

УДК 316.77; 070

EDN [IVPLGZ](#)

DOI [10.17150/2308-6203.2022.11\(3\).564-585](#)

Научная статья



## **Сквозные цифровые технологии: диапазон возможностей современных массмедиа**

Олешко В.Ф.  , Олешко Е.В. 

Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина, г. Екатеринбург, Российская Федерация

Автор, ответственный за переписку: Олешко В.Ф., [vladimir.oleshko@urfu.ru](mailto:vladimir.oleshko@urfu.ru)

**Аннотация.** В статье рассмотрены тренды развития массмедиа в условиях повсеместной цифровизации контента, и в связи с этим изменений основных характеристик эффективности их деятельности. В частности, проанализировано использование сквозных технологий, радикально меняющих ситуацию на общероссийском медийном рынке и способствующих формированию новых его сегментов. Авторы статьи с опорой на объемную эмпирическую базу доказывают, что в условиях все более расширяющейся конкуренции с акторами социальных сетей представителям медийной отрасли именно при посредстве данных технологий удастся не только формировать информационные приоритеты, но и расширить диалоговые отношения с представителями различных групп аудитории, в том числе преодолевая цифровой поколенческий разрыв. Новейшая практика свидетельствует, что психологическое благополучие индивидов в информационную эпоху во многом определяется качеством получаемого и интериоризированного людьми медиаконтента. Обоснование ключевого вывода исследования о том, что одним из доминантных показателей эффективности деятельности современных медиа является их успешность/неуспешность в решении проблемы психологического благополучия аудитории, подкреплено таблицей, отражающей несколько уровней совершенствования форм и методов взаимодействия с ней. Рассматривая особенности практической реализации модельного подхода к системной информационной деятельности, авторы указали пути его внедрения за счет оптимизации/сочетания интегрированных цифровых коммуникативных технологий с общередакционной политикой, основанной в том числе и на регулярно обобщающихся запросах аудитории. Определено, что сквозные технологии при этом являются не просто основой для совершенствования креативных методов журналистской работы, но и своего рода «самонаводящейся» системой трансформационных изменений медийных практик. Таким образом, описанные теоретико-методологические аспекты ориентируют не только на системное исследование процесса трансформации журналистики как социального института, но и на анализ результативных действий его субъектов, которые, опираясь на достижения современной науки, способствуют динамичному развитию российского общества как информационного и по-настоящему инновационного.

**Ключевые слова.** Сквозные цифровые технологии, массмедиа, текст, аудитория, личность, диалог, психологическое благополучие.

**Информация о статье.** Дата поступления 30 июля 2022 г.; дата поступления после доработки 11 августа 2022 г.; дата принятия к печати 20 августа 2022 г.; дата онлайн-размещения 16 октября 2022 г.

---

Original article

## **End-to-End Digital Technologies: The Range of Possibilities of Modern Mass Media**

Vladimir F. Oleshko  , Evgeniy V. Oleshko 

Ural Federal University named after the First President of Russia B.N. Yeltsin, Yekaterinburg, Russian Federation

Corresponding author: Vladimir F. Oleshko, [vladimir.oleshko@urfu.ru](mailto:vladimir.oleshko@urfu.ru)

---

**Abstract.** The research examined the trends in the development of mass media in the context of widespread digitalization of content, and changes in the main characteristics of their effectiveness. In particular, we analyzed the use of end-to-end technologies that radically change the situation in the all-Russian media market and contribute to the formation of its new segments. The authors of the article found that in conditions of increasing competition among actors of social networks, it is by using these technologies media industry representatives not only set information priorities, but also develop dialogic relations with various audience groups, including different generations. The research showed that the psychological well-being of individuals in the information age is determined by the quality of the media content received and internalized by people. We found that one of the dominant indicators of the effectiveness of modern media is their success/failure in solving the problem of psychological well-being of the audience. Considering the features of the practical implementation of the model approach to system information activities, the ways of its implementation through optimization are indicated by the combination of integrated digital communication technologies with a general transaction policy based, among other things, on regularly generalized audience requests. It is determined that end-to-end technologies are not just the basis for enhancing creativity of journalistic work, but also a kind of "self-guided" system of transformational changes in media practices. Thus, the described theoretical and methodological aspects focus not only on the systematic study of the process of transformation of journalism as a social institution, but also on the analysis of the effective actions of its subjects, which, based on the achievements of modern science, contribute to the dynamic development of Russian society as an informational and truly innovative one.

**Keywords.** End-to-end digital technologies, mass media, text, audience, personality, dialogue, psychological well-being.

**Article info.** Received July 30, 2022; revised August 11, 2022; accepted August 20, 2022; available online October 16, 2022.

---

### **Введение**

Процессы цифровизации медийной деятельности описывались в теории в последние годы с учетом

обязательного рассмотрения возможностей журналистики как сферы конвергентной и мультимедийной, но при этом достаточно автономной.

Вместе с тем, развитие системы современных мультидисциплинарных знаний, передовых наукоемких технологий, субтехнологий и интеллектуальных ноу-хау, сформированных на основе результатов фундаментальных и прикладных исследований, предполагает анализ будущности массмедиа и журналистики как социального института в целом в контексте развития сквозных технологий. То есть ключевых научно-технических направлений, не только разрушающих границы использования лишь в отдельных отраслях (поэтому именуемых «сквозными»), но и радикально меняющих ситуацию на существующих рынках, в том числе медийном, или способствующих формированию новых их сегментов.

В Программе «Цифровая экономика Российской Федерации»<sup>1</sup> названы девять сквозных технологий. Большинство из них уже активно используются, правда, пока только отдельными массмедиа и нередко в экспериментальном порядке. Именно поэтому, видимо, в теоретических исследованиях большинства российских авторов данная тема пока не получила должного отражения. Мы попытаемся построить свои рассуждения с опорой на концептуальные разработки Е.Л. Вартаковой [1; 2] и кейсы Университета Иннополис [3]. Объектом нашего исследования мы определили процесс развития сквозных цифровых технологий; предметом — ближайшие перспективы повсеместного их использования массмедиа. Цель исследования

видится в том, чтобы обозначить вектор прикладных научно-практических исследований, способствующих внедрению данного рода технологий и методов в организацию повседневной творческой деятельности журналистов. Гипотеза исследования состоит в предположении, что таким образом в условиях все более расширяющейся конкуренции с непрофессионалами — блогерами, гражданскими журналистами, просто очевидцами тех или иных ярких событий — представителям медийной отрасли удастся не только формировать информационные приоритеты, решая тем самым задачи актуализации общественного мнения по сложной для осмысления проблематике, но и расширять диалоговые отношения с представителями различных групп аудитории. Новизна исследования заключена в предмете изучения, а также в методологии анализа соответствующей эмпирической базы. Полученные выводы могут способствовать выработке конкретных менеджерских решений, а также реализации массмедиа проектной деятельности, направленной в том числе и на преодоление цифрового поколенческого разрыва. Это, как свидетельствуют проведенные нами исследования [4], до сих пор характерно прежде всего для мультиэтнических регионов, причем не только России, но и зарубежья.

### **Теоретико-методологические подходы**

Десятые годы XXI в. стали для российского медиaprостранства периодом интенсивного развития. В этот период в наибольшей степени подвергаются пересмотру традиционные способы коммуникации, по-

<sup>1</sup> Программа «Цифровая экономика Российской Федерации»: Распоряжение Правительства Российской Федерации от 28 июля 2017 г. № 1632-р. URL: <http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/0001201708030016>.

стоянно модифицируются методики донесения информации до аудитории; и это во многом стало причиной того, что главные игроки данной индустрии практически во всех странах мира начали активно внедрять в свою работу инновационные технологии. При этом такие действия были направлены в первую очередь не на сохранение традиционных аудиторных групп, а на привлечение новых потребителей, прежде всего из числа молодежи, ставшей все чаще игнорировать традиционные СМИ. Предполагалось, что обновление форм будет способствовать росту показателей, увеличивающих цитируемость транслируемых текстов, и, тем самым, повышать авторитетность и рейтинги массмедиа, а также влиять на общие показатели получения доходов от рекламодателей, которые в качестве канала трансляции также предпочитали интернет.

