

Борис Потятиник

### **Журналістика: занепад, порятунок, золота ера**

Текст містить:

а) скорочену і модифіковану для науково-популярного видання версію «Медіатизація без журналістики» (її опубліковано на сторінці «МедіаКритики» -

<http://www.mediakrytyka.info/ohlyady-analytyka/mediatyzatsiya-bez-zhurnalistyky.html>

б) повну версію дослідження (препринт)

а)

Борис Потятиник

### **Медіатизація без журналістики**

Такий заголовок звучить дещо дивно. Навіть абсурдно. Більшість з нас звикли вважати, що медіатизація як така, власне почалася з журналістики. Що журналістика є її осердям.

Логічний ланцюжок на користь цього виглядає цілком переконливо. Медіатизація, з нашого погляду, – це інтенсифікація семіотичних потоків за рахунок комунікаційної техніки, як от преса, радіо, телебачення, інтернет. Така інтенсифікація призвела до революційного за своєю суттю перерозподілу соціальної інформації. Замість усного мовлення в структурі людського сприйняття починають домінувати інформаційні потоки, ґенеровані масмедіа. Це добре видно, починаючи з 70-х рр. ХХ ст., коли перегляд телебачення у пересічної особи міг брати 4-5 годин щоденно. Відраховуючи час на сон і роботу, отримуємо лев'ячу пайку щоденної інформації з електронних джерел, яка за часом значно перевищувала міжособистісне спілкування.

Є сенс розглядати цей процес семіотичної інтенсифікації з перспективи семіоцентризму. Точніше, доповнити антропо- чи, скажімо, теоцентричний підходи семіоцентричним, коли люди радше є не суб'єктом, а знаряддям і об'єктом цієї інтенсифікації. Кожен – від кінопродюсера до звичайного споживача інформації – підпорядковується панівному дискурсу, який власне спрямовує комунікацію і діяльність більшості людей відповідно до панівних трендів – семіотичних потоків. Ці потоки або проекти, що саморозгортаються, експлуатуючи людські та машинні інструменти, визначають індивідуальний соціально-культурний розвиток кожної людини і поступ цивілізації загалом.

Найбільш промовистим прикладом такого семіотичного проекту, що саморозгортається, є Інтернет. Ідейні початки його губляться в 40-80-их рр. минулого століття, ускладнюючи визначення «батька-засновника», оскільки окремі ідеї стосовно всесвітньої комп'ютерної мережі наче «витали в повітрі». Та й, зрештою, ті вчені, які вважалися винахідниками Мережі, і приблизно не могли передбачити, як ця інформаційна система буде розвиватися. Тим не менше Інтернет залучив у свою орбіту мільярди людей та електронних машин і гігантські фінансові ресурси. Втім і сьогодні прогнози дають лише приблизні й уривчасті візії його розвитку, відверто зізнаючись, що ніхто достеменно не знає, як виглядатимуть, скажімо, нові медіа, через 5-10 років. У такий спосіб мимоволі підтверджуємо «автономність» чи, сказати б, в певному

розумінні, незалежність семіотичних процесів від людей, від нас з вами. Втім, ці процеси, як не парадоксально, саме через нас і здійснюються. Це стосується і медіатизації.

Думка про те, що ми безнастанно перебуваємо в полоні дискурсів, не нова. Ще Генріх Гайне писав: «Не ми хапаємо ідею, а ідея схоплює і жене нас на арену, щоб ми, як невільники-гладіатори, билися за неї. Так буває з усяким істинним трибуном або апостолом».

У ХХ ст. ключовим для постструктуралізму став есей Ролана Барта «Смерть автора» (*Roland Barthes, La mort de l'auteur, 1967*). На початку есею Барт аналізує цитату з новели Бальзака, у якій висловлено романтичне захоплення жінкою. Питання, кому належить це висловлювання – Бальзакові, його персонажу чи загалом впливає з дискурсу епохи? – залишається відкритим. Письменник, подібно до давніх оповідачів казок, як вважав Барт, є лише скриптором, медіатором, який передає, компонує і перокомпоновує фразменти, які трапляються на очі і спадають на думку. Причому ці фрагменти походять з різних сфер і культур, вступаючи – в уяві письменника – у стосунки співдії чи конкуренції. У згаданому есеї Барт підкріплює свої міркування поезією Маларме, який відверто виступав за те, щоб усунути культ автора з поезії, вважаючи правдивим автором власне мову.

Таким чином упродовж тривалого часу виникали і виникають здогади, спостереження, які стосуються влади дискурсу і, беручи ширше, мови над людською психікою.

З такого погляду, запроваджене нами поняття семіоцентризму лише підштовхує до теоретичного оформлення численних здогадів і спостережень в згаданому напрямку. У такій семіоцентричній перспективі медіатизацію можна розглядати, як самовільне, незалежне від волі людини наростання семіотичних потоків.

Таке бачення відрізняється від усталеного розуміння медіатизації.

Шведський дослідник Кент Асп (*Kent Asp*), як вважається, першим почав вживати це поняття на позначення процесів все більшої залежності політичної сфери від медіа. Втім, ґрунт для нього підготували вчені маклюгенівської школи, зокрема Ніл Постмен (*Neil Postman*), який у своїй найвідомішій книзі "Насмішити себе до смерті" переконливо показує, як телебачення, з огляду на свою візуальну, кліпову, калейдоскопічну природу, надає культурному, політичному, навіть релігійному дискурсу все більш розважального характеру. Відповідно вихована упродовж років аудиторія схильна ігнорувати все, що не здатне розсмішити, що не є "фаном", розвагою, "приколом". Закономірно, що ці процеси з часом призводять до того, що найуспішнішими кандидатами на вищі державні посади в різних країнах світу стають шоумени та професійні коміки. Клікбейт та короткі, емоційно насичені фрази в рекламних кліпах замість аналітично розроблених політичних програм -- теж з цього репертуару.

Та й знамените "*medium is the message*" Маршала Маклюгана (*Marshall McLuhan*) разом з його розумінням електрики як комунікації є наче провісниками критичного аналізу не тільки телебачення, але й Інтернету, зокрема соціальних мереж як чинників медіатизації.

Втім, перейдемо до журналістики.

Медіатизацію – як теорію і явище -- завжди пов'язували із засобами масової інформації (ЗМІ) чи засобами масової комунікації (ЗМК), куди традиційно зараховували пресу, радіо і телебачення. Звісно, що на шпальтах газет упродовж століть була реклама, оголошення й офіціоз від державних установ, які власне журналістикою не є. Це стосується також радіо і телебачення. Проте реклама завжди сприймалася таким собі доважком, який забезпечує медіа фінансову незалежність, а отже й об'єктивність та неупередженість. Адже реклама є альтернативою до спонсорської допомоги з боку політичних чи фінансово-економічних груп, олігархів чи просто грошових мішків.

Звісно, поняття "журналістика" ніколи не було синонімом "ЗМІ". Проте, з описаної перспективи, журналістика була найважливішим компонентом. За аналогією можемо сказати, що преса у точному визначенні теж не є синонімічною до журналістики. Втім, ми сприймаємо як належне написи "преса" в журналістських посвідченнях, на прес-конференціях, на шоломах чи бронезилетах журналістів у гарячих точках планети.

Отже, журналістика, з цього погляду – центральний і найбільш потужний чинник медіатизації.

Здавалось би, процеси медіатизації мали би посилити значення і вплив у суспільстві медійних осіб, зокрема журналістів. Але сталося навпаки. Журналістика починає наче випадати з медіатизації. До цього спричинилися принаймні два головні чинники:

1. Розмивання межі між професійною журналістикою та аматорством. Розвиток в Інтернеті блогосервісів і соціальних мереж, які дозволили політикам і всім зацікавленим висловлювати свої погляди без посередництва журналістів, внаслідок чого кожен отримав потенційну можливість бути не тільки автором, а й видавцем. Самопублікація стала масовою і повсюдною. Історія з колишнім керівником Офісу Президента Андрієм Богданом, який наполягав на тому, що журналісти більше не потрібні і офіс спілкується з народом безпосередньо, є доволі промовистою.
2. Ці ж соціальні мережі та пошукові системи дозволили рекламодавцям напряму (без посередництва медіа) спілкуватися зі своєю аудиторією.

На межі тисячоліть, точніше ХХ і ХХІ ст., набуло популярності словосполучення «кінець журналістики» (*the end of journalism*), яке власне й стало об'єктом невеликого дослідження. Ми відібрали (відповідно до певної методики) й проаналізували близько 50 публікацій, переважно в англomовному секторі.

