрого нахождения материалов, но без сортировки и выбора даты публикации. Мультимедийные элементы в целом представлены незначительно. В какой-то мере этот пробел компенсируется за счет вовлеченности издания в социальные сети ВКонтакте, Одноклассники, мессенджер Telegram, где размещается контент печатного номера, дополнительные фотоматериалы, а также новостные статьи, нередко дублированные из других СМИ, входящих в состав Издательского дома.

Начиная с 2020 года индекс цитирования официального сайта издания существенно снизился: от 12,07 до 0,73 (I квартал 2023 года) [Медиалогия], что вполне закономерно в контексте его слабой мультимедийности. С другой стороны, это может быть следствием целенаправленной редакционной политики «Липецкой газеты», нацеленной на приоритет традиционного, десятилетиями определявшегося и потому привычного для читателей печатного формата. Подобная тактика вполне оправдана стремлением к сохранению качества публикаций и в определенном смысле соотносится с замечанием Е. А. Барановой о том, что «появление и развитие новых форм предоставления контента приводит к тенденции, связанной с поверхностной подачей контента, сокращением возможности творческой реализации авторов, снижением уровня аналитического углубления, общим падением качества журналистских материалов, все большим превалированием развлекательной составляющей контента, игрофикацией новостей, погоней за “лайками” и большим количеством просмотров материалов пользователями» [Баранова, 2018, с. 12].

Аналогичная ситуация — нацеленность на традиционный печатный формат — складывается и в других региональных газетах, притом что все



они формально адаптированы в цифровом пространстве. На официальном сайте правительства Липецкой области отмечается: «Все редакции районных (городских) печатных изданий имеют собственные сайты и ведут активную работу по наполнению их актуальным контентом. В 2022 году единая цифровая платформа сайтов районных газет была переведена на российский сервер. Сайты отвечают всем современным требованиям: эргономика, дизайн, структурность, адаптивность для мобильных устройств. Редакции на регулярной основе занимаются продвижением контента в популярных социальных сетях: “ВКонтакте”, “Одноклассники”, а также в мессенджере Telegram. В социальных сетях на группы районных и городской газет подписаны 204 700 человек» [Правительство...]. Для понимания степени охвата отметим, что численность населения Липецкой области на 2023 год составляет 1 139 371 человек [Федеральная...].

Однако вопросы к сайтам и пабликам отдельных изданий региона возникают не по факту их наличия или отсутствия, а на уровне способов представления материалов (технологической составляющей конвергенции).

Признавая «возросшее влияние аудитории на создание контента» и то, что «аудитория перестает быть пассивным и молчаливым сообществом», а «пользователи, имея огромный выбор источников медиаконтента, принимают на себя одну из важнейших функций журналиста — формирование информационной повестки дня» [Вартанова, 2011, с. 31], отметим наличие значительного люфта в системе сетевого взаимодействия печатных СМИ Липецкой области с аудиторией. К примеру, свое представительство в популярном ныне мессенджере Telegram имеет только 50 % городских изданий; на YouTube — и вовсе одно («Красное знамя», г. Елец). Не все городские газеты сумели тактически верно использовать ситуацию, связанную с ограничением на территории России деятельности ряда социальных сетей и активизации оставшихся, в частности «ВКонтакте», дневная аудитория пользователей которой (по данным пресс-службы канала) только за первый квартал 2023 года выросла на 4 млн человек. Более того, в сравнении с прошлым годом число подписчиков «Липецкой газеты» в сети «ВКонтакте» снизилось с 10623 до 3652; газеты «Новая жизнь» (г. Усмань) с 12177 до 703.

Причин тому много: финансовая нестабильность городских и районных изданий, отсутствие специалистов, способных создавать мультимедийный контент, недостаточная адаптированность редакционных коллективов к условиям конвергентности и отмеченное ранее стремление сохранить приоритет печатной версии с ориентацией на консерватизм читательской аудитории малого города и района. Однако приведенные в официальном отчете администрации данные по численности пользователей



Липецкой области свидетельствуют о наличии потребности со стороны читателей в электронном формате получения информации. Ежедневно сайты местных восьми городских газет в целом просматривают 33 635 человека. В соотношении с количеством пользователей (14 335) это означает, что каждый из них обращается к интернет-версиям печатных изданий как минимум дважды в день. Следовательно, печатные издания региона вынуждены будут продолжать работу в сети и развивать свойственную ей интерактивную связь с аудиторией.