Необходимость смены теоретико-методологических подходов к анализу данного рода трансформаций предопределила прежде всего прикладную ценность проводимых исследований: стремление массмедиа к мультимедийности и мультиплатформенности [5], изучение реальных потребностей аудитории [6], все большая нарративизация жанровой палитры текстов [7], формирование новой профессиональной журналистской культуры [8] и др.

Но в 2020-е годы на первый план выходит вопрос о разработке методов анализа процессов влияния всего многообразия инновационных технологий не только на естественные для сегодняшних реалий процессы все большей медиатизации аудитории, но и на социальное благополучие людей [9], а также отдель-

ного человека в условиях цифровой трансформации общества. Мы полагаем, что данное исследование, чтобы обеспечить его достоверность, объективность, высокую степень обоснованности, а в перспективе — и верификацию выдвигаемой гипотезы, целесообразно вести с опорой на комплекс исследовательских методов, которые используются в психологии медиакоммуникаций, а в первую очередь — на модельный подход. Моделирование как «действие — устремленное в будущее» [10] предполагает анализ не только оперативного реагирования на транслируемый массмедиа контент, но и учет долговременного влияния, в том числе и на поведение индивидов или даже на представителей конкретных социумов [11]. В широком смысле под моделированием понимается оценка множества компонентов и на базе этого — предвидение развития тех или иных видов деятельности; в узком — разработка более долговременного прогноза или конструирование путей достижения желаемых конечных результатов. В журналистике ранее процессы моделирования, как правило, ограничивались уровнями газетно-журнальных полос, номера или теле- радио- программы в целом, реже — отдельных информационных процессов [12]. В новейшее время моделирование как исследовательский подход опирается на методы, созданные и апробированные другими науками — прежде всего, социологией, психологией и лингвистикой. Поэтому в качестве методов при проведении данного исследования нами использовалось сочетание таких методов, как мониторинг, контент-анализ, анализ экс-

пертной информации, дискурс-анализ, экстраполяция, определение трендов построения медиасценариев и ряд других.

Эмпирическую базу исследования составили тексты современных российских массмедиа, опубликованные с применением новейших технологий с 2017 по 2022 г. Использование вышеназванных методов позволило сделать выводы по результатам рассмотрения 212 текстов массмедиа различных типологических групп.

Внедрение в повседневную медийную практику новых информационных технологий, как свидетельствуют представители ведущих отечественных и зарубежных научных школ [13–17], кардинально меняет и многие традиционные векторы исследований. А сквозные цифровые технологии, как мы доказываем в своем исследовании, открывают, помимо всего прочего, широкие перспективы определения факторов эффективности журналистской деятельности. В первую очередь — за счет выделения маркеров психологического благополучия представителей тех или иных групп аудитории, а также создания методики для диагностирования признаков различных форм неблагополучия и ранней коррекции отклоняющегося развития под воздействием медиаконтента определенного содержания. Речь не идет о расширении различных форм тотального цифрового «контроля за личностью под предлогом рационализации управления, экономической целесообразности, борьбы с терроризмом, преступностью и т.п., а также изменения самих людей, их ценностей и мировоззрения как

важнейшего условия осуществления более радикальных институциональных и иных неототалитарных преобразований, систематического массового манипулирования» [18, с. 7]. Медийный контроль с использованием новых технологий как естественное стремление к оценке результативности работы в настоящее время есть в арсенале политологов, маркетологов, рекламодателей. Даже интернет вещей в качестве канала коммуникации стал уже реальностью [19].

Исследователям и журналистам-практикам тоже необходимо в контексте использования массмедиа инновационных технологий переходить от традиционного констатирования фактов «включенности-невключенности» массовой аудитории в процесс потребления текстов на принципиально иной уровень оценки результативности данного рода деятельности. В первую очередь это должно касаться выявления механизмов персонализации траекторий взаимодействия на уровнях «журналист — читатель/зритель» с учетом конкретных показателей психологического и социально-экономического благополучия.

Отражение (мониторинг) в текстах массмедиа реального уровня качества жизни индивидов, помощь в преодолении периодов сложных, кризисных социально-экономических условий, комплексный анализ проблематики медицинского обслуживания, экологии, правоохраны и т.д. — все это, и многое другое, что называется по умолчанию, должно быть в центре внимания массмедиа. Но нельзя отрицать тот факт, что в условиях перманентных социально-технологических трансформаций

российского общества институт журналистики находится в кризисе<sup>2</sup>. И преодолеть его невозможно без разработки и сопровождения текстов современных массмедиа высокотехнологичной цифровой «начинкой». Как результат эффективной деятельности массмедиа в данном направлении можно назвать, к примеру, прогнозирование и моделирование различных форм диалоговых отношений с аудиторией на базе *big data* (больших данных) и искусственного интеллекта в целях выявления факторов, определяющих уровень благополучия человека, представителей конкретных аудиторных групп — молодежи, многодетных семей и семей с одним кормильцем, пенсионеров, инвалидов, безработных и др. — и их устойчивости к внешней и внутренней турбулентности, а по возможности и ее преодоления.

Определение трендов развития современных массмедиа, прямо или косвенно влияющих на подавляющее число социальных сфер, на наш взгляд — одна из важнейших задач теории и практики журналистики. Как свидетельствует анализ литературы, внедрение новых информационных технологий в повседневную практику рассматривается в подавляющем числе источников лишь на уровне описания их эволюции. В нашем случае к актуальным трендам развития можно отнести внедрение сквозных информационных технологий как способа преодоления разрыва теории с актуальной, востребованной сегодня массовой аудиторией практикой. А возможно, речь вообще может идти о жизне-

существовании социального института журналистики, в идеале же — о развитии на принципиально новом уровне.

Применительно к нашему исследованию это означает также, что используемый метод моделирования позволяет учитывать уровень технологического совершенствования российских массмедиа, характеристики и возможности конкретных сквозных цифровых технологий в текущий момент времени. Что позволяет на этой основе выдвигать предположения о текстах, маркирование которых свидетельствуют о психологическом благополучии/неблагополучии представителей тех или иных групп аудитории. Таким образом, описанные теоретико-методологические аспекты ориентируют не только на исследование предельно актуальных медийных практик, но и на анализ ряда явлений, процессов, которые с помощью средств современной науки позволят динамично развиваться российскому обществу как информационному и по-настоящему инновационному.

### **Сквозные цифровые технологии и перспективы их использования в медиадеятельности**

Объектом нашего исследования были определены сквозные технологии, являющиеся сегодня основным механизмом цифровой экономики. И поскольку это относительно новый, по меркам развития цивилизации, «вид» экономики, то дискуссии относительно того, как это взаимосвязано с духовно-нравственным развитием человечества имеют самую различную тематику, но практически ни один исследователь не отрицает медиа-

<sup>2</sup> Выстоит ли традиционная журналистика под напором интернета // Российская газета. 2021. 24 нояб.



составляющей цифровой экономики [20]. Достаточно сказать, что, к примеру, в цитируемой ранее нами программе «Цифровая экономика» ряд ключевых направлений развития цифровой экономики тесно корреспондируются с задачами и функциями массмедиа: например, «формирование информационного пространства с учетом потребностей граждан и общества в получении качественных и достоверных сведений».

К сквозным, как мы уже отмечали, относятся те цифровые технологии, которые одновременно охватывают несколько трендов или отраслей. Основными из тех, что входят в рамки настоящей Программы, являются: большие данные; нейротехнологии и искусственный интеллект; системы распределенного реестра; квантовые технологии; новые производственные технологии; промышленный интернет; компоненты робототехники и сенсорики; технологии беспроводной связи; технологии виртуальной и дополненной реальности. Безусловно, в деятельности массмедиа в настоящее время используются не все из них. Точнее сказать, в обиходе у медиаспециалистов есть элементы некоторых из них, но используются эти достижения НТР пока не в полном объеме в силу неразвитости соответствующих инфраструктур.