### **Загальне тло**

Тут варто зауважити, що поширення згаданого терміну відбувалося на певному тлі, на межі другого і третього тисячоліть, коли кількість найрізноманітніших словосполучень зі словом «кінець» почала суттєво зростати: кінець роботи, кінець демократії, кінець історії та інші (див. напр. *Francis Fukuyama, The End of History and the Last Man, 1992*). Межа тисячоліть, попри всю умовність календаря, доволі часто в історії корелювала з есхатологічними очікуваннями. «Наша остання година» – так називається книга британського астронома Мартіна Різа (*Martin Rees, Our Final Hour*), у якій стверджується, що вірогідність загибелі людства до 2100 р складає 50%. Інші

апокаліптичні заголовки відомих книг говорять про «Наш останній винахід: штучний інтелект і кінець епохи людей» (*Our Final Invention: Artificial Intelligence and the End of the Human Era*) «Кінець: що наука й релігія розповідають про апокаліпсис» (*The End: What Science and Religion Tell Us about the Apocalypse*) та безліч подібних. На цьому тлі словосполучення «кінець журналістики» виглядає цілком закономірно.

Втім, у 2000 думка про кінець журналістики здебільшого сприймалася скептично. Стаття «Дигіталізація та новини» авторства Ненсі Гікс (*NiemanReports*), взагалі заперечує, що «кінець журналістики» – реальна загроза професії: «Кінця журналістського світу ще не видно». Єдине, з погляду авторки, до чого треба готуватися, то це до того, що з наступом цифрової революції змінюється спосіб, у який ми збираємо інформацію і продукуємо новини. Навіть саме поняття *новини* потребуватиме переосмислення. У цьому контексті викликає побоювання питання якості журналістики, яка може постраждати у процесі технологічної лихоманки.

Ця публікація, як можна висувати з нашого огляду, є типовою для першого п'ятиріччя XXI ст., коли особливої тривоги за долю журналістики загалом ще не відчувалося.

Тут немає можливості подати якісний і кількісний аналіз майже п'яти десятків відібраних публікацій за період 2000 – 2020 рр. (повний текст з усіма покликаннями подано окремо). Тож обмежимося тільки кількома найбільш промовистими.

## **Іронія**

Журналістика, як прийнято вважати, живиться сенсаціями, а кінець тисячоліття та апокаліптичні очікування власне і можна розглядати як важливий різновид сенсацій. Такою ж поживою для журналістики є дедалі швидший темп змін – технологічних і, вслід за ними, соціальних та політичних. Власне зміни є подіями, і чим їх більше, тим більше праці мають ньюзруми.

У цьому сенсі можна стверджувати, що журналістика, орієнтована на сенсаційну подачу новин, захоплено писала про кризові явища і всілякого роду «кінці», зокрема і про свій власний кінець, мабуть, не дуже в нього й вірячи. На рівні щоденної редакційної рутини така публікація – усього лиш спосіб збільшувати популярність конкретного видання. Таким чином, з певною долею парадоксальної іронії можна зауважити, що тема власного кінця розглядалася у ньюзрумах як доволі клікабельна. Тобто така, що поруч з іншими клікбейтними темами, є вигідною з фінансового погляду і, отже, може відтермінувати цей кінець.

Попри певну грайливість ставлення медіа до окресленої теми не варто заперечувати того факту, що низка кризових явищ, про які піде мова нижче, є цілком реалістичними і навіть зловісними провісниками її кінця.

Магія трьох нулів 2000 року, як уже згадувалось вище, додала суспільству апокаліптичних настроїв. Втім, це мало зачепило журналізм як професію. Навпаки, у результатах пошуку знаходимо оптимістичні нотки. Скажімо, Том Ріган у статті «Технологія змінює журналістику» (*NiemanReports*) стверджує, що базові елементи, які формують «доброго журналіста і добру журналістику», ніколи не зазнають змін. Пошук цікавої історії, розслідування, аналіз зібраного матеріалу, інтерв'ю, коментарі та вчасна подача завершеного матеріалу – усі ці елементи, як і

раніше, залишаються важливими, не кажучи вже про ретельність і правдивість в подачі інформації. «Однак тепер, окрім тексту, журналіст також має генерувати аудіо та відео, роблячи це доступним на різних платформах так швидко, як тільки можливо». Одночасно йдеться про інтерактивність, безперервне спілкування з колегами і читачами у чатах і форумах. Головне, що змінюється — це стосунки між усіма учасниками інформаційного процесу.

Ще тоді, майже 20 років тому, автор писав, що не варто зосереджуватися на самому лише *WWW*, а не забувати також про рідери (*e-books*), мобільні телефони та інші портативні пристрої. Звісно, роздільна здатність дисплеїв портативних пристроїв та їх висока ціна, як вказує автор, для багатьох була тоді, проблемою, проте Ріган оптимістично дивиться на подолання цієї перешкоди в найближчому майбутньому. Водночас він картає журналістів за те, що вони побоюються перемін, які несе технологія і закликає «застібнути ремені безпеки». Останні речення статті не те що тривожні, але налаштовують на те, щоб приготуватися до усіляких несподіванок: «ласкаво просимо до журналістики майбутнього».

### **Руйнування фортеці**

Особливо резонансною у 2009 р. була публікація директора *BBC World Service* Пітера Горрокса «Кінець фортеці на ім'я Журналістика». Автор закликає до переоцінки того, як функціонує журналістика. Але чому він вживає метафору «фортеця»? На думку Горрокса, раніше світогляд журналістів формувався в умовах, які викликали асоціації з фортецями – інституціями, які були сповнені відчуття власної гідності і наче ховали журналістів за товстими мурами, що захищали їх від зовнішнього впливу.

«Фортечне» життя передбачало надійний правовий захист і створення гідних умов праці, включно з надійною фінансовою підтримкою журналістських розслідувань та інших матеріалів, гвисоку зарплату, утримання великих штатів редакцій та закордонних представництв. Конкуренція між редакціями забезпечувала високу якість інформаційного продукту. Журналістів, які опинялися в скрутних обставинах через свої публікації чи розслідування, ніколи не залишали напризволяще. Якщо вони ставали жертвами авторитарних режимів за кордоном, до для їхнього порятунку задіявали як новинні організації чи професійні журналістські спілки, так і дипломатичні канали. Усе це забезпечувало функціонування того, що було прийнято називати дорогою або сильною журналістикою (*strong journalism*). І усе це нині, на думку автора, вже у минулому. Дохід, який взмозі генерувати редакції, переважно не покриває витрат на оплату праці, поліграфію, обладнання студій. А тому професія журналіста, її культура і філософія вимагають глибокого переосмислення.

Симтоматично, що 2011 року у світ виходить книга під назвою «Кінець журналістики» (*The End of Journalism: News in the Twenty-First Century, New edition by Alec Charles*).

Деякі аналітики, як от Павел Лісіцкі, колишній головний редактор польського тижневика *Uważam Rze*, припускають, що у ситуації трансформації більше шансів на виживання має нечисленна когорта аналітиків та публіцистів, оскільки новинна журналістика може переходити до сфери комп'ютерних алгоритмів та штучного інтелекту. І навпаки, авторська журналістика зміцнюватиме свої позиції.

## Що ж нам пропонував 2014?

Джо Пінскер у часописі *The Atlantic* порушує тему впливу штучного інтелекту на журналістику. Аналізуючи роботу алгоритму *Automated Insights*, який творить десяток журналістських матеріалів за секунду, автор висловлює парадоксальну думку, що людина часто виступає у ролі комп'ютера, який постачає для «мислячого» алгоритму цифри та інші дані. На думку автора, люди, усвідомлюючи цю ситуацію, матимуть додатковий стимул для творчої, недосяжної для штучного інтелекту, праці.

У статті Майкла Розенблюма «Кінець журналістики» на електронних шпальтах *HuffPost* (2015) йдеться про те, що через погіршення фінансово-економічних умов професія перетворюється у свого роду духовний стан чи чернечий орден, у коло людей виняткового складу, які готові важко працювати за невелику оплату. Але, за іронією, продовжує автор, ще ніколи у світі не було стільки журналістів як нині. Ними переповнений інтернет – від *Instagram* та *Facebook* до *Twitter*. Люди масово звітують про те, що твориться у їхніх світах чи світках. Усе переповнене інформацією, що робить застарілим багато речей з журналістських практик минулого. Як от закордонний кореспондент, концепція якого зародилася у XIX ст. Ідея полягала у тому, щоб журналіст *The Times* чи *CNN* летів на місце події й надсилав звітти нехай і поверхові, але вартісні для читача репортажі. Іншого способу оперативно розповісти про гарячі події, окрім такого десантування, (*parachute-into-the-war-zone kind of reporting*) не існувало. Проте сьогодні закордонні кореспонденти, на думку автора, фактично не потрібні. Ось ми бачимо групу сирійських біженців. У руках майже кожного – смартфон, за допомогою якого вони діляться зі світом фотографіями, відео, текстом стосовно того, що з ними відбувається. У такий спосіб йде радикальна демократизація журналістики. Цей мегарепортаж твориться безперервно, година за годиною, хвилина за хвилиною. Уся ця інформація є в мережі, але, як іронізує автор, навряд чи ми, пересічні громадяни іншої країни, коли-небудь побачимо це. Ми радше будемо дивитися, як «наша людина», поїхавши за тисячі кілометрів, щось розповідає нам з мікрофоном у руках з місця події.