Журнальная периодика ИД «Липецкая газета» представлена интересным с точки зрения конвергентных процессов молодым (выходит с 2020 года) журналом «Лица Липецкой области». Печатается на 64 полосах формата А4, тираж достигает 4 тысяч экземпляров. Распространяется бесплатно на всей территории региона. Контент издания составляют материалы, основанные на интервью с известными людьми, которые вносят значительный вклад в развитие общественно-экономических и культурных сфер Липецкой земли. Журнал снабжен небольшим, но устойчивым и пополняющимся рубрикаторм. Статьи-персоналии из номера в номер разбавляются материалами самой разнообразной жанрово-тематической направленности: это могут быть исторические очерки (рубрика «Есть такое место»), обзоры книг липецких авторов («Книжный клуб»), интерактивные познавательные игры, тесты и викторины (рубрика «Игра»), экспертные статьи (рубрики «Давайте разберемся», «Вопросы специалисту»). Каждый материал, как правило, дополняется авторскими иллюстрациями, статической графикой, историческими справками, контекстными врезками, нестандартными дизайнерскими решениями. Помимо этого, журнал активно интегрирует различные интерактивные и мультимедийные элементы. К примеру, исторический тест по Липецкой области дублируется на веб-странице издания, а доступ к ней по ссылке в QR-коде предоставляет читателю прямую возможность выбирать ответы и получать соответствующие комментарии от авторов.

Редакция журнала «Лица Липецкой области», понимая, что современная обложка номера не просто фото, сопровождаемое спичем, реализует креативную технологию «цифровой обложки», где главное изображение сопряжено с QR-кодом. Его сканирование «запускает» видеозапись, возникает эффект «ожившей фотографии», герои начинают говорить, двигаться, вызывая у читателя чувство сопричастности происходящему.

Журнал развивает свое присутствие в социальных медиа. Созданный в текущем году канал издания в Telegram за несколько дней набрал около сотни подписчиков. Такая вовлеченность пользователей оказала благоприятное воздействие на размещаемый контент. В отличие от других



региональных СМИ дублирование материалов печатной версии журнала составляет только половину от общей наполняемости канала. Издание разбавляет однотипный контент бэкстейджами фотосъемок, освещает свое присутствие на мероприятиях регионального и федерального уровней, представляет развлекательно-познавательную информацию, стремясь при этом к максимально креативным подходам. К примеру, рубрика «Слово недели» знакомит читателей с людьми и их профессиональными интересами, липецкой культурой, разнообразными аспектами жизни общества посредством терминов и их описания. Каждое слово выбирается не случайно: оно связано непосредственно с героем какой-то публикации в журнале. В конце текста предоставляется ссылка на конкретный материал. Таким образом, развлекательная рубрика в Telegram способствует популяризации традиционных печатных жанров, а также увеличению конверсии и количества переходов на сайт ИД «Липецкая газета».

Справедливо замечено, что процесс конвергенции нередко вызывает не только модернизацию печатных изданий, но и их полную замену электронной версией или новым интернет-проектом [Замалаева, 2020, с. 117—118]. Так, Издательский дом заявил о прекращении деятельности «Липецкой спортивной газеты» (с 01.07.2023), которая была единственным профильным изданием подобного рода. О продолжении его в новом формате информации нет. Ранее экономически малоэффективным стало существование в традиционной версии областной газеты «Молодежный вестник». На сайте ИД «Липецкая газета» анонсировалось: «С 2020 года меняется форма выпуска областной газеты “Молодёжный вестник”. Издание будет выходить в электронном виде как онлайн-журнал “ЁЖ”» [Издательский...]. Подтверждалась преемственность и пролонгированность молодежного издания, но с изменением названия и формата. Мультимедийность и интерактивность стали его явными преимуществами в сравнении с прошлой печатной версией. Однако на первых порах существенно пострадало качество публикуемых материалов. Только переход издания под патронаж опытной редакции детской газеты «Золотой ключик» позволил решить проблему. Теперь онлайн-журнал с контентом должного уровня распространяется в социальной сети ВКонтакте, на видеохостинге YouTube. Однако возможные в соцсетях современные визуальные формы демонстрации материала: фотокарусели, коллажи, видео и др. — пока отсутствуют на сайте издания. Таким образом, можно сказать, что рестайлинг единственного в регионе молодежного издания еще не завершен.