Вместе с тем, в основе многих инновационных решений по организации журналистской деятельности ведущих отечественных и зарубежных массмедиа находится именно использование сквозных цифровых технологий. В конечном итоге это способно во многом изменить не только сущность профессии журналиста, но и жизнь большинства лю-

дей, в той или иной мере связанных с медиа, интернетом — а таковых по состоянию на январь 2022 г. в России насчитывалось 129,8 млн<sup>3</sup>. У типичных потребителей контента разных возрастных групп, как мы выяснили в ходе опросов, проведенных в 2018–2021 гг. [21], есть, вместе с тем, общие запросы на то, чтобы медиа постоянно совершенствовались в части качества подаваемой информации, фактчекинга, разнообразия жанровой палитры, используемых форматов подачи текстов и т.д. В числе требований у наиболее подготовленной части аудитории (как правило молодежной) были указаны не только весьма абстрактные «использование современных технологий», «соотнесение с зарубежным опытом», но и конкретные указания на «VR и AR-технологии», «использование журналистами в работе возможностей нейросетей, искусственного интеллекта», «опора в выводах и аналитике на различные базы данных» и др.

Необходимо согласиться с респондентами и экспертами исследования, что в указанных случаях именно сквозные цифровые технологии способны выполнять несколько функций: генерации оригинального контента на основе больших данных, дополнительной проверки новостей для исключения фейковых сообщений, анализа качественного состава аудитории и учета ее запросов, поиска потенциальных рекламодателей, а за счет этого — развития процессов монетизации транслируемого конкретным массмедиа контента.

<sup>3</sup> Интернет в России в 2022 году: самые важные цифры и статистика. URL: <https://www.web-canape.ru/business/internet-v-rossii-v-2022-godu-samy-e-vazhnye-cifry-i-statistika/>.

Важно учитывать и тот факт, что в целом развитие технологий изменило структуру медиапотребления. В последнее время оно все больше смещается в сторону потребления контента при помощи социальных сетей, а тексты массмедиа, если они не сфокусированы на четко определенную аудиторную группу, уходят на второй план. За интерес человека одновременно с журналистами-профессионалами и блогерами отчаянно «сражаются» уведомления от мессенджеров, социальных сетей, почтовых клиентов и интернет-изданий, а в приоритете все чаще оказываются и тексты очевидцев событий.

Явным преимуществом социальных сетей перед массмедиа до последнего времени было то, что в них сохраняется уникальная возможность получать своевременный отклик от собственной аудитории медиа — это осуществляется посредством выставления реакций и комментирования материалов, тем самым обеспечивая тесную связь с потребителями контента. Такие существенные сдвиги в чтении и потреблении контента побудили медиаменеджеров сконцентрировать внимание не только на процессе создания текстов, но и на их сопровождении при трансляции в глобальной Сети при посредстве различных форматов контента.

Таким образом, тексты в современных массмедиа делятся на те, что предназначены для быстрого чтения (в перерывах на работе, в очереди в учреждения, в транспорте и т.п.), а также для длительного, к примеру, домашнего чтения. В первом случае активно используются возможности так называемых новостных медиароботов [22], а

во втором — авторы при создании материалов должны принимать во внимание скорость, ритм и степень, с которой потребитель контента производит погружение в тот или иной медиатекст. Следовательно, сегодня основные игроки медиаиндустрии переходят и к освоению при посредстве вышеназванных сквозных технологий и модели вовлеченного читателя.

Так, при анализе эффективности той или иной публикации используются различные программы и разработки, позволяющие измерить трафик и лояльность читателей к изданию; кроме того, анализируют хэштеги и комментарии к созданным публикациям, проводят сравнение результативности сразу нескольких медиаплощадок; осуществляется измерение параметров аудитории по числу уникальных посетителей и социально-демографическим показателям, а также по охвату публикаций с учетом диапазонов времени, проведенного за чтением, и включенности в процесс, именуемого социологами медиа как «дочитывание текста до конца». Таким образом проводится фиксация совокупности различных метрик, и, как итог, — редакции подбирают наиболее эффективную для выполнения своих задач медиаплатформу. Одновременно в конкретных медиапространствах проходит жесткая конкуренция между сервисами и мобильными приложениями, а медиаменеджмент постоянно работает над креативными технологиями вовлечения пользователей в процессы потребления контента. Именно таким образом сегодня находятся или системно формируются главные точки роста и развития конкретных медиа.



Еще одна потребность в использовании сквозных технологий сложилась в связи с ростом числа фейк-ньюс. Увеличение объема фейковых новостей способствует нарастанию напряженности в информационных войнах, вызывает негативные последствия у людей на уровне психологического неблагополучия, проявляющегося в постоянной тревожности, раздражительности или даже неуверенности в завтрашнем дне. Фейкньюс, к которым относят и пропагандистские интенции, и скрытую рекламу, и откровенно выдуманные истории, рассматривается сегодня как разновидность стратегической коммуникации [23]. Таким образом перед редакциями особенно остро стоит вопрос проверки данных, или так называемый фактчекинг информационных сообщений, что невозможно качественно осуществить без привлечения возможностей нейросетей. Следовательно, задачей является создание автоматизированных систем проверки качества новостей и мониторинга достоверности информации.

Областью применения сквозных цифровых технологий является также работа журналистов и авторов материалов с *big data*, куда в итоге входят графики, базы данных, статистические данные. Обращение к такого рода информации становится одним из источников для проведения как объемных расследований и аналитических программ, так и для создания сюжетов, направленных на освещение исторических событий, а также для создания новостных программ на телевидении. Журналисты, как правило, делят работу с такими данными на два этапа: сначала выделяют их из информационных потоков, сопоставляют, а затем

анализируют, включая контексты, объясняют данное явление или добавляют сторителлинг, тем самым создавая принципиально новый текст в рамках нередко довольно известной темы.

Сквозные цифровые технологии значительно изменили и перестроили работу журналистов в современном мире [24], повлияли на весь процесс медиапроизводства, сделав его высокотехнологичным, увеличив скорость создания публикаций и видоизменив многие традиционные форматы их трансляции. Поэтому конкурентоспособный журналист или автор-фрилансер должен обладать сразу несколькими компетенциями, включающими прежде всего высокий уровень грамотности, способность к системному анализу, а также владение современными цифровыми технологиями, позволяющими создавать ориентированный на конкретного потребителя медиапродукт. Как результат, происходит развитие новых социальных практик, в том числе, связанных со все большей вовлеченностью субъектов информационной деятельности при посредстве транслируемых ими текстов медиа в процессы принятия решений людьми. И поскольку важной составляющей сетевых компонентов инфраструктуры современных массмедиа является фактор информационной безопасности, то, как мы отмечали, выделение маркеров психологического благополучия/неблагополучия представителей тех или иных групп аудитории, проявляющихся при прямом или косвенном взаимодействии с контентом, представляется нам задачей предельно актуальной.

Методики данного рода диагностирования, конечно же, предпо-

лагают обобщение как результатов анализа текстов, форм и способов их трансляции, так и объемных данных социологических опросов представителей аудитории, включенных в процесс потребления медиатекстов. На начальном этапе нашего исследования мы ограничиваемся лишь первой составляющей. Комплексное исследование ресурсов сквозных технологий с точки зрения эффективности их использования в медиапрактике, безусловно, предполагает и третий компонент — программные продукты, способные обеспечить сбор, передачу разнообразной социальной информации и данных, их хранение, систематизацию и принятие журналистами решений по дальнейшему использованию. Вместе с тем, уже полученные нами результаты позволяют сделать вывод, что сквозные технологии прочно входят в повседневную практику ведущих массмедиа, а также помогают успешно решать задачи не только творческого, но и социально-психологического характера. Примеры новейшей практики довольно красноречиво свидетельствуют о том, что для представителей массовой аудитории это все чаще является аргументом при выборе источников получения информации, влияющих в конечном итоге и на ее интериоризацию.

### **Будущее наступает сегодня**

Казалось, еще недавно вершиной технологических достижений было применение «машинных» заголовков в медиа. Так, в апреле 2019 г. разработчики социальной сети «ВКонтакте» объявили о создании специальной нейросети, которая запустила генерирование заголовков к конкретным инфоповодам. Действие выпол-

нялось на двух языках: английском и русском. Данная практика была впервые представлена медийному сообществу в ходе Европейской конференции по информационному поиску. В ходе разработки специалистами были применены технологии, которые ранее использовались в процессе машинного перевода, для генерации же заголовков применяли ограниченный словарь. Искусственный интеллект учился создавать заголовки к текстам на примерах от агентства «РИА Новости» и издания *The New York Times*. Каждый раз для его создания использовался текст новостной заметки, он анализировался и с помощью ключевых слов готовился новый заголовок.