## Чи є загрозою для журналістики роботи?

Відповідь на це питання читаємо у матеріалі «Робо-репортери: чи це кінець журналістської історії?» (Symposium.org, 2017). Йдеться про китайського робота-гуманоїда, який здобув певний розголос, коли у квітні 2017 зробив репортаж з агенції Сінхуа та провів інтерв'ю з редактором часопису *Wired*. Втім, автор оцінює творчі можливості робота як доволі скромні і робить висновок, що автомати та програми такого типу радше можуть допомагати редакціям в рутинній роботі й пошуку інформації. Власне агенції *AP* та *Reuters* вже використовують алгоритми для написання новин зі світу спорту чи фінансів, де йдеться про узагальнення певних результатів (спортивних матчів, аукціонів тощо). Причому один з перспективних роботів, на якого виділила фінансування компанія *Google*, може продукувати до 30 000 інформацій на місяць. Втім, жоден з цих матеріалів, як переконує нас автор, не виграє пулітцерівської премії, оскільки алгоритми нездатні продукувати по-справжньому яскраві історії чи інтерв'ювати людей, які опинилися, скажімо, в місцях природних катаклізмів чи гуманітарних катастроф.

Звісно, з автором можна посперечатися з приводу творчості: адже вже на той час, у 2017 році штучний інтелект писав поезії, творив картини чи музику.

І хоча нам, а тим паче людям в гарячих точках планети вкрай незвично було би давати інтерв'ю роботів, але тут радше йдеться про стереотипи, яких важко позбутися. Якби таке інтерв'ю проводили телефонічно і респондент не помічав, що голос вміло генерований ШІ, то таких проблем і не виникало би.

У даному разі автор публікації, як бачимо, відображає домінуючий настрій свого часу і навіть користується спеціальним онлайн-інструментом-калькулятором «Чи відбере робот у мене роботу?» (*Will Robots Take My Job?*), який оцінив таку вірогідність для журналістів у 11%. Тобто імпліцитна відповідь на питання, винесене у заголовок, негативна: роботи не є загрозою для журналістики, а тим паче не провіщають її кінця.

Рой Грінслейд, колумніст *Guardian* та професор журналістики *City University* у своїй лютневій (2019) колонці «Журналістика занепадає, але чи є світло в кінці тунелю?» розглядає як песимістичну (нас чекає світ без журналістики) так і оптимістичну версії майбутнього журналістської професії. Останню, на його думку, підтримують люди двох категорій. До першої належать традиційні оптимісти з міркуваннями на кшталт «якось воно буде», в душі вони вважають, що вихід врешті-решт знайдеться, навіть якщо це буде на межі фантастики чи магії. До другої належать гугломани, які засвоїли мантру цифрової революції «оновлюйся або вмирай».

У статті розглянуто різні варіанти фінансування редакційних колективів, передусім тих, які досі випускають свій інформаційний продукт у двоякій формі: онлайн і традиційним друком. Саме такого типу редакції досі продукують найбільшу кількість якісного журналістського контенту, більше, ніж радіо, телебачення та сайти разом узяті.

Останнім часом багато уваги приділялося системі мікроплатежів за доступ до окремих публікацій. Отож, автор згаданої статті одразу переходить до більш свіжих ідей. Одна з них – «вільна стіна» (*Free Wall* замість *Pay Wall*). Читачеві пропонується якась одна реклама, яку він має переглянути і відповісти на уточнююче питання під нею – рекламодавець має переконатися, що читач зрозумів рекламу. Після цього йому надається доступ до бажаної публікації.

Наступна техніка полягає в заохоченні передплати -- створенні віртуального гаманця, який надаватиме доступ до різноманітних сервісів, зокрема й до журналістських. Причому при допуску до сервісу і перегляді заголовків чи лідів оплата не знімається. Можливо, психологічний розрахунок полягає у тому, що цей метод спрощує і полегшує систему оплати. Фактично, зайшовши на сайт якогось видання, читач не змушений робити зайвих кроків з оплатою, скажімо, за допомогою банківської карти.

Окрім того, як завжди важливою залишається добродійна підтримка. Це зокрема, стосується і *The Guardian*. Упродовж трьох років, як стверджується у статті, понад мільйон читачів зробили добродійні внески. З них 500 000 роблять це регулярно.

Як слушно зауважує автор на завершення, ніхто не може мати певності стосовно того, яка із згаданих фінансових моделей спрацює. Врешті, вони, ці моделі можуть взаємно доповнювати одна одну. І, головне, вони можуть давати журналістам надію, що є світло в кінці тунелю, яким ми йдемо вже близько 20 років.

Доволі цікавим є порівняння власного журналістського досвіду Франка Каталано (*Geekwire.com*, 2019), який покинув журналістику у кінці 80-х ХХ ст. і вирішив повернутися до цієї професії 30 років по тому. Наш герой побачив багато змін. Причому не завжди приємних для журналістів. Наприклад, люди нині значно гірше розуміють журналістську роботу. Можливо, це пов'язано з тим, що журналістів просто стало менше через скорочення редакцій великих медіа-організацій і зникнення місцевих газет. Тобто раніше багато-хто мав журналістів серед своїх знайомих, друзів чи приятелів. Тепер ситуація змінилася. Відповідно загалом не надто ознайомлений з цінностями і правилами журналістської професії.

Мабуть, це одна з причин того, що автору часто пропонували безкоштовний товар за згадку певної компанії в його матеріалі. Ті ж представники компаній після публікації телефонували з проханням поправити імідж компанії, про яку йшлося. Перед інтерв'ю доволі часто вимагали перелік питань. Не те, що цього не траплялося 30 років тому, проте зараз такі випадки стали масовішими і безцеремоннішими.

Автора також турбує зниження рівня довір'я до преси. У часи його першого приходу в професію ще свіжими були в пам'яті масштабні журналістські розслідування, пов'язані з війною у В'єтнамі чи Вотергейтським скандалом. Відповідно у популярній культурі, зокрема в кінематографі, серед улюблених героїв публіки були журналісти – безкомпромісні борці за правду, як наприклад, у стрічках *Broadcast News*, *All the President's Men*, *The Killing Fields* та подібних.

Загалом, підсумовує автор, нині вибір журналістського фаху потребує більше відваги і рішучості, ніж тридцять років тому.

Більш ґрунтовно підходить до теми Том Тревінард у своїй квітневій (2020) публікації в *NiemanLab* «Коронавірусна криза врешті закінчиться, але розподілений ньюзрум залишиться». Спочатку автор реалістично описує основні проблеми медіагалузі. З наступом *COVID-19* розповсюдилися правила соціального дистанціювання, обмеження на подорожі, що не могло не позначитись на журналістах. Але медіа також зазнали ударів, пов'язаних зі скороченням штатів редакцій, передплати, рекламних надходжень, з відпустками за свій коштом, зменшенням зарплатні. Причому це відбувалося в безпрецедентних масштабах.

Разом з тим, на думку автора є речі, які несуть у собі ознаки позитивних перемін. Зокрема йдеться про розподілені чи розпорошені команди (*distributed teams*). Цим терміном позначено практики віддаленої редакційної роботи. Звичайно такі розпорошені команди складають різкий контраст до звичних редакційних практик, які оберталися навколо чітко окреслених фізичних просторів – ньюзрумів з їхнім гамірним обговоренням нових тем, розслідувань і новин, з блимаючими моніторами комп'ютерів й телевізорів. Так, справді важко буде розпрощатися з такими сценами, які зайняли своє місце навіть в популярній культурі та кінематографі. Проте є й



бонуси: зменшення витрат на оренду, страхування та утримання приміщень, комунальні послуги, охорону та штат прибиральників.

Звісно, дистанційна робота передбачає певні витрати на програмне забезпечення та обладнання для співробітників, але їхня вартість не йде ні в яке порівняння з коштом фізичної підтримки роботи повноцінного традиційного офісу.