Оценивая степень технологической конвергенции печатных изданий, входящих в ИД «Липецкая газета», отметим, что ими пока не в полной мере освоены мультимедийные возможности интернет-платформ. Использо-



ние электронными версиями печатных изданий мультимедийного потенциала (разнообразной инфографики, слайд-шоу, анимаций, тайм-линий, аудиоиллюстраций и т. п.), а также интеграция с другими типами СМИ практически не представлены. Процесс конвергенции технологического характера в липецкой периодике протекает малоактивно. К настоящему времени не произошла необходимая трансформация деятельности отдельных профессионально-творческих коллективов в направлении широкого применения социальных медиа, работы на цифровых платформах, с различными типами контента, производством медиатекста, объединяющего вербальные и мультимедийные элементы. Несмотря на наличие у всех изданий собственных сайтов, страниц в социальных сетях и мессенджерах, публикуемый в них контент мало адаптируется под условия платформ, а следовательно, понимание целевой выгоды новых форматов не стало катализатором преобразований.

Стратегические векторы развития периодики ИД «Липецкая газета» можно связать со следующими конвергентными процессами:

— дальнейшей цифровой трансформацией деятельности редакций: созданием привлекательных и функциональных веб-сайтов и мобильных приложений, оптимизацией контента для онлайн-чтения;

— кроссплатформенностью предоставления контента: помимо сайтов, соцсетей, мессенджеров, использование возможности мобильных устройств, гаджетов, системы «умный дом», транспортного TV;

— партнерским сотрудничеством с технологическими компаниями и стартапами для привлечения совместных ресурсов, инновационного опыта по успешной адаптации к новым условиям.

Эти направления деятельности вполне соотносятся с традиционными деонтологическими принципами отечественной журналистики, ориентированными на гарантию качества информации и доверие аудитории, а также с изменениями в рыночной экономике, вызвавшими к жизни новые бизнес-модели и поиск путей монетизации медиапродукта.

3.2. Технологическая конвергенция региональных изданий и медиаобразовательные практики

А. В. Шариков в свое время обратил внимание на необходимость активного участия в медиаобразовательном процессе профессиональных журналистов — людей, которые лучше других понимают запросы аудитории и могли бы передавать ей свои знания [Шариков, 1990]. Позже получила теоретическое обоснование «журналистская» модель медиаобразования, названная «интерактивной» [Жилавская, 2008]. В результате ее реализации должно произойти, как предполагалось, «стирание границ между редакцией и окружающей медиасредой» [Там же], однако проведенный



в 2015 году мониторинг деятельности 150 редакций газет, теле-, радиокомпаний, сетевых изданий Москвы, Подмосковья и некоторых регионов России показал, что ничего подобного на практике в этот период не случилось. Только порядка 15 % редакций в своей работе осознанно используют медиатехнологии [Жилавская, 2016б, с. 39]. Годом ранее отмечалось: «... российские журналисты, представители медиасообщества слабо заинтересованы в процессе медиаобразования населения. Далеко не все проявляют гражданскую активность в этом вопросе... Только сейчас приходит понимание того, что без медиаграмотной аудитории у массмедиа нет будущего. Медиакомпании заходят в тупик: нетребовательная аудитория приводит к некачественному контенту. Низкий уровень контента порождает сокращение аудитории» [Медиаобразование в Москве..., 2014, с. 42].

Анализ медиаситуации в Липецкой области на уровне технологической конвергенции в газетной периодике (ИД «Липецкая газета») позволяет утверждать, что средства массовой информации области пока не стали центрами медийной активности населения. Однако следует признать, что традиционной печатью региона накоплен огромный опыт широкого взаимодействия с аудиторией, который может квалифицироваться как медиаобразовательный. К примеру, функционировавшая при редакции Добровской районной газеты «Знамя Октября» школа юных корреспондентов «Журка», воспитанники которой готовили самостоятельную страницу под названием «Отечество»; издательский проект «Зов малой родины» газеты «Новая жизнь» (г. Усмань) совместно с действующим при редакции литературным объединением «Родники» и многое другое. В наши дни такой опыт требует обобщения и распространения, причем и в современном цифровом формате, в русле конвергентности.