Однако, вскоре выяснилось, что технология создания такого рода заголовков является не всегда этически оправданной, потому что читатель выбирает для прочтения те новости, которые кажутся ему прежде всего эмоционально более привлекательными. Важно, чтобы заголовки при этом также были грамматически и стилистически верно построены — следовательно, обладали убеждающими характеристиками. Однако автоматизированные системы не могут учитывать социально-психологические аспекты, влияющие на процессы восприятия созданных ими текстов. Таким образом, в качестве маркеров психологического неблагополучия индивидов-потребителей информации (прежде всего социальных сетей и медиа, выполняющих пропагандистские функции), сегодня все чаще можно выделять состояния тревоги, раздражения, неуверенности в будущем, и, как следствие, — социальные и даже деструктивные фор-

мы поведения. «Одним из способов преодоления психологического неблагополучия является формирование и развитие таких особенностей познавательной и мотивационно-смысловой сфер личности человека, которые обеспечивают возможность творческого отношения к себе, своему личностному и профессиональному потенциалу, к возможным сферам его применения для решения проблемных жизненных ситуаций» [25, с. 7]. Поскольку нейросеть позволяет модерировать как вербальные, так и креолизованные тексты, то массмедиа в этой ситуации при посредстве сквозных технологий могут не только противостоять опасным тенденциям, но и формировать по-настоящему диалоговые отношения с представителями аудитории.

Приведем несколько примеров. Журналисты РИА «Новый день» на своем сайте неоднократно проводили опрос среди екатеринбуржцев по поводу актуальнейшей, но дискуссионной в период коронавируса проблемы обязательности QR-кодов<sup>4</sup>. Люди могли выразить свое мнение по данному вопросу, а перед этим прочитать аналитическую статью по данной тематике, подготовленную журналистами с опорой на *big data*. Цифровая технология в совокупности позволяла не только собрать и обобщить статистику, мнения экспертов, но и формировать необходимые установки. Радио КП («Комсомольская правда») на своей медийной платформе с 2016 по 2022 г. представляет проект «20 идей по развитию России»<sup>5</sup>. Каж-

дая из представленных авторских идей обобщает публикации массмедиа по данной тематике, как это можно видеть, к примеру, по поводу внедрения искусственного интеллекта для борьбы с преступностью<sup>6</sup>, а в дальнейшем текст отправляется представителям властных структур. И чаще всего подтверждается принятием конкретных решений, как это было в большинстве случаев. Гипертекст с использованием мультимедийности (видео, инфографики, контекстных ссылок и т.д.) позволяет сквозные цифровые технологии использовать как арсенал развития диалоговых отношений с любым человеком, обладающим элементарной медиаграмотностью.

Обобщить огромные объемы информации, систематизировать текст в удобную визуальную текстуру помогает инфографика<sup>7</sup>. Работу робота-хирурга с использованием инфографики можно взаимосвязать, к примеру, с динамикой количества заболевших раком мужчин, тайм-линией в целом развития робототехники в медицине<sup>8</sup>. Формат таймлайна позволяет проследить движение или изменение объекта со временем. В рекламном тексте можно видеть, как бренд представляет продукцию, выпущенную в разные годы<sup>9</sup>. Анимация, подкрепленная карточками, может помочь аргументировать правильные действия при общении с мошенниками<sup>10</sup>. Материал, оформ-

<sup>6</sup> URL: <https://20idei.ru/ru/ideas/20.19>.

<sup>7</sup> URL: <https://www.kommersant.ru/doc/2254757>.

<sup>8</sup> URL: <https://ria.ru/20180925/1529322692.html>.

<sup>9</sup> URL: <https://theblueprint.ru/beauty/specials/10-aromatov-comme-des-garcons>.

<sup>10</sup> URL: <https://www.kp.ru/expert/elektronika/moshennichestvo-po-telefonu>.

<sup>4</sup> URL: <https://newdaynews.ru/voting/459.html>.

<sup>5</sup> URL: [https://20idei.ru/ru/?utm\\_source=radio\\_kp.ru&utm\\_medium=btnd](https://20idei.ru/ru/?utm_source=radio_kp.ru&utm_medium=btnd).

ленный с помощью цифровых технологий, к тому же не только воспринимается в гармоничном единстве, но и при этом может включать по сути информацию из нескольких книг, как это было в подборке «Есенин в серебряном веке»<sup>11</sup>.

Разработка специальных инструментов для онлайн-журналистики, прежде всего конструкторов лонгридов и интерактивных историй, позволила издателям в десятки раз сократить затраты на производство данных спецматериалов и сделать эти форматы по-настоящему доступными. Прекрасный пример качественного лонгрида от сайта «Коммерсантъ» о дне памяти 22 июня 1941 г., где были использованы иллюстрации в виде вырезок из газет и фотографий того времени, представлено аудио- и видеосопровождение и инфографика<sup>12</sup>. Документальная игра «Карта истории» про главные события в России XX в. дает пользователю возможность следить за судьбой реального человека и даже делать за него выбор<sup>13</sup>.

Новейшая практика свидетельствует, что качественный нарратив, построенный в том числе и в соответствии с законами сторителлинга, вообще имеет огромный потенциал для привлечения внимания адресатов. Примечательно, что сторителлинговый материал, представленный на сайте издания «Аргументы и факты»<sup>14</sup>, включает контент как в традиционном, так и в мультимедийном форматах. А широкий от-

клик массовой аудитории на них, по мнению журналистов, делает несостоятельными заявления о скорой и неизбежной смерти «длиннотекстовой» журналистики. Мультимедийный сторителлинг, как мы выяснили во время социологических опросов, отвечает интересам медиапотребителей разных возрастных групп, прежде всего не воспринимающих обезличенные факты и молниеносно меняющиеся информационные сценарии.

Желание удовлетворить прагматически обусловленные интересы массовой аудитории, настроенной на сопутствующее при иной деятельности восприятие медиаинформации, дало развитие формату аудиоподкастов СМИ. Например, «РИА Новости» постоянно выкладывают в глобальную Сеть записи встреч ведущих с гостями, обсуждающими различные темы. К примеру, жизненные страхи и способы их преодоления<sup>15</sup>. Выпуски подкастов массмедиа можно скачивать и слушать офлайн в удобное время, либо можно подписаться на разнообразные подкасты на площадках, где они вставлены, и слушать в режиме реального времени.

Широкое распространение стриминга как образа жизни для миллионов людей по всему миру, совершающих некие повседневные действия и транслирующих происходящее на веб-камеру, заставило журналистов также постоянно расширять диапазон прямых включений и доставку удаленным пользователям мультимедийных потоков информации (видео-, аудио-) в режиме реального времени. В частности, медиахол-

<sup>11</sup> URL: <https://ria.ru/20151002/1295305068.html>.

<sup>12</sup> URL: <https://www.kommersant.ru/projects/june22>.

<sup>13</sup> URL: <https://kartaistorii.ru>.

<sup>14</sup> URL: <https://aif.ru/>.

<sup>15</sup> URL: <https://ria.ru/strahi>.

динг *Life.ru* одним из первых запустил стриминговое вещание в мае 2017 г. в Москве. Но стрим становится объективным жанром только при освещении действительно значимых общественно-политических событий. Так, к примеру, было, когда тысячи екатеринбуржцев вышли на защиту сквера<sup>16</sup>, а журналисты портала *E-1* при большом скоплении профессиональных и гражданских журналистов, тем не менее, именно своими стриминговыми репортажами добились максимального внимания массовой аудитории не только города, но и всей России.