У лютневій статті в *Guardian* Віктор Пікард, професор знаменитої Аненберзької Школи журналістики з Пенсильванського університету й автор книги «Демократія без журналістики?» (*Democracy Without Journalism?*), констатує колапс «четвертої влади», пропонує розпочати великий суспільний діалог на цю тему. Автор не покладає особливих надій на ринкові інструменти порятунку журналістики. Натомість робить акцент на суспільну фінансову підтримку (*Public Funds*). З 2001 року редакції втратили половину співробітників. А тим часом не підлягає сумніву факт життєвої важливості преси для функціонування демократії. І оскільки процес занепаду не вдається зупинити, то сподіватися можна лише на велику за обсягами централізовану допомогу суспільства загалом і держави зокрема. Медіа мають підтримуватися подібно до того, як підтримувалися поштовий сервіс чи публічні бібліотеки. До речі, згадані суспільні активи можуть бути частково використані для відновлення локальних медіа.

У процесі реалізації цього задуму виникатимуть два основні питання: де брати кошти і чи не буде така модель означати більшу залежність медіа від держави.

Щодо другого питання, то діяльність суспільних мовників, як от *National Public Radio* у США чи *BBC* у Великобританії та багатьох інших, засвідчує, що вони не уникають критики влади і, отже, розвіюють сумніви щодо їхньої потенційної незалежності від держави в оперативній діяльності. Нерідко вони навіть більш критичні до владних інституцій, ніж їхні комерційні «родичі».

Що стосується фінансування, то можна оподатковувати такі платформи як *Google* чи *Facebook*, комунікаційні девайси, продавати спеціальні комунікаційні ваучери, які даватимуть власникам доступ до потрібної їм інформації тощо.

Як бачимо, загальний настрій публікацій не такий песимістичний, як можна було очікувати. Адже усі проблеми медіаіндустрії, про які йшлося в попередні два десятиліття, не тільки не зникли, але й загострилися у зв'язку зі світовою пандемією. Тобто криза, певною мірою, сприймається як шанс на пошук нових рішень.

### **У тематиці «кінця журналістики» можна виділити кілька напрямів.**

Першим є відстоювання унікальної цінності журналістики як професії і як феномену, який формувався упродовж майже п'яти століть та сформував свій етос якісної, соціально відповідальної журналістики й відповідну фахову парадигму професійних стандартів зі збору, верифікації інформації та публіцистичного аналізу.

Друге – констатація економічної кризи журналістики і пошук моделей виживання.

Третє – наступ штучного інтелекту і його взаємодія з журналістикою (як інструментальне використання в журналістській роботі, так і загроза витіснення *homo sapiens* з ринку

журналістських послуг). Останнє резонує з нашими уявленнями про семіотичну експансію, темпи якої дедалі більше перевищують фізіологічні можливості людини і ставлять під сумнів її доцільність у цьому процесі.

Повну версію статті під назвою «Журналістика: занепад, порятунок, золота ера» вміщено в репозитарії УКУ - <https://er.ucu.edu.ua/>

## **Повна версія дослідження**

Борис Потятиник

### **Журналістика: занепад, порятунок, золота ера**

#### **Актуальність проблеми.**

Велика кількість публіцистичних та наукових текстів упродовж останнього двадцятиріччя стосуються кризових явищ і трансформаційних процесів у сучасній журналістиці.

#### **Методологія і вибірки.**

Пошук і відбір публікацій вівся за словосполученням The End of Journalism на різних пошукових платформах з різними пошуковими алгоритмами (перехресний пошук). Наприклад, якщо йдеться про Ask.com, то разом з Теомо ця система використовує HITS algorithm. Унікальна властивість Теомо -- алгоритм популярності покликань. Втім, на противагу гуглівському механізму PageRank, Теомо застосовує технологію Subject-Specific Popularity, аналізуючи посилання з врахуванням тематичного контексту. Ці та інші особливості призвели до зацікавлення ресурсом і врешті підштовхнули компанію Ask.com до купівлі і ребрендингу Теомо (ExpertRank). З іншого боку, чимало елементів Теомо перед тим розроблялися в компанії IBM, яка запустила свій пошуковий сервіс під назвою CLEVER Project, який теж застосовує вже згаданий вище HITS algorithm (Hyperlink-Induced Topic Search). Згадки вартує Hummingbird – алгоритм, який запровадив Google 2013 р. Ця важлива алгоритмічна зміна полягала у більшому застосуванні природних мов і зменшенню значення ключових слів, добираючи які, можна було доволі легко оптимізувати сайт і його контент, штучно збільшуючи їхню «видимість» в Мережі. Наступний пошуковий алгоритм TrustRank використовує компанія Yahoo. Особливість TrustRank полягає кращому відсіюванні спаму в процесі ранжування вебсторінок.

Таким чином, поєднання різних пошукових алгоритмів, з погляду методології формування текстової вибірки, забезпечує певний ступінь об'єктивності в доборі публікацій для якісного аналізу. Критерієм, який ми тут застосовували, була поява покликання на публікацію принаймні у трьох пошуковиках у першій десятці позицій, за винятком тих позицій, які йшли на правах реклами.

Для верифікації Page Rank (PR ) ми користувалися ресурсом <https://checkpagerank.net/>, який присвоював обраним веб-сторінкам найвищі рейтинги в діапазоні між 8 та 10. Як відомо, PageRank (PR) виводиться на основі кількості і якості посилань, які пов'язані о обраним ресурсом, і ранжуванням його на умовній шкалі важливості. Значення PR для сторінки A обчислюється за формулою:

$$PR(A) = (1 - d) + d \sum_{i=1}^n \frac{PR(T_i)}{C(T_i)}$$

де  $T_1 - T_n$  – сторінки, що покликаються на сторінку  $A$ .  $d$  -- коефіцієнт демпінгу, значенням якого знаходяться в проміжку між 0 та 1, і пересічно має значення 0.85. Функція  $C(T)$  дорівнює кількості посилань, що виходять зі сторінки  $T$ .

### Огляд публікацій

Словосполучення «кінець журналістики» упродовж обраного для дослідження відрізка часу виглядає доволі популярним. Якщо його англomовний еквівалент -- The End of Journalism – задати різним пошуковим механізмам, то кількість результатів, залежно від обраного пошуку, може сягати 300 000 000.

Але одна справа – публікації в Мережі, у яких є це словосполучення, і зовсім інша – цільові запити в пошукових системах на цю тему. Тобто згадок в мережі дуже багато. Але людей, які цілеспрямовано шукали такі публікації, відносно небагато. Про це свідчить статистика Google Trends, яка публічно доступна з 2004 р. Сплески зацікавленості припадають на лютий 2004 та травень 2005 (відповідно 94 та 100 запитів). Усі наступні роки маємо вдвічі менше запитів -- до 50.

(<https://trends.google.com/trends/explore?date=all&q=the%20end%20of%20journalism>). До того ж географія пошуку майже не виходить за межі США. Якщо змінимо категорію з "пошуку в інтернеті" на "пошук новин", то пік зацікавлення припадає на 2016 р.

З цього можна зробити висновок, що пошуком за згаданим словосполученням займалися нечисленні особи, скоріше усього журналісти або науковці, що контрастує з великою кількістю згадок "кінця журналістики" упродовж згаданого періоду.

Тут варто зауважити, що поширення згаданого терміну відбувалося на певному тлі, на межі другого і третього тисячоліть, коли кількість найрізноманітніших словосполучень зі словом «кінець» почала суттєво зростати: кінець роботи, кінець демократії, кінець історії та інші (див. напр. Francis Fukuyama, The End of History and the Last Man, 1992). Межа тисячоліть, попри всю умовність календаря, доволі часто в історії корелювала з есхатологічними очікуваннями. «Наша остання година» -- так називається книга британського астронома Мартіна Різа (Martin Rees, Our Final Hour), у якій стверджується що вірогідність загибелі людства до 2100 р складає 50%. Сама книга вийшла в світ у 2003 р. Інші апокаліптичні заголовки відомих книг говорять про «Наш останній винахід: штучний інтелект і кінець епохи людей» (Our Final Invention: Artificial Intelligence and the End of the Human Era) «Кінець: що наука й релігія розповідають про апокаліпсис» (The End: What Science and Religion Tell Us about the Apocalypse) та безліч подібних.

На цьому тлі словосполучення «кінець журналістики» виглядає цілком закономірно. І не тільки тому, що есхатологічні настрої увійшли в моду. Журналістика, як прийнято вважати, живиться сенсаціями, а кінець тисячоліття та апокаліптичні очікування власне і можна розглядати як важливий різновид сенсацій. Такою ж поживою для журналістики є дедалі швидший темп змін – технологічних і, вслід за ними, соціальних та політичних. Власне зміни є подіями, і чим їх більше, тим більше праці мають ньюзруми.

