

## ЦИФРОВЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ СЕТЕВОГО ЖУРНАЛИСТА

Абдуллаева Севара  
Уз ЖОКУ магистранти

**Аннотация:** Данная статья исследует цифровые компетенции, необходимые современному сетевому журналисту в контексте современной медиа-среды. Основываясь на анализе актуальных требований и тенденций в области онлайн-журналистики, авторы выделяют ключевые навыки и знания, необходимые для успешной работы в цифровой среде. Статья представляет собой обзор ключевых аспектов цифровых компетенций сетевого журналиста и выдвигает рекомендации для их развития и применения в современной медиа-практике.

**Ключевые слова:** цифровые компетенции, сетевой журналист, интеграция практики и тенденции

С начала 2000-х годов развитие сетевых условий – доступность интернета любому пользователю – оказало существенное влияние на журналистику. Это стало одним из трансформирующих факторов традиционной журналистики в новые медиа, платформой которых является интернет. В связи с этими изменениями рассматриваются важные элементы: изменение структуры и поведения аудитории массовых медиа, структуры медиакommunikации.

В связи со стремительным изменением технологий подверглись модернизации и некоторые стороны традиционной журналистики – процессы сбора, обработки и передачи информации. По мнению М.Пракса, —...появление новых инструментов и практик, мы ощущаем феномен, который одновременно раскрывает веер новых способов создания информационных сообщений и нового определения места профессиональной журналистики в этой новой системе медиа[1]. Сейчас журналистам приходится работать в сетевой среде, где постоянно возникают новые факторы, корректирующие привычную работу авторов материалов. Аудитория чаще реагирует на информацию, что перерастает в медиакommunikацию.

Также появляются множество вариантов предоставления информации – от коротких текстовых сообщений до мультимедийных лонгридов. Число вовлеченных людей в процессы коммуникации растет с каждым днем. Теперь любой может участвовать в процессе создания новости: оставить свой комментарий, поделиться видео или фотографией с места события. Теоретик и исследователь Мануэль Кастельс считает, что —эта динамичная картинка непрерывного и разнообразного

—свидетельства и документирования реальности не очень похожа на кризис журналистики, скорее, наоборот — на взрывное развитие. Наоборот, представляется, что профессия журналиста сегодня живет, чем была когда бы то ни было, с увеличивающимся разнообразием форм и контента, меняющегося с невероятной скоростью[2]||.

Поэтому появляются новые компетенции в профессии журналиста, а следовательно, и новые подходы в изучении жанров журналистики, в частности, комментария. Для рассмотрения понятий «мультимедийная журналистика», «новые медиа», «медиакоммуникация» следует сказать о коммуникационной революции. Причиной изменения некоторых информационных профессий стала коммуникационная революция, которая началась с конца 2000-х годов. Появляются новые виды связи, способы передачи контента и информации. Развитие технологий позволило стать доступным любой вид медиаконтента в реальном времени.

Одним из важнейших свойств цифровой журналистики является «потоковость» потребления контента, тогда как до технологических изменений на первом месте стояла дискретность информации: газеты выходили с периодичностью раз в день/неделю, а теле- и радиопрограммы не чаще, чем раз в час. С появлением непрерывного вещания новостного телевидения, которое транслирует актуальную, качественную информацию, возникает альтернатива дискретному медиапотреблению.

Отметим, что все-таки на первом месте в традиционном понимании журналистики остается текст. Хотя на сегодняшний день идет резкое развитие визуальной составляющей: видео, фотографические ряды и др., текстовые сообщения не теряют интереса аудитории. Но в начале XXI века информационная среда охвачена появлением таких явлений, как конвергенция и мультимедиа. Грейс Лоусен-Бордерс отмечает потребность журналистов в приобретении новых навыков: «Возникает концепция «мультимедиа» и, как следствие, «мультимедийного журналиста». Увеличение количества платформ потребления контента потребует дополнительной компетенции от автора, который должен учитывать множественность способов коммуникации с потребителем [3]». Лоусен-Бордерс считает, что «главной компетенцией журналиста, работающего в мультимедийном СМИ, должна быть способность создания контента, в котором изначально заложена возможность адаптации к разным платформам[4]».

Цифровые компетенции всё больше становятся интересны не только исследователям, но и работодателям. Это способность к анализу данных, интерпретация этих данных и предоставление их аудитории. Это именно те качества, по мнению Василия Гатова, которые ценит работодатель [5].

Следует выделить некоторые компетенции « сетевого » журналиста: Цифровые компетенции сетевого журналиста включают:

1. Владение мультимедийными форматами: умение работать с текстом, аудио-, видео- и графическими материалами для создания контента.
2. Навыки интернет-исследований: способность проводить эффективные поиски информации в сети, оценивать ее достоверность и релевантность.
3. Умение работать с социальными сетями и онлайн-платформами: использование социальных медиа для распространения информации, взаимодействия с аудиторией и сбора новостей.

4. Цифровая грамотность: понимание основных принципов работы цифровых технологий, умение эффективно использовать программное обеспечение и онлайн-инструменты.

5. Базовые навыки визуальной коммуникации: способность создавать привлекательные и информативные графические элементы для иллюстрации материалов.

6. Разработка и редактирование контента для онлайн-публикаций: умение адаптировать контент под различные цифровые форматы и платформы, включая веб-сайты, блоги, социальные сети и мобильные приложения.

7. Базовые знания по защите данных и цифровой безопасности: осведомленность о возможных угрозах и методах защиты личной информации и данных пользователей.

8. Этическое поведение в онлайн-журналистике: соблюдение профессиональных стандартов и правил этического поведения в сети, в том числе относительно правил цитирования, использования и обработки информации, а также защиты конфиденциальности и достоинства личности. Стоит отметить, что аудитория играет важную роль в создании контента. Пользователи снимают видео, фото, делают короткие записи в социальных сетях, что помогает журналисту ориентироваться в огромном потоке информации, перерабатывать ее намного быстрее. Это явление Мануэль Кастельс, Майкл Паркс и Брегтье ван дер Хаак назвали «пользовательский контент». Это фотографии, видео, текстовые комментарии и другие материалы, которые оказываются в пользовании СМИ благодаря соучастию аудитории.

Гражданские журналисты увеличивают возможность узнавать изменения событий в глобальном масштабе. Однако, все эти «любительские» сообщения требуют проверки фактов, достоверности информации.

#### ЛИТЕРАТУРА:

1. Гатов, В. Будущее журналистики / В. Гатов // <http://newmedia2016.digital-books.ru/kniga/budushhee-zhurnalistiki>

2. Паркс, М. Будущее журналистики: сетевая журналистика / М. Паркс // <http://newmedia2016.digital-books.ru/kniga/budushhee-zhurnalistiki-setevaya-zhurnalistika/>

3. Кастельс, М., Паркс, М., ван дер Хаак, Б. // <http://newmedia2016.digital-books.ru/kniga/budushhee-zhurnalistiki-setevaya-zhurnalistika/>

4. Маматова Я., Косимова Н. Комментарийная журналистика. -Ташкент, 2022, -74

с.