Еще одним примером эффективного использования сквозных технологий в медиапроизводстве можно назвать VR- (виртуальная реальность) и AR- (дополненная реальность) технологии. Приложение под названием *PIA.Lab* для иммерсивной журналистики было создано айти-специалистами информационного агентства «Россия сегодня» в 2020 г. Оно дает возможность потребителю контента осуществить максимальное погружение в проблематику героя материала, позволяет осуществлять перемещение в пространстве и времени при развитии действия той или иной истории. Проекты AR доступны для пользователей с использованием смартфона или другого мобильного устройства, но для погружения в проекты VR потребуются специальная техника: кардборд или же очки виртуальной реальности. Проекты легко загружаются через специальные приложения. К примеру, именно таким образом для массовой аудитории были воссоз-

даны события, которые в медиа и историческом пространстве обрели метафорическое название «чудо на кукурузном поле» — аварийная посадка А321 под Жуковским, когда у самолета авиакомпании «Уральские авиалинии» отказали два двигателя, и пилоты были вынуждены осуществлять посадку самолета в поле. Специалисты медиакомпании полностью воссоздали тот полет, реконструировали ситуацию вместе с экспертами в авиационной деятельности, предложив к тому же альтернативные варианты сценария<sup>17</sup>.

Мы уже отмечали, что психологическое благополучие индивидов в информационную эпоху во многом определяется качеством получаемого и интериоризированного ими медиаконтента. Психологи в связи с этим отмечают, что «использовании термина "эмоциональное благополучие" подчеркивает направленность субъективных переживаний личности, как наиболее важный аспект благополучия в целом» [26, с. 105]. Именно в данном контексте можно выделить как перспективнейшее направление использование массмедиа игровых спецпроектов с аудиовизуальными эффектами<sup>18</sup>. Коллаборация интернет-портала «Лайфхакер» и госкорпорации Росатом удивляет пользователей новаторским подходом к реализации контента. Мы видим будто не лендинг (одностраничный сайт), а полноценный формат медиа с множеством кликовых элементов и аудио-сопровождением. А спецпроект ТАСС «Суворов»<sup>19</sup> является, на

<sup>16</sup> URL: <https://www.e1.ru/text/gorod/2019/05/19/66093775>.

<sup>17</sup> URL: <https://ria.ru/20200814/1575700384.html>.

<sup>18</sup> URL: <https://lifthacker.ru/special/atom/world-future>.

<sup>19</sup> URL: <https://tass.ru/spec/suvorov>.

наш взгляд, прообразом целой серии культуртрегерских мультимедийных произведений, в которых сублимирован опыт эффективной совместной работы ученых, журналистов, кинематографистов и IT-специалистов.

Моделирование процессов эффективной профессиональной медиадеятельности с непреложностью предполагает использование сквозных технологий уже на этапе подготовки текстов. К примеру, издание *The Guardian* внедрило продукт *Ophan*, который является неким прообразом работы в ближайшем будущем любого массмедиа. При его посредстве производится анализ текстов по той или иной тематике, которые опубликованы на различных медиаплощадках. Таким образом, с помощью данного продукта формируют отчетности, где можно отследить метрики в режиме реального времени по любой публикации. К этим данным относятся, в частности, время, затраченное читателями на текст, обобщенные географические данные пользователей, а также количество переходов на материал из социальных сетей. Таким образом, редактор или автор материала может отследить все важнейшие показатели своей, а также практически любой другой публикации по теме в режиме онлайн. Это помогает определиться с оперативным редакционным планированием, а также системно модерировать тематику будущих публикаций, с точки зрения их привлекательности для массовой аудитории или решения задач социального характера. Большие данные, как свидетельствуют новейшие исследования, позволяют в среднем в пять раз быстрее принимать решения на основе пользовательских реакций. В осо-

бенности важно это стало в период после 24 февраля 2022 г.<sup>20</sup> Это даст несомненные преимущества и перед конкурентами, в том числе из числа непрофессионалов.

Использование не только ботов, но и в целом робототехники в медийном пространстве тоже сегодня уже не фантастика. Андроид «Алекс», к примеру, стал временным ведущим телеканала «Россия 24»<sup>21</sup>. Уникальная машина — одна из немногих в мире, которая обладает искусственным интеллектом. Но кроме этого, конструкторы из *Promobot* смогли наделить робота чертами человека.

Еще одна область применения новых технологий в медиа — это борьба с так называемыми фейк-ньюс. Для этого в ведущих массмедиа широко применяются сервисы типа *Botometer*, *BotoSlayer* (и их отечественные аналоги), программа *Tealeaf* и алгоритмы детекции бот-контента, используемые некоторыми социальными сетями. Стартапы, разработанные на основе искусственного интеллекта, распознают фальшивые новости и проверяют факты в заметках и публикациях, которые заведомо не могут быть достоверными.

### **Моделирование информационной деятельности**

Каким образом концепция эффективного использования сквозных цифровых технологий может

<sup>20</sup> Как изменялась аудитория соцсетей после блокировок. Инфографика. URL: [https://www.rbc.ru/technology\\_and\\_media/20/03/2022/62349dae9a7947e973d66666?from=from\\_main\\_3](https://www.rbc.ru/technology_and_media/20/03/2022/62349dae9a7947e973d66666?from=from_main_3).

<sup>21</sup> URL: <https://www.vesti.ru/amp/article/1387120>.



найти применение в практической журналистике? На наш взгляд, здесь стоит выделить три основных подхода. Во-первых, освоение цифровых компетенций всеми без исключения журналистами — это требование не только времени<sup>22</sup>, но и важнейший компонент конкурентоспособности массмедиа на информационном рынке. Во-вторых, период ограничений COVID-19 и новейшие политические события предопределили важность решения актуальных для большинства россиян задач, в том числе противостояния манипулятивным интенциям различных акторов, именно силами профессиональных журналистов. Все это невозможно реализовать без системных трансформаций редакционной деятельности технологического и творческого характера [27]. В-третьих, моделирование не только как прогнозирование результата, но и определение на базе цифровых технологий эффективных ме-

тодов и приемов работы, позволяет это сделать быстро и качественно.

Проведенные нами ранее исследования позволили выделить и описать особенности, характеризующие текстовые предпочтения представителей так называемых «аналогового» и «цифрового» поколений [28]. Используя описанные в данной статье методы анализа текстов массмедиа, мы осуществили факторный анализ, выявив тем самым линейные статистические связи корреляций между наблюдаемыми переменными. В качестве таковых выступили особенности восприятия индивидами контента, фактор использования массмедиа сквозных цифровых технологий и, как конечный результат, — прогнозирование на базе модельного подхода успешности/неуспешности решения проблемы способствования психологическому благополучию аудитории (см. табл.). Задача выделения и систематизации соответствующих маркеров по результатам вторичных опросов респондентов будет включена в число основных на следующем этапе исследования.

<sup>22</sup> Работодатели требуют от выпускников наличие компетенций в IT-сфере, независимо от полученной профессии. URL: <https://urait.ru/news/2517>.

**Прогнозирование успешности/неуспешности взаимодействия для решения проблемы психологического благополучия аудитории**

**Predicting the Success / Failure of Communication to Solve the Problems of the Psychological Development of Events**

Категория анализа / Analysis Category	Аудитория массмедиа / Mass Media Audience	
	«Аналоговое поколение» / "Analogue Generation"	«Цифровое поколение» / "Digital Generation"
<i>Информационные сообщения / Information Messages</i>	Рубрика или привычное место расположения, текст краткий, но предельно персонализированный. Сквозная технология: большие данные. Жанры: комментированная заметка, сообщение рекламного характера	Суть информации отражена в заголовке и лиде, максимальная визуализация данного текста. Сквозная технология: большие данные. Жанры: заметка с контекстными ссылками, отчет, брифинг-опрос, экспертное мнение