У цьому сенсі можна стверджувати, що журналістика, орієнтована на сенсаційну подачу новин, захоплено писала про кризові явища і всілякого роду «кінці», зокрема і про свій власний кінець. Мабуть, не дуже в нього й вірячи. На рівні щоденної редакційної рутини така публікація – усього лиш спосіб збільшувати популярність конкретного видання. Таким чином, з певною долею парадоксальної іронії можна зауважити, що тема власного кінця розглядалася в ньюзрумах як доволі клікабельна. Тобто така,

що поруч з іншими клікбейтними темами, є вигідною з фінансового погляду і, отже, може відтермінувати цей кінець.

Попри певну грайливість ставлення медіа до окресленої теми не варто заперечувати того факту, що низка кризових явищ, про які піде мова нижче, є цілком реалістичними і навіть зловісними провісниками її кінця.

Про це може свідчити пошук за ключовими словами The End of Journalism. Ще у 1995\97 рр. режим дослівного пошуку (verbatim) взагалі не дає позитивних результатів. Втім, якщо змінити режим з дослівного на більш вільний, то штучний інтелект пошуковика знаходить дещо тематично наближене до бажаного словосполучення. Втім, деколи помилково. Результати пошуку за 1995 рік висвітлюють матеріали про кількість загиблих журналістів (Some journalists are dying for a good story, Independent, 1995, January 3). І лише в 1997 р. отримуємо в результатах наукову статтю «Американська журналістика та занепад подієвого репортерства» на сайті факультету політичних наук Університету Пенсильванії, США (Kevin G. Barnhurst and Diana Mutz, American Journalism and the Decline in Event-centered Reporting, <https://www.polisci.upenn.edu/sites/default/files/mutz%20barnhurst%201997.pdf>). Але й тут, як бачимо із заголовка, про кінець геть не йдеться. Радше навпаки, автор стурбований зниженням кількості репортажів, які висвітлюють конкретні події.

Вихідні дані цього та інших проаналізованих текстів внесено у таблицю:

№	Рік публікації	Автори\видання	Назва публікації	URL	PageRank cPR
1	1997	Kevin G. Barnhurst and Diana Mutz	American Journalism and the Decline in Event-centered Reporting	<a href="https://www.polisci.upenn.edu/sites/default/files/mutz%20barnhurst%201997.pdf">https://www.polisci.upenn.edu/sites/default/files/mutz%20barnhurst%201997.pdf</a>	PageRank: /10 cPR Score: /10
2	1998	James W. Carey, Journalism & Mass Communication Quarterly	The Internet and the End of the National Communication System: Uncertain Predictions of an Uncertain Future \	<a href="https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/107769909807500106">https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/107769909807500106</a>	PageRank: /10 cPR Score: /10
3	2000	Tom Regan, Nieman Reports	Technology Is Changing Journalism,	<a href="https://niemanreports.org/articles/technology-is-changing-journalism/">https://niemanreports.org/articles/technology-is-changing-journalism/</a>	PageRank: /10 cPR Score: /10
4	2000	Nancy Hicks Maynard, Nieman Reports	Digitization and the News	<a href="https://niemanreports.org/articles/digitization-and-the-news/">https://niemanreports.org/articles/digitization-and-the-news/</a>	
5	2005	Sue Douglas, Independent	End of a Media Era: Farewell to Fleet Street	<a href="https://www.independent.co.uk/news/media/end-of-a-media-era-farewell-to-fleet-s">https://www.independent.co.uk/news/media/end-of-a-media-era-farewell-to-fleet-s</a>	

				<a href="http://tree-494201.html">tree-494201.html</a>	
6	2005	Jean K. Min, Nieman Report,	Journalism as a Conversation, 2005, December 15,	<a href="https://niemanreports.org/articles/journalism-as-a-conversation/">https://niemanreports.org/articles/journalism-as-a-conversation/</a>	
7	2007	Darren Rowse, Prologger	User Generated Content and the Threat to Journalism, 2	<a href="https://prologger.com/user-generated-content-and-the-threat-to-journalism/">https://prologger.com/user-generated-content-and-the-threat-to-journalism/</a>	
8	2009	Daniel C. Hallin,	Not the end of journalism history, Journalism	<a href="https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1464884909102593?journalCode=joua">https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1464884909102593?journalCode=joua</a>	
9		Peter Horrocks, BBC World Service	The End of Fortress Journalism	<a href="https://www.bbc.co.uk/blogs/theeditors/2009/07/the_end_of_fortress_journalism.html">https://www.bbc.co.uk/blogs/theeditors/2009/07/the_end_of_fortress_journalism.html</a>	
10	2009	Mercedes Bunz, The Guardian	Journalism has improved in the internet age, say media professionals	<a href="https://www.theguardian.com/media/pda/2009/sep/17/digital-media-future-of-journalism">https://www.theguardian.com/media/pda/2009/sep/17/digital-media-future-of-journalism</a>	
11	2012	Paweł Lisicki, Wirtual Media	Koniec Dziennikarstwa	<a href="https://www.wirtualnemedi.pl/arttykul/koniec-dziennikarstwa">https://www.wirtualnemedi.pl/arttykul/koniec-dziennikarstwa</a> 2012-04-27)	
12	2013	Mary Kissel, The Guardian	The decline of print doesn't mean the end of journalism	<a href="https://www.theguardian.com/commentisfree/2013/oct/29/decline-print-media-journalism-web">https://www.theguardian.com/commentisfree/2013/oct/29/decline-print-media-journalism-web</a>	
13	2014	YIng Chan,	Journalism and Digital Times: Wider Reach and Sloppy Reporting	<a href="https://giijn.org/membership-in-giijn/">https://giijn.org/membership-in-giijn/</a>	
14	2014	Joe Pinsker, The Atlantic	Algorithm-Generated Articles Don't Foretell the End of Journalism	<a href="https://www.theatlantic.com/business/archive/2014/06/algorithm-generated-articles-dont-foretell-the-end-of-journalism/373691/">https://www.theatlantic.com/business/archive/2014/06/algorithm-generated-articles-dont-foretell-the-end-of-journalism/373691/</a>	
15	2014	Bob Franklin,	Future of Journalism: In	<a href="https://www.tandfonline.co">https://www.tandfonline.co</a>	

		Journalism Studies, Volume 15, Issue 5	an age of digital media and economic uncertainty	<a href="https://doi/full/10.1080/1461670X.2014.930254">m/doi/full/10.1080/1461670X.2014.930254</a>	
16	2014	Roumen Dimitrov, Global Media Journal	Do social media spell the end of journalism as a profession?	<a href="https://www.hca.westernsydney.edu.au/gmjau/?p=799">https://www.hca.westernsydney.edu.au/gmjau/?p=799</a>	
17	2014	LNU	«Чи вмирас журналістика в Україні?»	<a href="http://mediaeco.franko.lviv.ua/podii.htm">http://mediaeco.franko.lviv.ua/podii.htm</a>	
18	2015	Michael Rosenblum, HuffPost	The End of Journalism	<a href="https://www.huffpost.com/entry/the-end-of-journalism-as_b_8358296">https://www.huffpost.com/entry/the-end-of-journalism-as_b_8358296</a>	
19	2015	Global Research	The End of Journalism in Ukraine: A Feature Interview with Anatoly Sharij,	<a href="https://www.globalresearch.ca/the-end-of-journalism-in-ukraine-a-feature-interview-with-anatoly-sharij/5448838">https://www.globalresearch.ca/the-end-of-journalism-in-ukraine-a-feature-interview-with-anatoly-sharij/5448838</a>	
20	2016	Andrey Mir,	End of story and history Mysterious symbol “-30-”: how the end of a newspaper story ends the history of newspapers	<a href="https://human-as-media.com/2016/06/08/end-of-story-and-history/">https://human-as-media.com/2016/06/08/end-of-story-and-history/</a>	
21	2016	Roj Greenslade, The Guardian	Mass Media is Over, but Where does Journalism Go from Here?	<a href="https://www.theguardian.com/media/greenslade/2016/may/31/mass-media-is-over-but-where-does-journalism-go-from-here">https://www.theguardian.com/media/greenslade/2016/may/31/mass-media-is-over-but-where-does-journalism-go-from-here</a> , 31 May, 2016	
22	2016	Kathy Kiely,	The End of Journalism or New Beginning?	<a href="https://billmovers.com/story/end-journalism-new-beginning/">https://billmovers.com/story/end-journalism-new-beginning/</a>	
23	2017	Mitchell Stephens, Politico Magazine	Goodbye Nonpartisan Journalism	<a href="https://www.politico.com/magazine/story/2017/06/26/goodbye-nonpartisan-journalism-and-good-riddance-215305">https://www.politico.com/magazine/story/2017/06/26/goodbye-nonpartisan-journalism-and-good-riddance-215305</a>	
24	2017	Zoe Stojanovic-Hill,	The death of journalism: what’s really going on?	<a href="http://honisoit.com/2017/05/the-death-of-journalism/">http://honisoit.com/2017/05/the-death-of-journalism/</a>	
25	2017	Margaret Simons,	Journalism faces a crisis worldwide – we might be entering a new dark age	<a href="https://www.theguardian.com/media/2017/apr/15/journalism-faces-a-crisis-worldwide-we-might-be-entering-a-new-dark-age">https://www.theguardian.com/media/2017/apr/15/journalism-faces-a-crisis-worldwide-we-might-be-entering-a-new-dark-age</a>	
26	2017	Katharine Viner,	A mission for journalism in a time of crisis,	<a href="https://www.theguardian.com/news/2017/nov/16/a-mission-for-journalism-in-a-time">https://www.theguardian.com/news/2017/nov/16/a-mission-for-journalism-in-a-time</a>	