Успешные шаги в этом направлении уже предприняты. В 2012 году Издательским домом «Липецкая газета» был создан информационно-справочный портал «ЛипецкМедиа», который в настоящее время представляет собой самую крупную в регионе сетевую журналистскую платформу. Он объединяет пять каналов вещания: информационно-справочный портал с официальным адресом в сети: www.Lipetskmedia.ru, мобильное приложение («ЛипецкМедиа»), паблик в социальной сети «ВКонтакте» и 2 телеграм-канала в одноименной социальной сети («ЛипецкМедиа», «ЛипецкМедиа Онлайн»); имеет свое представительство на Яндекс.Дзен, Tik Tok и You Tube, в «Одноклассниках» и «ВКонтакте». Распределение по числу подписчиков следующее: «ВКонтакте» — 60,9 тыс., «Одноклассники» — 7,1 тыс., Telegram — 11,1 тыс., You Tube — 6,88 тыс., Tik Tok — 4 тыс., Яндекс.Дзен — 4,4 тыс. Такого широкого представительства в социальных сетях, мессенджерах и видеохостингах нет ни у одного печатного СМИ региона.



«ЛипецкМедиа» как медиаобразовательный ресурс прошел в своем развитии ряд стадий, соответствующих общим конвергентным процессам. В начале своего существования портал не имел большого количества каналов вещания, по этой причине приток трафика был незначителен. Портал функционировал предельно просто; информация не адаптировалась под мобильные платформы. Ознакомиться со свежими материалами могли только те читатели, которые просматривали новостную ленту на сайте. У аудитории не было возможности постоянно (в любом месте и в любое время) находиться в русле информационных потоков, оперативно реагировать на происходящие события. Медиаобразовательный потенциал редакции был невысоким.

В настоящее время каналы вещания «ЛипецкМедиа» дают возможность пользователям выбирать удобный формат получения свежей информации. На портале, в мобильном приложении и в «ВКонтакте» она подаётся подробно и имеет мультимедийную составляющую, а в Telegram публикации чаще всего представляются с акцентом на конкретику фактов. Плюсы телеграм-чатов состоят в том, что информация поступает не только непосредственно в чат, но и на телефон читателя в виде push-уведомлений. Поэтому нет необходимости постоянно заходить в приложение и искать нужный чат, при этом пользователь имеет возможность в любое время отключить уведомления.

Аудитория «ЛипецкМедиа» оперативно получает актуальную информацию удобным для неё способом, что существенно повышает медиаобразовательный потенциал ресурса. Проводимая им медиаобразовательная деятельность строится на основе принципов партиципаторной культуры, когда преодолевается традиционное разделение на пассивных потребителей информационных продуктов и их производителей. Система интерактивной коммуникации, практикуемая информационно-справочным порталом «ЛипецкМедиа», уверенно развивается по пути сотворчества журналистов и аудитории, что представляется наиболее перспективным вектором повышения массовой медиакультуры.

Ресурс «ЛипецкМедиа» ежедневно просматривают 20 тыс. пользователей, а в месяц — до 1 млн. Сам факт столь широкого охвата аудитории одним интернет-ресурсом подтверждает экспертную оценку современной медиаситуации, данную Е. Л. Вартановой. Исследователь справедливо утверждает: «Процессы глобализации информационных потоков и медиасистем уводят потребителей информации от традиционных парадигм выбора — местная газета + национальный телеканал — в сторону более сложного медиаменю, в котором и личные, и профессиональные интересы аудитории могут в большей степени удовлетворяться глобальной Сетью»



[Вартанова, 2010, с. 7]. Можно сказать, что информационно-справочный портал «ЛипецкМедиа» выступает «представителем» глобальной Сети на локальном уровне и за счет мультимедийной подачи информационных продуктов во многом упрощает процедуру удовлетворения новостных потребностей региональной аудитории.