Продолжение табл. / Continuations Table

Категория анализа / Analysis Category	Аудитория массмедиа / Mass Media Audience	
	«Аналоговое поколение» / "Analogue Generation"	«Цифровое поколение» / "Digital Generation"
<i>Интенции восприятия / Perceptual Intentions</i>	Уникальность случившегося, позитивный опыт или прагматическая обусловленность информации, жизнь «такая как есть», «каждый человек интересен»	«Объективное», обязательно разностороннее освещение случившегося с возможностью потенциального «несогласия», «нескучная жизнь», «знаменитости»
<i>Способы интериоризации информации / Ways to Internalize Information</i>	Лояльность к бренду, конкретному СМИ, высокая степень доверия отдельным их авторам, а также рекомендациям близких людей, друзей или известных акторов соцсетей	Чаще всего ситуативный или профессионально обусловленный характер получения информации, нередко активное ее «расшаривание» в сети со своими комментариями для получения откликов
<i>Формат аналитических публикаций / Format of Analytical Publications</i>	Традиционные СМИ или их сайты. Сквозные технологии: большие данные, нейротехнологии, системы распределенного реестра (интернет вещей). Жанры: экспертный комментарий по поводу актуальных событий, «круглый стол» (ток-шоу), статья с элементами идеологем, ярко выраженного субъективного анализа, статистики и выводов на базе проведенного кем-либо исследования	Сетевые издания — как федеральные, так и местные. Сквозные технологии: большие данные, нейротехнологии и искусственный интеллект, новые производственные технологии. Жанры: мультимедийный характер представляемого контента любых аналитических жанров, красочная инфографика, разъяснения в форме пошаговых «гайдов» (проводников по теме) с примерами
<i>Регионально-гражданская идентичность в массмедиа / Regional-Civil Identity in the Mass Media</i>	Идентифицирующий признак связан с информацией в СМИ, сетевых изданиях, соцсетях о политике, этно-конфессиональной проблематике, экономике личного благосостояния, морально-нравственных ценностях общества	Идентифицирующий признак связан с информацией в массмедиа и соцсетях об общецивилизационных доминантах развития и саморазвития личности, об образовании, о профессиональном становлении, о культуре и спорте
<i>Способы интериоризации аналитической информации / Ways to Internalize Analytical Information</i>	Вовлечение индивидуальных потребителей информации в обсуждение актуальных, как правило, общественно-политических событий, в дискуссии по нравственно-мировоззренческой проблематике, активное использование социальных сетей для трансляции визуализированных Stories (историй реальных людей)	Учитывать интересы целевых аудиторных групп (с использованием технологии MeWeUs: от англ. Me — мне, we — мы, us — нам), постоянно анализировать контент в разнообразных сообществах. Формировать чек-листы, сборники полезных сервисов и инструментов, текстов, которые берутся в закладки, цитаты, популярные мемы

Окончание табл. / End of the Table

Категория анализа / Analysis Category	Аудитория массмедиа / Mass Media Audience	
	«Аналоговое поколение» / "Analogue Generation"	«Цифровое поколение» / "Digital Generation"
<i>Формат публицистических/нарративных жанров / Format of Journalistic/ Narrative Genres</i>	Традиционные СМИ и их сайты, «проверенные» социальные сети. Сквозные технологии: новые производственные технологии, технологии беспроводной связи. Жанры: презентации/лонгриды, соответствующие личным представлениям о жанрах очерка, зарисовки, эссе, системная трансляция знаковых объектов коммуникативно-культурной памяти, артефактов культуры, рассказ при посредстве героев публикаций об эффективном личном опыте, о новых моделях образования и самообразования, о традициях, народном эпосе и т.д.	Сетевые издания, социальные сети, в том числе признанные иноагентами (при посредстве VPN). Сквозные технологии, расширяющие мультимедийность текстов: новые производственные технологии; технологии беспроводной связи; технологии виртуальной и дополненной реальностей. Жанры: соответствующие «нарративной картине мира», определяющей природу событийности. Максимально облегченный авторский стиль публикаций, часто — ирония и саркастичность, опора на ресурсы имплицитной памяти личности
<i>Интенции восприятия / Perceptual Intentions</i>	Приоритет отдается специализированным в общественно-политической или культурной тематике СМИ и известным авторам, поиск в текстах логических доказательств и эксклюзивной фактологии, рациональное использование методов противостояния авторским эмоционально-психологическим техникам	Нескрываемая эмоциональная усталость от однообразия информационных повесток дня и объемных текстов. Вместе с тем, постоянный поиск новизны в сетевых изданиях, мессенджах, транслируемых для смартфонов. Часто не критичное восприятие информации «оппозиционных» авторов
<i>Способы интериоризации информации / Ways to Internalize Information</i>	Медиаориентиры — max. 1–2 местных и федеральных СМИ, а также постоянно обновляемые соцсетей ленты ВКонтакте, Одноклассники, инструкции в стиле DIY («сделай сам» от англ. Do It Yourself), вечером — информационные программы с популярными ведущими и развлекательные шоу ТВ	Stories различных социальных сетей, анонсы информационных сообщений с ярким заголовком, а затем ссылки, по которым можно найти полный текст нужной публикации. В целом ориентир на различные меню с подзаголовками-контекстными ссылками. Вместо ТВ — YouTube

Модельный подход к осуществлению системной информационной деятельности в данном случае должен осуществляться за счет оптимизации/сочетания интегрированных цифровых коммуникативных технологий с общередакционной политикой, основанной в том

числе и на регулярно обобщающих запросах аудитории. Особенно это важно для новых медиа [29]. Сквозные технологии при этом являются не просто основой для совершенствования креативных методов журналистской работы, но и своего рода «самонаводящейся» системой трансформационных изменений медийных практик.

### Заключение

В качестве итога можно констатировать, что сквозные цифровые технологии — новая ступень развития медиа, которая может способствовать, как предполагалось в гипотезе исследования, организации диалоговых отношений с представителями аудитории на принципиально ином уровне. Но, называя вслед за Маршаллом Маклюэном массмедиа «нервной системой целостного общественного организма» [30], необходимо учитывать, что это может происходить и на уровне формирования мифов, стереотипов, активного использования механизмов «публичного восприятия», «сотворения реальности», когда современные медиа становятся средством манипуляции, субъективного духовного принуждения индивида или даже представителей отдельных социумов. Вот почему эти естественные для ци-

визационного развития процессы инноваций и технологических трансформаций медиа неразрывно связаны с концепцией психологического благополучия личности. Результаты проведенного нами исследования свидетельствуют, что поиск путей его формирования, предполагает рассмотрение личности цифровой эпохи не только на психофизиологическом, индивидуально-психологическом, но и на ценностно-смысловом уровне, находящем отражение прежде всего в медиасфере.

Мы также полагаем, что внедрение метода моделирования в повседневную работу медиаспециалистов может способствовать как выбору с этой целью наиболее эффективных сквозных цифровых технологий, так и расширению креативного потенциала субъектов информационной деятельности. При этом в их число сегодня входят не только профессиональные журналисты. Это говорит о правомерности выдвижения на следующем этапе исследования гипотезы о разнонаправленности интересов представителей социального института журналистики и тех, кто внешне похожие задачи пытается решить только при посредстве медиароботов и искусственного интеллекта.

### Список использованной литературы

1. Вартанова Е.Л. Меняющаяся архитектура медиа и цифровые платформы / Е.Л. Вартанова. — DOI 10.30547/mediaalmanah.1.2022.813. — EDN [GCSXXI](#) // Меди@льманах. — 2022. — № 1 (108). — С. 8–13.
2. Вартанова Е.Л. К вопросу о последствиях цифровой трансформации медиасреды / Е.Л. Вартанова. — DOI 10.30547/mediaalmanah.2.2022.814. — EDN [YRZXDZ](#). // Меди@льманах. — 2022. — № 2 (109). — С. 8–14.
3. Цифровые технологии в преподавании профильных дисциплин : учебю пособие / ред. А.Г. Тормасов, И.И. Бариев, Е.С. Бобров [и др.]. — Иннополис, 2020. — 128 с. — EDN [HYIMLD](#).