				<a href="#">-of-crisis</a>	
27	2017	Steve Paikin, The Agenda TWO	The End Of the Objective Journalism?	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=f2Ax8C7B0Fw">https://www.youtube.com/watch?v=f2Ax8C7B0Fw</a>	
28	2017	Martina Fuchs, Symposium	Robo-reporters: The end of the story for journalism?	<a href="https://www.symposium.org/articles/robo-reporters-end-story-journalism">https://www.symposium.org/articles/robo-reporters-end-story-journalism</a>	
29	2018	Christopher B. Daly, The Washington Post	Journalism isn't dying. But it is changing in ominous ways	<a href="https://www.washingtonpost.com/news/made-by-history/wp/2018/07/31/journalism-isnt-dying-but-it-is-changing-in-ominous-ways/">https://www.washingtonpost.com/news/made-by-history/wp/2018/07/31/journalism-isnt-dying-but-it-is-changing-in-ominous-ways/</a>	
30	2018	Lee Drutman, The New Republic	Learning to Trust Again. "Objectivity" may never have been the right thing to look for in the media.	<a href="https://newrepublic.com/article/146895/learning-trust">https://newrepublic.com/article/146895/learning-trust</a>	
31	2018	Beth Knobel, Columbia Journalism Review	Beth Knobel, The end of investigative journalism? Not yet	Columbia Journalism Review, <a href="https://www.cjr.org/analysis/newspapers-financial-crisis.php">https://www.cjr.org/analysis/newspapers-financial-crisis.php</a>	
32	2018	Dirk Smillie, Forbes	HuffPost: The End Of Citizen Journalism? Forbes	<a href="https://www.forbes.com/sites/dirksmillie/2018/01/19/huffpost-the-end-of-citizen-journalism/#28b4b543367b">https://www.forbes.com/sites/dirksmillie/2018/01/19/huffpost-the-end-of-citizen-journalism/#28b4b543367b</a>	
33	2019		The Death of Journalism?	<a href="https://dqydj.com/the-death-of-journalism/">https://dqydj.com/the-death-of-journalism/</a>	
34	2019	Jill Lepore The New Yorker	Does Journalism Have a Future?	<a href="https://www.newyorker.com/magazine/2019/01/28/does-journalism-have-a-future">https://www.newyorker.com/magazine/2019/01/28/does-journalism-have-a-future</a>	
35	2019	Roy Greenslade, The Guardian	Journalism is foundering, but is there a light at the end of the tunnel?	<a href="https://www.theguardian.com/media/commentisfree/2019/feb/03/digital-innovators-future-funding-newspapers">https://www.theguardian.com/media/commentisfree/2019/feb/03/digital-innovators-future-funding-newspapers</a>	
36	2019	Ann Marie Lipinski, The New York Times	Revolution for Journalism — or a Death Knell?	<a href="https://www.nytimes.com/2019/01/23/books/review/alan-rusbridger-breaking-news.html">https://www.nytimes.com/2019/01/23/books/review/alan-rusbridger-breaking-news.html</a>	

37	2019	Joseph Cederwall	The End of 'Objectivity' in Journalism,	<a href="https://www.scoop.co.nz/stories/HL1902/S00066/the-end-of-objectivity-in-journalism.htm">https://www.scoop.co.nz/stories/HL1902/S00066/the-end-of-objectivity-in-journalism.htm</a>	
38	2019	Joel Mathis, The Week	The sad decline of journalism,	<a href="https://theweek.com/articles/857795/sad-decline-journalism">https://theweek.com/articles/857795/sad-decline-journalism</a>	
39	2019	Frank Catalano, Geekwire	Returning to journalism, 30 years later: Can the profession's standards survive its disruption?	<a href="https://www.geekwire.com/2019/returning-journalism-30-years-later-can-professions-standards-survive-disruption/">https://www.geekwire.com/2019/returning-journalism-30-years-later-can-professions-standards-survive-disruption/</a>	
40	2020	NiemanLab	Predictions for Journalism 2020	<a href="https://www.niemanlab.org/collection/predictions-2020/">https://www.niemanlab.org/collection/predictions-2020/</a>	
41	2020	Ben Smith, The New York Times	Why the Success of The New York Times May Be Bad News for Journalism	<a href="https://www.nytimes.com/2020/03/01/business/media/ben-smith-journalism-news-publishers-local.html">https://www.nytimes.com/2020/03/01/business/media/ben-smith-journalism-news-publishers-local.html</a>	
42	2020	Victor Pickard,	American journalism is dying. Its survival requires public funds	<a href="https://www.theguardian.com/commentisfree/2020/feb/19/american-journalism-press-publishing-mcclatchy">https://www.theguardian.com/commentisfree/2020/feb/19/american-journalism-press-publishing-mcclatchy</a>	
43	2020	Tom Trewinnard, Nieman Lab	The coronavirus crisis will eventually end, but the distributed newsroom is here to stay, April 13, 2020	<a href="https://www.niemanlab.org/2020/04/the-coronavirus-crisis-will-eventually-end-but-the-distributed-newsroom-is-here-to-stay/">https://www.niemanlab.org/2020/04/the-coronavirus-crisis-will-eventually-end-but-the-distributed-newsroom-is-here-to-stay/</a>	
44	2020	Misha Ketchell, The Conversation	AAP closure is the end of an era for unsung heroes of journalism	<a href="https://theconversation.com/aap-closure-is-the-end-of-an-era-for-unsung-heroes-of-journalism-132875">https://theconversation.com/aap-closure-is-the-end-of-an-era-for-unsung-heroes-of-journalism-132875</a> , March 3, 2020	
45	2020	Anonymous journalist,	The Slow Death of Modern Journalism	<a href="https://tribunemag.co.uk/2020/04/the-slow-death-of-modern-journalism">https://tribunemag.co.uk/2020/04/the-slow-death-of-modern-journalism</a>	



		Tribune			
46	2020	Unathi Kondile	23 March 2020: the Day SA Journalism Died	<a href="https://www.iol.co.za/news/opinion/23-march-2020-the-day-sa-journalism-died-48449392">https://www.iol.co.za/news/opinion/23-march-2020-the-day-sa-journalism-died-48449392</a>	
47	2020	James Freeman, The Wall Street Journal	The End of 'Resistance Journalism'?	<a href="https://www.wsj.com/articles/the-end-of-resistance-journalism-11589827382">https://www.wsj.com/articles/the-end-of-resistance-journalism-11589827382</a>	
48					
49					

У результатах пошуку за 1998 році отримуємо статтю «Інтернет та кінець національної комунікаційної системи (James W. Carey, The Internet and the End of the National Communication System: Uncertain Predictions of an Uncertain Future \ Journalism & Mass Communication Quarterly. 1998, March 1, URL: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/107769909807500106>). Автор резонно зауважує, що Інтернет, як глобальна комунікаційна система, прийшов на зміну національним системам, які розвинулися вкінці XIX ст, коли в розквіті була епоха залізничних колій і телеграфу. Згодом ця система була вдосконалена за допомогою радіо і телебачення. Зміна цієї системи потягнула за собою не тільки технічні новації, але й комплексну переміну медіадовкілля. Як бачимо, тональність цієї публікації далека від алармізму і має радше абстрактно-філософський характер.