Технологические возможности портала и его интернет-страниц в мессенджерах и социальных сетях позволяют наладить различные каналы интерактивной коммуникации между редакцией и читателями. Под каждой публикацией можно оставить комментарий, поделиться реакциями, эмоциями от прочитанного, просмотренного, оценить материал с помощью лайка (портал, аккаунт в «ВКонтакте»), телеграм-чаты).

Читатель / зритель имеет возможность написать личное сообщение, в котором, к примеру, предложить инфоповод, собственный контент или сообщить о проблеме («ВКонтакте»). Заметим, что такого рода взаимоотношения строятся на основе Пользовательского соглашения, размещенного на главной странице портала. Наличие обратной онлайн-связи позволяет аудитории влиять на состояние наполнения информационного ресурса, быть активным участником медиапроцесса.

На протяжении нескольких лет «ЛипецкМедиа» реализует образовательные, культурно-просветительские проекты, направленные на формирование и укрепление патриотизма читателей. Так, проект «Памятные даты» воплощается в формате 30-секундного видео, позволяющего зрителям получать емкую, динамично представленную информацию об историческом событии и его социально-политическом значении.

Портал презентует и общие с ИД «Липецкая газета» проекты. В актуальном формате Stories, например, представлены портретные очерки рубрики «Герои прошлого — наставники настоящего». Каждый материал знакомит с яркими личностями, нашими современниками, земляками, которыми гордится Липецкая земля. В текущем году Издательский дом выпустил сборник произведений авторов-победителей и финалистов литературного конкурса «Истории для Алисы», который был проведен для того, чтобы помочь маленькой девочке — жительнице города Липецка, а на ее примере и другим детям справиться с тяжелой болезнью. А. Богданов (директор ИД «Липецкая газета») в обращении к юным читателям приглашал их к сотворчеству: раскрашиванию картинок по контурным рисункам, представленным в необычной книге.

Показательно, что подобный социально значимый проект, адресованный подрастающему поколению региона, не единственный в своем роде. Детская газета «Золотой ключик» постоянно поддерживает «обратную связь» с читателями, привлекая их к созданию совместных и самостоятель-



ных художественно-публицистических материалов. С 2022 года при редакции существует очно-заочная «Школа журналиат», занятия в которой еженедельно проводят опытные члены творческого коллектива, помогая детям (ученикам 4 и 5 классов) готовить «газету в газете» «Жмурка» («Журналистика: маленькие уроки»). Вряд ли каждый из нынешних обучающихся выберет журналистику своей будущей профессией, но очевидно, что он получит опыт коммуникационного взаимодействия в профессиональной среде, получит навыки медийной грамотности.

В наши дни много говорят о геймификации информации, но игра может быть сопряжена не только с развлечением, но и с образованием, интеллектуальной пользой. Издательским домом «Липецкая газета» игровой формат использован для разработки уникального проекта — настольной игры «Мы из Ельца». Фраза, начертанная в День Победы на рейхстаге, ставшая названием игры, связывает ее содержание прежде всего с историей древнего города (год основания 1146). Ответы на вопросы карточек также требуют знания его культуры, героев, бытующих легенд и преданий. Инструкция игры оснащена двумя QR-кодами, один из которых предлагает PDF-версию ответов, а второй — переход на группу ВКонтакте.

Такого рода проекты, инициированные и реализованные региональными СМИ, являются актуальными способами медиаобразовательной деятельности, направленной на развитие социальной активности «на местах» и медиакультуры граждан. Очевидно, что их продвижение на разных платформах, в разных форматах (традиционном и цифровом) повышает степень образовательных возможностей СМИ и уровень доверия к ним всех слоев населения.