4. Oleshko V. Problems of Dig-itisation of Communicative and Cultural Memory in a Multi-Ethnic Region of Russia / V. Oleshko, E. Oleshko. — EDN [HUETWB](#) // Studies in Contemporary Journalism and Communication in Russia's Provinces. — Abington : Routledge United Kingdom, 2022. — P. 172–189.
5. Амзин А.А. Как новые медиа изменили журналистику. 2012–2016 / А.А. Амзин, А.Н. Галустьян, Д.Ю. Кульчицкая. — Екатеринбург : Изд-во гуманитар. ун-та, 2016. — 304 с. — EDN [XQEPZZ](#).
6. Судьба печатной прессы в эпоху Интернета / под ред. М.В. Загидуллиной, С.И. Симаковой. — Челябинск : Изд-во Челяб. гос. ун-та, 2018. — 182 с. — EDN [URTVIR](#).
7. Солганик Г.Я. Существуют ли художественно-публицистические жанры? / Г.Я. Солганик. — EDN [VQSZHH](#) // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. — 2016. — № 1. — С. 127–131.
8. Нигматуллина К.Р. Профессиональная культура журналистов в России / К.Р. Нигматуллина. — Санкт-Петербург : Алетейя, 2021. — 287 с.
9. Социологические подходы к изучению социального благополучия / ред. М.Ф. Черныш, Ю.Б. Епихина. — Москва : ФНИСЦ РАН, 2021. — 431 с.
10. Вартофский М. Модели. Репрезентация и научное понимание / М. Вартофский. — Москва : Прогресс, 1988. — 506 с.
11. Simons G. The concept of interdisciplinary research on intergenerational transmission of communicative and cultural memory / G. Simons, M. Muhin, A. Sumskaya. — DOI 10.30547/worldofmedia.1.2021.3. — EDN [EJJMYD](#) // World of Media. Journal of Russian Media and Journalism Studies. — 2021. — N. 1. — P. 64–91.
12. Добросклонская Т.Г. Моделирование информационных процессов в современном медиaprостранстве / Т.Г. Добросклонская. — EDN [UIXFCB](#) // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. — 2015. — № 4. — С. 3–15.
13. Top Strategic IoT Trends and Technologies Through 2023 / ed. N. Jones // Gartner. — URL: <https://www.gartner.com/en/documents/3890506>.
14. Shilina A. Towards data journalism in Russia? / A. Shilina, M. Shilina. — DOI:10.1007/978-3-030-25177-2\_10 // Data Journalism in the Global South. — New York : Palgrave Macmillan Cham, 2020. — P. 163–190.
15. Gladkova A. Digital Divide and Digital Capital in Multiethnic Russian Society / A. Gladkova, E. Vartanova, M. Ragnedda. — DOI 10.1080/17447143.2020.1745212 // Journal of Multicultural Discourses. — 2020. — Vol. 15, no. 2. — P. 126–147.
16. Capilla P. Post-Truth as a Mutation of Epistemology in Journalism / P. Capilla. — DOI 10.17645/mac.v9i1.3529 // Media and Communication. — 2021. — Vol. 9, iss. 1. — P. 313–322.
17. Hanusch F. The Power of Commercial Influences: How Lifestyle Journalists Experience Pressure from Advertising and Public Relations / F. Hanusch, S. Banjac, P. Maeres. — DOI 10.1080/17512786.2019.1682942 // Journalism Practice. — 2019. — Vol. 14, no. 9. — P. 1029–1046.
18. Пугачёв В.П. Глобалистский тоталитаризм — тренд развития цифрового общества / В.П. Пугачёв. — EDN [NUSRYQ](#) // Свободная мысль. — 2021. — № 4. — С. 5–19.
19. Интернет вещей как перспективный канал рекламной коммуникации / В.И. Тимофеев. — DOI 10.17150/2308-6203.2022.11(2).355-371. — EDN [SQONKF](#) // Вопросы теории и практики журналистики. — 2022. — Т. 11, № 2. — С. 355–371.
20. Дугин Е.Я. Медиаconstавляющая цифровой экономики / Е.Я. Дугин. — EDN [XVLQXJ](#) // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. — 2018. — № 4. — С. 159–175.
21. Межпоколенческая трансляция коммуникативно-культурной памяти в эпоху цифровизации / отв. ред. М.Ю. Мухин, Г.Д. Саймонс. — EDN [CAUVBQ](#). — Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2021. — 204 с.
22. Замков А.В. Новостной медиаробот: теоретические аспекты интеллектуальной системы генерации контента / А.В. Замков. — DOI 10.17150/2308-6203.2019.8(2).260-273 // Вопросы теории и практики журналистики. — 2019. — № 8 (2). — С. 260–273.

23. Ильченко С.Н. Фейковая журналистика как элемент современной шоуцивилизации / С. Н. Ильченко. — EDN [WDXPTR](#) // Известия Уральского федерального университета. Серия 1. Проблемы образования, науки и культуры. — 2016. — № 3 (153). — С. 14–18.

24. Морозова А.А. Феномен искусственного интеллекта в современной науке: понятие, векторы и проблемы применения в сфере массмедиа / А.А. Морозова, С.Н. Попова. — DOI 10.47475/2070-0695-2021-10405. — EDN [RRUDII](#) // Знак: проблемное поле медиаобразования. — 2021. — № 4. — С. 41–52.

25. Идобаева О.А. Психолого-педагогическая модель формирования психологического благополучия личности : автореф. дис. ... д-ра психол. наук : 19.00.07 / О.А. Идобаева. — Москва, 2013. — 51 с.

26. Григорова Ю.Б. Диагностика уровня эмоционального благополучия / Ю.Б. Григорова // Психологическое благополучие современного человека : материалы Междунар. заоч. науч.-практ. конф., 20 марта 2019 г. / отв. ред. С.А. Водяха. — Екатеринбург, 2019. — С. 105–112.

27. Олешко В.Ф. Журналистика периода COVID-19: актуальные вызовы, пути трансформации / В.Ф. Олешко, О.С. Мухина. — DOI 10.25205/1818-7919-2022-21-6-30-39. — EDN [EOAPHW](#) // Вестник Новосибирского государственного университета. Серия: История, филология. — 2022. — Т. 21, № 6. — С. 30–39.

28. Олешко В.Ф. СМИ как медиатор коммуникативно-культурной памяти : монография / В.Ф. Олешко, Е.В. Олешко. — Санкт-Петербург : Алетейя, 2021. — 470 с. — EDN [ALGGZF](#). — DOI 10.15826/B978-5-7996-3074-4.0.

29. Деникин А.А. Концептуализация пост-экранного аффективно-телесного опыта в исследованиях цифровых интерактивных мультимедиа / А.А. Деникин. — DOI 10.24411/2079-1100-2020-000014. — EDN [MWDNTY](#) // Международный журнал исследований культуры. — 2020. — Т. 1, № 38. — С. 178–201.

30. Маклюэн М. Понимание медиа: внешние расширения человека / М. Маклюэн. — Москва : Кучково поле, 2007. — 464 с.

## References

1. Vartanova E. L. Changing Media Architecture and Digital Platforms. *MediaAl'manakh = MediaAlmanah Journal*, 2022, no. 1, pp. 8–13. (In Russian). EDN: [GCSXXI](#). DOI: 10.30547/mediaalmanah.1.2022.813.

2. Vartanova E. L. On the Consequences of Digital Transformation of Media System. *MediaAl'manakh = MediaAlmanah Journal*, 2022, no. 2, pp. 8–14. (In Russian). EDN: [YRZXDZ](#). DOI: 10.30547/mediaalmanah.2.2022.814.

3. Tormasov A.G., Bariev I.I., Bobrov E.S. [et al.] (eds). *Digital Technologies in Teaching Specialized Disciplines: a Collection of Cases and Practical Tasks for the Development of Digital Competencies of Students of Secondary Vocational and Higher Education*. Innapolis, 2020. 128 p. EDN: [HYIMLD](#).

4. Oleshko V. *Problems of Dig-itisatation of Communicative and Cultural Memory in a Multi-Ethnic Region of Russia*. In *Studies in Contemporary Journalism and Communication in Russia's Provinces*. Abington, Routledge United Kingdom, 2022, pp. 172–189. EDN: [HYIMLD](#).

5. Amzin A.A., Galustyan A.N., Kulchitskaya D.Yu How New Media has Changed Journalism. 2012–2016. Ekaterinburg, Humanities University Publ., 2016, 304 p. EDN: [XQEPZZ](#).

6. Zagidullina M.V., Simakova S.I. *The Fate of the Printed Press in the Age of the Internet*. Chelyabinsk State University Publ., 2018. 182 p. EDN: [URTVIR](#).

7. Solganik G.Ya. Do Artistically-Publicistic Genres Actually Exist? *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10: Zhurnalistika = Moscow University Journalism Bulletin*, 2016, no 1, p. 127–131. (In Russian). EDN [VQSZHH](#).

8. Nigmatullina K.R. *Professional Culture of Journalists in Russia*. Saint Petersburg, Aleteiya Publ., 2021. 287 p.

9. Chernysh M.F., Epikhina Yu.B. (eds). *Sociological Approaches to the Study of Social Well-Being*. Moscow, FNISTs RAN Publ., 2021. 431 p.