Стривоженість у цей час пов'язана радше з повідомленнями про трагічні загибелі чи вбивства журналістів. Але варто розуміти, що такого роду інформація скоріш є додатковим, хай і трагічним, свідченням цінності журналістики, зокрема розслідувальної.

## 2000

Магія трьох нулів 2000 року, як уже згадувалось вище, додала суспільству апокаліптичних настроїв. Втім, це мало зачепило журналізм як професію.

Навпаки, у результатах пошуку знаходимо оптимістичні нотки. Скажімо, Том Ріган у статті «Технологія змінює журналістику» (Tom Regan, Technology Is Changing Journalism, NiemanReports, 2000, December 15, URL: <https://niemanreports.org/articles/technology-is-changing-journalism/>) стверджує, що базові елементи, які формують «доброго журналіста і добру журналістику», ніколи не зазнають змін. (But the reality is that the elements that make good journalism, and good journalists, will never change). Він згадує свого батька, який ще у 70-х роках XX ст. казав йому, що колись ми читатимемо газети на екрані телевізора. Так і сталось. Якщо йдеться персонально про автора, то він давно «перетнув свій рубікон» і працює в нових медіа. Вже тоді, у 2000, як стверджує автор, журналістика зазнала драматичних перемін. Пошук цікавої історії, розслідування, аналіз зібраного матеріалу, інтерв'ю, коментарі та вчасна подача завершеного матеріалу—всі ці елементи, як і раніше, залишаються важливими, не кажучи вже про ретельність і правдивість в подачі інформації. «Однак тепер, окрім тексту, він також має генерувати аудіо та відео, роблячи це доступним на різних платформах так швидко, як тільки можливо». Одночасно йдеться про інтерактивність, безперервне спілкування з колегами і читачами у чатах і форумах. Головне, що змінюється—це стосунки між усіма учасниками інформаційного процесу. З перспективи наступних двох десятиліть, які минули з часу публікації, можна припустити, що стосунки між автором і редакцією, між редакцією та реципієнтами, між рекламодавцями і власне журналістами – усе це було не менш

важливою зміною, ніж запровадження таких технологічних речей як мультимедійність, інтерактивність та надоперативність.

Ще тоді, майже 20 років тому, автор писав, що не варто зосереджуватися на самому лише WWW, а не забувати також про рідери (e-books), мобільні телефони та інші портативні пристрої. Звісно, роздільна здатність дисплеїв портативних пристроїв і їх висока ціна, як вказує, автор, для багатьох була тоді, у 2000 році, проблемою, проте Ріган оптимістично дивиться на подолання цієї перешкоди в найближчому майбутньому.

Автор також ділиться своїм технологічним досвідом, починаючи від начитування нового матеріалу а також програми, яка перетворює це в текст, і до передавання через нет щойно зробленого матеріалу з місця події в редакцію й обговоренням в чаті з редактором якості цього матеріалу. Автор пише про ці речі як, на той час, ще не надто доступні для більшості журналістів. Більше того, він трохи картає журналістів, що вони побоюються перемін, які несе технологія. Побоюються навіть більше, ніж інші люди, оскільки за своєю психологічною природою є більш критичними і підозріливими. Тому й закликає «застібнути ремені безпеки» і підготуватися до швидких перемін, які нас чекають попереду.

Утім, останні речення статті не те що тривожні, але налаштовують на те, щоб приготуватися до усіляких несподіванок: ласкаво просимо до журналістики майбутнього. Втім, переконайтеся, що ваші паски безпеки належно защеплено».

Інший матеріал за цей рік – «Дигіталізація та новини» авторства Ненсі Гікс Мейнард (Nancy Hicks Maynard, (Nancy Hicks Maynard, Digitization and the News, December 15, 2000, <https://niemanreports.org/articles/digitization-and-the-news/>) взагалі заперечує, що «кінець журналістики» є якоюсь реальною загрозою професії: «Кінця журналістського світу ще не видно».

Єдине, з погляду авторки, до чого треба готуватися, то це до того, що з наступом цифрової революції змінюється спосіб, у який ми збираємо інформацію і продукуємо новини. Навіть саме поняття новини потребуватиме переосмислення. У цьому контексті викликає побоювання питання якості журналістики, яка може постраждати в процесі технологічної лихоманки.

Ця публікація, як можна висувати з нашого огляду, є типовою для першого п'ятиріччя XXI ст., коли особливої тривоги за долю журналістики загалом ще не відчувалося.

Скажімо, пошук за вищезгаданим словосполученням за 2005 рік дає End of a Media Era: Farewell to Fleet Street – статтю з британської Independent про переїзд більшості редакцій з легендарної лондонської Fleet Street в інші райони британської столиці. С'ю Даглас, редактор Sunday Express, з ностальгією говорить про те, що на цій вулиці існувала ціла журналістська планета. Саме там, зайшовши до пабу, можна було одразу потрапити в товариство знаменитих журналістів Sue Douglas, Independent, End of a Media Era: Farewell to Fleet Street, 15 June 2005, <https://www.independent.co.uk/news/media/end-of-a-media-era-farewell-to-fleet-street-494201.html>). Як бачимо, тут йдеться лише про кінець особливої атмосфери, яка панувала тут щонайменше століття, коли на Флітст ріт перебували редакції найбільших національних газет. Якщо ж копнути глибше, то перші друкарні та видавництва з'явилися тут ще в XVI столітті. Тобто історія видавничо-друкарського бізнесу на цій «газетній вулиці» налічує п'ять століть. Втім, задовго перед цим, в середньовіччі вулиця була відомою з огляду на помешкання священничої еліти. І як переселення єпископів в інші райони не означало кінця релігії, так само переїзд відомих редакцій аж ніяк не дорівнює кінцю журналістики.

Приблизно в той самий час Джін Мін (Jean K. Min, Journalism as a Conversation, Nieman Report, 2005, December 15, <https://niemanreports.org/articles/journalism-as-a-conversation/>) пише про кінець

журналістики «як серйозної професії». На його думку, це пов'язано з приходом громадянської журналістики. Власне це є першою, ще доволі обережною згадкою про кінець журналістики. Щоправда з припискою: «як серйозної професії». Чи це можна трактувати так, що «несерйозній», розважально зорієнтованій, «бульварній» журналістиці нічого не загрожує? Автор не дає відповіді на це питання.

У наступні роки теж подибуємо обережні спроби заторкнути цю тему. Радше у формі запитань чи заперечень. Скажімо блогер Дарен Роуз у своєму пості за 2007 рік Darren Rowse, User Generated Content and the Threat to Journalism <https://prologger.com/user-generated-content-and-the-threat-to-journalism/> пише: «Те, що ми робимо як блогери, не означає кінець журналістики, хоч і приносить журналістам нові виклики».

Справжній вплив матеріалів, які стосуються цієї теми, починається у 2009 р. Деніел Геллін у публікації «Не кінець історії журналізму» (Daniel C. Hallin, Not the end of journalism history, \ Journalism, First Published: April 28, 2009 URL: <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1464884909102593?journalCode=joua>) розмірковує про процеси конвергенції журналістики. Згаданий автор вступає в дискусію, з одного боку якої перебувають противники конвергенції і пов'язаною з нею надмірною гомогенізацією чи навіть «культурним та інформаційним імперіалізмом», а з іншого – прихильники, які сподіваються, що конвергенція провадитиме до єдиної світової моделі медіа, базованої на досвіді США (комерціалізація, політична незалежність, фактологічність).

Особливо резонансною у цьому році була публікація директора BBC World Service Пітера Горрокса «Кінець фортеці на ім'я Журналістика» (Peter Horrocks, The End of Fortress Journalis, BBC World Service, 2009, 17 July, [https://www.bbc.co.uk/blogs/theeditors/2009/07/the\\_end\\_of\\_fortress\\_journalism.html](https://www.bbc.co.uk/blogs/theeditors/2009/07/the_end_of_fortress_journalism.html)). Автор закликає до переоцінки того, як функціонує журналістика. Але чому він вживає метафору «фортеця». На думку Пітера Горрокса, раніше світогляд журналістів формувався в умовах, які викликали асоціації з фортецями — інституціями, які були сповнені відчуття власної гідності і наче ховали журналістів за товстими стінами, що захищали їх від зовнішнього впливу.