4. Заключение = Conclusions

Региональная журналистика Липецкой области, представленная Издательским домом «Липецкая газета», обладает существенными профессионально-творческими возможностями редакционных коллективов для осуществления плодотворной массовой медиаобразовательной деятельности. Отдельными печатными и сетевыми СМИ, входящими в состав ИД («Липецкая газета», «Золотой ключик», «Лица Липецкой области», Lipetskmedia), накоплен значительный опыт осуществления культурно-просветительских, гуманитарных, патриотических и других медиаобразовательных проектов, имеющих широкую социальную направленность, требующих развития и трансляции на уровне других регионов России. Руководством ИД предпринимаются важные, хотя и непопулярные шаги по сохранению печатных версий («Липецкая газета»), привычных для



читателей небольших российских городов. Конвергентные процессы, свойственные мировым и отечественным СМИ, побуждают редакции традиционных изданий осваивать интернет-пространство, однако мультимедийные технологии представления контента пока в малой степени обнаруживают себя на официальных сайтах липецких изданий. Этот пробел, снижающий привлекательность источника информации для современного потребителя, должен быть устранен, а инновационные форматы журналистского творчества, используемые информационно-справочным порталом Lipetskmedia, журналом «Лица Липецкой области», следует освоить всем изданиям медиаобъединения в полном объеме, прежде всего, для укрепления взаимовыгодных отношений с аудиторией, повышения ее медиаграмотности. Анализ результатов медиаобразовательной деятельности ИД «Липецкая газета» позволяет сделать вывод о перспективности интеграции классических форм связи с читателями, основанных на локальных культурно-исторических традициях, с актуальными способами интерактивного взаимодействия, базирующимися на достижениях конвергенции, мультимедийных ресурсах цифрового пространства. Такое сочетание, на наш взгляд, представляет собой продуктивный путь укрепления медиаобразовательного потенциала региональных СМИ.

Заявленный вклад авторов: все авторы сделали эквивалентный вклад в подготовку публикации.
Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

Contribution of the authors: the authors contributed equally to this article.

The authors declare no conflicts of interests.

Источники и принятые сокращения

1. *Издательский дом (ИД) «Липецкая газета»* : официальный сайт [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://lg.lpgzt.ru> (дата обращения 20.06.2023).
2. *Медialogия*. Рейтинги и исследования [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <https://www.mlg.ru/ratings/> (дата обращения 20.06.2023).
3. *Правительство Липецкой области* : официальный сайт [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <https://www.липецкаяобласть.рф> (дата обращения 20.06.2023).
4. *Федеральная служба государственной статистики* : официальный сайт [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <https://www.48.rosstat.gov.ru> (дата обращения 20.06.2023).

Литература

1. *Баранова Е. А.* Медиаконвергенция как системообразующий фактор трансформации института СМИ : автореферат диссертации ... доктора филологических наук : 10.01.10 / Е. А. Баранова. — Москва, 2018. — 30 с.
2. *Вартанова Е. Л.* К чему ведет конвергенция? / Е. Л. Вартанова // Информационное общество. — 1999. — № 5. — С. 11—14.