10. Wartofsky M.W. *Models: Representation and the Scientific Understanding*. Boston, Springer, 1979. 390 p. (Russ. ed.: Wartofsky M.W. *Models: Representation and the Scientific Understanding*. Moscow, Progress Publ., 1988. 506 p.).
11. Simons G., Muhin M., Sums kaya A. The Concept of Interdisciplinary Research on Intergenerational Transmission of Communicative and Cultural Memory. *World of Media. Journal of Russian Media and Journalism Studies*, 2021, no. 1, pp. 64–91. EDN: [EJMYD](#). DOI: 10.30547/worldofmedia.1.2021.3.
12. Dobrosklonskaya T.G. Modeling of Information Processes in the Modern Media Space. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10: Zhurnalistika = Moscow University Journalism Bulletin*, 2015, no. 4, pp. 3–15. (In Russian). EDN: [UIXFCB](#).
13. Jones N. (ed.). *Top Strategic IoT Trends and Technologies Through 2023*. Gartner. Available at: <https://www.gartner.com/en/documents/3890506>.
14. Shilina A., Shinina M. Towards Data Journalism in Russia? *Data Journalism in the Global South*. New York, Palgrave Macmillan Cham, 2020, pp. 163–190.
15. Gladkova A., Vartanova E., Ragnedda M. Digital Divide and Digital Capital in Multi-ethnic Russian Society. *Journal of Multicultural Discourses*, 2020, vol. 15, no. 2, pp. 126–147. DOI: 10.1080/17447143.2020.1745212.
16. Capilla P. Post-Truth as a Mutation of Epistemology in Journalism. *Media and Communication*, 2021, vol. 9, iss. 1, pp. 313–322. DOI:10.17645/mac.v9i1.3529.
17. Hanusch F., Banjac S., Maeres P. The Power of Commercial Influences: How Lifestyle Journalists Experience Pressure from Advertising and Public Relations. *Journalism Practice*, 2019, vol. 14, no. 9, pp. 1029–1046. DOI 10.1080/17512786.2019.1682942.
18. Pugachev V.P. Globalist Totalitarianism as a Trend of Digital Society Development. *Svobodnaya mysl = Free Thought*, 2021, no. 4 pp. 5–19. (In Russian). EDN: [NUSRYQ](#).
19. Timofeev V.I. The Internet of Things as a Promising Channel of Advertising Communication. *Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki = Theoretical and Practical Issues of Journalism*, 2022, vol. 11, no. 2, p. 355–371. (In Russian). EDN [SQONKF](#). DOI 10.17150/2308-6203.2022.11(2).355-371.
20. Dugin E. Media Component of the Digital Economy. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10: Zhurnalistika = Moscow University Journalism Bulletin*, 2018, no. 4, pp. 159–175. (In Russian). EDN: [XVLQXJ](#).
21. Mukhin M.Yu., Saimons G.D. (eds). *Intergenerational Translation of Communicative-Cultural Memory in the Era of Digitalization*. Ekaterinburg, Ural University Publ., 2021, 204 p. EDN: [CAUVBQ](#).
22. Zamkov A.V. News Media Robot: Theoretical Aspects of Intellectual System for Content Generation. *Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki = Theoretical and Practical Issues of Journalism*, 2019, no. 8, pp. 260–273. (In Russian). DOI: 10.17150/2308-6203.2019.8(2).260-273.
23. Ilchenko S.N. Fake Journalism as an Element of the Contemporary Show Civilization. *Izvestiya Ural'skogo federal'nogo universiteta. Seriya 1: Problemy obrazovaniya, nauki i kul'tury = Izvestia Ural Federal University Journal. Series 1: Issues in Education, Science and Culture*, 2016, no. 3, pp. 14–18. (In Russian). EDN: [WDXPTR](#).
24. Morozova A.A. The Phenomenon of Artificial Intelligence in Modern Science: Concept, Vectors and Problems of Application in the Sphere of Mass Media. *Znak: problemnoe pole mediaobrazovaniya = Sign: the problem field of media education*, 2021, no. 4, pp. 41–52. (In Russian). EDN: [RRUDII](#). DOI: 10.47475/2070-0695-2021-10405.
25. Idobaeva O.A. *Psychological and pedagogical model of the formation of the psychological well-being of the individual*. Doct. Diss. Thesis. Moscow, 2013. 51 p.
26. Grigorova Yu.B. Diagnostics of Level of Emotional Wellbeing. In Vodyakha S.A. (ed.). *Psychological Well-Being of the Modern Man. Materials of the International Correspondence Scientific and Practical Conference*. March 20, 2019. Ekaterinburg, 2019, pp. 105–112. (In Russian).
27. Oleshko V.F., Mukhina O.S. Journalism in the Time of COVID-19: Current Challenges, Ways of Transformation. *Vestnik Novosibirskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Istoriya, filologiya = Vestnik Novosibirsk State University. Series: History and Philology*, 2022, vol. 21, no. 6, pp. 30–39. (In Russian). EDN: [EOAPHW](#). DOI: 10.25205/1818-7919-2022-21-6-30-39.


28. Oleshko V.F., Oleshko E.V. *Mass Media as a Mediator of Communicative and Cultural Memory*. Saint-Petersburg, Алетейя Publ., 2021. 470 p. EDN: [ALGGZF](#). DOI: 10.15826/B978-5-7996-3074-4.0.

29. Denikin A.A. Conceptualization of Post-Screen Affective Body Experience in Digital Interactive Multimedia Research. *Mezhdunarodnyi zhurnal issledovaniy kul'tury = International Journal of Cultural Research*, 2020, vol. 1, no. 38, pp. 178–201. (In Russian). EDN: [MWDNTY](#). DOI: 10.24411/2079-1100-2020-000014.


30. Makljuven M. *Understanding Media: The Extensions of Man*. New York, New American Library, 1964. 324 p. (Russ. ed.: Makljuven M. *Understanding Media: The Extensions of Man*. Moscow, Kuchkovo pole Publ., 2007. 464 p.).


### Информация об авторах

*Олешко Владимир Федорович* — доктор философских наук, профессор, заведующий кафедрой периодической печати и сетевых изданий, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина, г. Екатеринбург, Российская Федерация, [vladimir.oleshko@urfu.ru](mailto:vladimir.oleshko@urfu.ru),  <https://orcid.org/0000-0003-3001-7391>.

*Олешко Евгений Владимирович* — доктор филологических наук, доцент, профессор кафедры периодической печати и сетевых изданий, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина, г. Екатеринбург, Российская Федерация, [pps2424@mail.ru](mailto:pps2424@mail.ru),  <https://orcid.org/0000-0002-1377-369X>.

### Authors Information

*Vladimir F. Oleshko* — D.Sc. in Philosophy, Full Professor, Head of the Department of Printed Media and Web Publishing, Ural Federal University named after the First President of Russia B.N. Yeltsin, Yekaterinburg, Russian Federation, [vladimir.oleshko@urfu.ru](mailto:vladimir.oleshko@urfu.ru),  <https://orcid.org/0000-0003-3001-7391>.

*Evgeniy V. Oleshko* — D.Sc. in Philology, Associate Professor, Professor at the Department of Printed Media and Web Publishing, Ural Federal University named after the First President of Russia B.N. Yeltsin, Yekaterinburg, Russian Federation, [pps2424@mail.ru](mailto:pps2424@mail.ru),  <https://orcid.org/0000-0002-1377-369X>.

### 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.

### Для цитирования

Олешко В.Ф. Сквозные цифровые технологии: диапазон возможностей современных массмедиа / В.Ф. Олешко, Е.В. Олешко. — DOI: 10.17150/2308-6203.2022.11(3).564-585. — EDN [IVPLGZ](#) // Вопросы теории и практики журналистики. — 2022. — Т. 11, № 3. — С. 564–585.

### For Citation

Oleshko V.F., Oleshko E.V. End-to-End Digital Technologies: The Range of Possibilities of Modern Mass Media. *Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki = Theoretical and Practical Issues of Journalism*, 2022, vol. 11, no. 3, pp. 564–585. (In Russian). EDN: [IVPLGZ](#). DOI: 10.17150/2308-6203.2022.11(3).564-585.