3. *Вартанова Е. Л.* Медиаобразование как приоритет общественного развития / Е. Л. Вартанова // Медиаобразование в школе : сборник программ преподавания дисциплин. — Москва : МедиаМир, 2010. — С. 5—16. — ISBN 978-5-91832-025-9.
4. *Вартанова Е. Л.* Человек и цифровая революция в СМИ : выводы и проблемы / Е. Л. Вартанова // Человек как субъект и объект медиапсихологии. — Москва : МГУ им. М. В. Ломоносова / Институт человека ; Издательство Московского университета, 2011. — С. 11—38. — ISBN 978-5-211-06224-5.
5. *Жилавская И. В.* “Качество журналистики как медиаобразовательная проблема” / И. В. Жилавская // Вестник Волжского университета им. В. Н. Татищева. — 2016а. — Т. 1. — № 3. — С. 120—125.
6. *Жилавская И. В.* Медиаобразовательный потенциал СМИ / И. В. Жилавская // Материалы секции «Медиаобразование» XXV Всероссийской научно-практической конференции исследователей и преподавателей журналистики, рекламы и связей с общественностью «Проблемы массовой коммуникации». Воронеж. 13—14 мая 2016 г. / Под ред. В. В. Тулупова. — Воронеж : Кварта, 2016б. — Выпуск 1. — С. 34—42.
7. *Жилавская И. В.* Оптимизация взаимодействия СМИ и молодежной аудитории на основе медиаобразовательных стратегий и технологий : автореферат диссертации ... кандидата филологических наук : 10.01.10 / И. В. Жилавская. — Москва, 2008. — 23 с.
8. *Замалаева А. А.* Тенденции развития региональной периодической печати в условиях конвергенции / А. А. Замалаева // Инновационная наука. — 2020. — № 5. — С. 117—118.
9. *Коноплев Д. Э.* Современные медиасистемы : кризис традиционных СМИ / Д. Э. Коноплев // Знак : проблемное поле медиаобразования. — 2020. — № 1 (35). — С. 158—161.
10. *Корконосенко С. Г.* Преподаем журналистику : Профессиональное и массовое медиаобразование / С. Г. Корконосенко. — Санкт-Петербург : Михайлов В. А., 2004. — 238 с. — ISBN 5-8016-0219-4.
11. *Короченский А. П.* Медиакритика и медиаобразование / А. П. Короченский // Высшее образование в России. — 2004. — № 8. — С. 41—46.
12. *Короченский А. П.* Медиакритика в системе медиаобразования / А. П. Короченский // Медиаобразование и медиакомпетентность : слово экспертам / Под ред. А. В. Федорова. — Таганрог : Издательство Таганрогского гос. пед. института, 2009. — С. 65.
13. *Лукина М. М.* Интернет-СМИ : Теория и практика : учебное пособие / М. М. Лукина. — Москва : Аспект Пресс, 2010. — 348 с.
14. *Медиаобразование в Москве, России и мире : Сборник исследований / под ред. В. В. Барбаша, Н. В. Поплавской.* — Москва : МедиаПресс, 2014. — 144 с.
15. *Уразова С. Л.* Конвергенция как фактор жизнеспособности массмедиа в цифровой среде. Теоретический аспект / С. Л. Уразова // Вестник Нижегородского университета им. Н. И. Лобачевского. — 2011. — № 5 (1). — С. 287—293.
16. *Федоров А. В.* Модель развития медиакомпетентности и критического мышления студентов педагогического вуза на занятиях медиаобразовательного цикла / А. В. Федоров // Инновации в образовании. — 2007. — № 7. — С. 107—116.
17. *Хелемендик В. С.* Конвергенция как современная форма взаимодействия СМИ / В. С. Хелемендик // Проблемы современного образования. — 2013. — № 3. — С. 106—123.
18. *Шариков А. В.* Медиаобразование : мировой и отечественный опыт / А. В. Шариков. — Москва : Издательство Академии педагогических наук СССР, 1990. — 66 с.



19. Яшина А. А. Анализ медиаобразовательного потенциала СМИ (на примере сайта «Дилетант») / А. А. Яшина // Знак : проблемное пространство медиаобразования. — 2017. — № 4. — С. 286—291.

20. Dahlgren P. Media logis in cyberspace : Repositioning journalism and its publics / P. Dahlgren // Javnost — The Publik. Journal of the European Institute for Communication and Culture. — 1996. — № 3 (3). — Pp. 59—72.

21. Marinho S. P. Ghallenges and new ways of teaching journalism in times of media convergence / S. P. Marinho, L. Tarcia // Brazilian journalism research. — 2008. — Vol. 4. — № 2. — Pp. 31—32.

22. Qvinn S. Convergent Journalism an introduction / S. Qvinn, V. F. Filak. — Amsterdam : Focal Press, 2005. — 147 p.

Статья поступила в редакцию 27.07.2023,
одобрена после рецензирования 01.09.2023,
подготовлена к публикации 26.09.2023.

Material resources

Federal State Statistics Service: official website. Available at: <https://www.48.rosstat.gov.ru> (accessed 20.06.2023). (In Russ.).

Government of the Lipetsk region: official website. Available at: <https://www.lipetskregion.rf> (accessed 20.06.2023). (In Russ.).

Medialogy. Ratings and research. Available at: <https://www.mlg.ru/ratings/> (accessed 20.06.2023). (In Russ.).

Publishing House (ID) "Lipetsk newspaper": official website. Available at: <https://lg.lpgzt.ru> (accessed 20.06.2023). (In Russ.).

References

Baranova, E. A. (2018). *Media convergence as a system-forming factor of transformation of the Institute of Mass media.* Author's abstract of Doct. Diss. Moscow. 30 p. (In Russ.).

Dahlgren, P. (1996). Media logis in cyberspace: Repositioning journalism and its publics. *Javnost — The Publik. Journal of the Eeuropean Institute for Communication and Culture*, 3 (3): 59—72.

Fedorov, A. V. (2007). Model of development of media competence and critical thinking of pedagogical university students in the classroom of the media education cycle. *Innovations in education*, 7: 107—116. (In Russ.).

Helemendik, V. S. (2013). Convergence as a modern form of media interaction. *Problems of modern education*, 3: 106—123. (In Russ.).

Konoplev, D. E. (2020). Modern media systems: the crisis of traditional media. *Sign: problematic field of media education*, 1 (35): 158—161. (In Russ.).

Korkonosenko, S. G. (2004). *Teaching journalism: Professional and mass media education.* St. Petersburg: Mikhailov V. A. 238 p. ISBN 5-8016-0219-4. (In Russ.).

Korochensky, A. P. (2004). Media criticism and media education. *Higher education in Russia*, 8: 41—46. (In Russ.).

Korochensky, A. P. (2009). Media criticism in the system of media education. In: *Media education and media competence: word to experts.* Taganrog: Publishing House of Taganrog State Pedagogical University. Institute. P. 65. (In Russ.).



- Lukina, M. M. (2010). *Internet media: Theory and practice: textbook*. Moscow: Aspect Press. 348 p. (In Russ.).
- Marinho, S. P., Tarcia, L. (2008). Challenges and new ways of teaching journalism in times of media convergence. *Brazilian journalism research*, 4 (2): 31—32.
- Media education in Moscow, Russia and the world: A collection of studies*. (2014). Moscow: MediaPress. 144 p. (In Russ.).
- Qvinn, S., Filak, V. F. (2005). *Convergent Journalism an introduction*. Amsterdam: Focal Press. 147 p.
- Sharikov, A. V. (1990). *Media education: world and domestic experience*. Moscow: Publishing House of the Academy of Pedagogical Sciences of the USSR. 66 p. (In Russ.).
- Urazova, S. L. (2011). Convergence as a factor of mass media viability in the digital environment. Theoretical aspect. *Bulletin of the Nizhny Novgorod University named after N. I. Lobachevsky*, 5 (1): 287—293. (In Russ.).
- Vartanova, E. L. (2011). Man and the digital revolution in the media: conclusions and problems. In: *Man as a subject and object of media psychology*. Moscow: Lomonosov Moscow State University / Human Institute; Moscow University Press. Pp. 11—38. ISBN 978-5-211-06224-5. (In Russ.).
- Vartanova, E. L. (2010). *Media education as a priority of social development. Media education at school: a collection of programs for teaching disciplines*. Moscow: MediaMir. P. 5—16. ISBN 978-5-91832-025-9. (In Russ.).
- Vartanova, E. L. (1999). What does convergence lead to? *Information Society*, 5: 11—14. (In Russ.).
- Yashina, A. A. (2017). Analysis of the media educational potential of the media (on the example of the site “Dilettante”). *Sign: problematic space of media education*, 4: 286—291. (In Russ.).
- Zamalaeva, A. A. (2020). Trends in the development of regional periodical printing in the conditions of convergence. *Innovative science*, 5: 117—118. (In Russ.).
- Zhilavskaya, I. V. (2016a). “The quality of journalism as a media educational problem”. *Bulletin of the V. N. Tatishchev Volga State University*, 1 (3): 120—125. (In Russ.).
- Zhilavskaya, I. V. (2016b). Media educational potential of mass media. In: *Materials of the Media Education section of the XXV All-Russian Scientific and Practical Conference of researchers and Teachers of Journalism, Advertising and Public Relations “Problems of mass Communication”*. Voronezh. May 13—14, 2016, 1. Voronezh: Kvart. 34—42. (In Russ.).
- Zhilavskaya, I. V. (2008). *Optimization of interaction of mass media and youth audience on the basis of media educational strategies and technologies*. Author’s abstract of PhD Diss. Moscow. 23 p. (In Russ.).

*The article was submitted 27.07.2023;
approved after reviewing 01.09.2023;
accepted for publication 26.09.2023.*