«Фортечне» життя передбачало надійний правовий захист і створення гідних умов праці, включно з надійною фінансовою підтримкою журналістських розслідувань та інших матеріалів, гідну зарплату, утримання величезних штатів редакцій та закордонних представництв. Конкуренція між редакціями забезпечувала високу якість інформаційного продукту. Журналістів, які опинилися в скрутних обставинах через свої публікації чи розслідування, ніколи не залишали напризволяще. Якщо вони ставали жертвами авторитарних режимів закордоном, до для їхнього порятунку задіявали як новинні організації чи професійні журналістські спілки, так і дипломатичні канали. Усе це забезпечувало функціонування того, що було прийнято називати дорогою або сильною журналістикою (strong journalism). І усе це нині, на думку автора, вже у минулому. Дохід, який вимозі генерувати редакції, переважно не покриває витрат на оплату праці, поліграфію, обладнання студій. А тому професія журналіста, її культура і філософія вимагає глибокого переосмислення.

Мерседес Банц, авторка статті у The Guardian (Mercedes Bunz, Journalism has improved in the internet age, say media professionals, 2009, 17 sep. <https://www.theguardian.com/media/pda/2009/sep/17/digital-media-future-of-journalism>), як виглядає, сама дещо здивована результатами опитування серед європейських журналістів стосовно впливу інтернету на журналістику (European Digital Journalism Survey 2009). Більшість з них, незважаючи на всі труднощі, все ще люблять свою професію і навіть вірять, що європейська преса підтримує стандарти високої якості. 40 відсотків з опитаних висловились, що якість поліпшилася упродовж останніх двох років.

28 % відзначили, що тепер мають можливість більше концентруватися на аналізі подій, аніж просто на інформації. На цій підставі авторка робить висновок, що кінець журналістики прийде ще не скоро. Хоча 32 % опитаних допускають, що їхні видання чи ТБ або радіостудії найближчими роками можуть зникнути з медіапростору.

Симтоматичним є те, що 2011 року у світ виходить ціла книга під назвою «Кінець журналістики» (The End of Journalism: News in the Twenty-First Century, New edition by Alec Charles (Editor), Publisher: Peter Lang AG, Internationaler Verlag der Wissenschaften, 2011, 240 p.). Анотація до книги пояснює читачеві, що йдеться про збірник есеїв, у яких простежується роль журналістики в еру «мобільної, онлайнної та громадянської журналістики та того, як змінюється наше розуміння журналістики у відповідь на наступ блогосфери, камерофонів та нових форматів радіо, телебачення та преси».

Журналістика в тій формі, у якій вона функціонувала донині, зникає. Деякі аналітики, як от Павел Лісіцкі (Paweł Lisicki, Koniec Dziennikarstwa, <https://www.wirtualnemedi.pl/artykul/koniec-dziennikarstwa> 2012-04-27), колишній головний редактор тижневика „Uważam Rze”, припускають що у ситуації трансформації більше шансів на виживання має нечисленна когорта аналітиків та публіцистів, оскільки новинна журналістика може переходити до сфери комп'ютерних алгоритмів та штучного інтелекту. Навпаки, авторська журналістика, на думку згаданого автора, зміцнюватиме свої позиції.

Процитований польськомовний матеріал під назвою «Koniec Dziennikarstwa» опубліковано у 2012 році. Матеріал є свідченням того, що тривога за долю журналістики цього року покинула межі англійських дискурсів. Втім, в українськомовному сегменті за 2012 рік пошуковик не знаходить жодного результату.

Втім, повернемося до англійського сектору. Мері Кісель з Guardian переконує своїх читачів, що кінець друкованих газет не означає кінця журналістики (The decline of print doesn't mean the end of journalism [Mary Kissel](https://www.theguardian.com/commentisfree/2013/oct/29/decline-print-media-journalism-web), 29 Oct 2013 05.04 GMT, <https://www.theguardian.com/commentisfree/2013/oct/29/decline-print-media-journalism-web> ) Авторка зауважує, що раніше журналісти часто працювали у безконкурентному середовищі. Звісно, газети чи телеканали намагалися випередити одні одних у подачі новин розслідувань чи аналітики. Проте вони фактично мали монополію, яку зруйнували нові медіа, включно з онлайнними платформами спільного доступу. Але навіть зважаючи на занепад друкованої періодики, хибно ототожнювати його з кінцем журналістики. Думати так, з погляду авторки, можуть лише люди з дефіцитом уваги. Якісна журналістика, на думку авторки, може навіть отримати неочікувану перевагу в конкуренції з блогами та мікроблогами. Проте це можливо за умови, що журналісти здобувають репутацію надійних постачальників перевіреної інформації.

Цей матеріал є типовим серед публікацій цього спрямування у 2013 році. З іншими публікаціями за період 2009 – 2013 рр його поєднує те, що «кінець журналістики» все ще сприймається як умовний. Тобто не йдеться про журналістику взагалі, а радше про кінець друкованої періодики, про завершення епохи «фортечної» журналістики і перехід її в більш конкурентне середовище.

### **Що ж нам пропонує рік 2014?**

Тут теж не бракує умовного способу.

Інг Чан на ресурсі розслідувальної журналістики Global Investigative Journalism Network у матеріалі «Журналістика цифрової епохи: ширше охоплення і неохайне репортерство» (Ying Chan, Journalism and Digital Times: Wider Reach and Sloppy Reporting, September 16, 2014, <https://gijn.org/membership-in-gijn/>). Автор, директор центру журналістики та медіастудій в університеті Гонконгу (Journalism and Media Studies Centre at Hong Kong University) заперечує, що цифрова епоха означає кінець розслідувальної

журналістики. Навпаки, цифрові бази даних онлайн полегшили збір потрібної інформації, проте швидкість, до якої звикли споживачі, несе ризики для якісної подачі інформації.

Джо Пінскер порушує тему впливу штучного інтелекту на журналістику, проте заперечує будь-яку загрозу для журналістики з боку штучного інтелекту (Joe Pinsker, Algorithm-Generated Articles Don't Foretell the End of Journalism, The Atlantic, <https://www.theatlantic.com/business/archive/2014/06/algorithm-generated-articles-dont-foretell-the-end-of-journalism/373691/>, June 30, 2014). Автор належно оцінює логіку і стилістику журналістських текстів (згаданий алгоритм Automated Insights, творить десяток журналістських матеріалів за секунду). Причому людина часто виступає у ролі комп'ютера, який постачає для «мислячого» алгоритму цифри та інші дані. На думку автора, люди, усвідомлюючи цю ситуацію, матимуть додатковий стимул для творчої, недоступної для штучного інтелекту, праці.

Разом з тим цього року виразно проступає тривога за журналістику як таку, з огляду на економічну непевність її фінансової підтримки. Йдеться про статтю Боба Франкліна у журналі Journalism Studies «Майбутнє журналістики у час цифрових медіа та економічної непевності» (Bob Franklin, Future of Journalism: In an age of digital media and economic uncertainty, Journalism Studies, Volume 15, 2014 - Issue 5: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/1461670X.2014.930254> ).

Ромен Дімітров розглядає загрозу професії з погляду взаємодії журналізму із соціальними мережами (Roumen Dimitrov, University of New South Wales (UNSW), Australia, Do social media spell the end of journalism as a profession? Global Media Journal, 2014 <https://www.hca.westernsydney.edu.au/gmjau/?p=799>).

Нарешті цього року виходить друком ще одна книга із «кінцем журналістики» у назві -- збірник есеїв за редакцією Алека Чарльза, співредактора першого, вищезгаданого збірника, присвяченого «кінцеві журналістики» і виданого три роки перед тим, у 2011 р. ( Alec Charles, The End of Journalism- Version 2.0: Industry, Technology and Politics, Peter Lang Ltd, International Academic Publishers; 2nd ed. Edition 2014). Виглядає, що для редактора та авторів «кінець журналістики» набув статусу свого роду «золотої жили». Втім, згадана книга у своєму сприйнятті загроз для професії виглядає похмуріше, ніж подібне видання за 2011 рік.

Якщо вже говорити про Україну, то за 2014 р. знаходимо інформацію про семінарське обговорення Інституту екології масової інформації (ЛНУ ім. Івана Франка) на тему «Чи вмирає журналістика в Україні?» (<http://mediaeco.franko.lviv.ua/podii.htm> ). Втім, цей заголовок лише сигналізує, що в університеті відбулася дискусія на цю тему. Самої ж дискусії не подано.

У 2015 серед лідерів переглядів за нашим тематичним пошуком отримала стаття Майкла Розенблюма «Кінець журналістики» на електронних шпальтах HuffPost (Michael Rosenblum, The End of Journalism [https://www.huffpost.com/entry/the-end-of-journalism-as-b\\_8358296](https://www.huffpost.com/entry/the-end-of-journalism-as-b_8358296) , 10/22/2015 12:02 pm ET Updated Dec 06, 2017).

У публікації йдеться про те, що погіршення фінансово-економічних умов функціонування журналістики призводить до трансформації професії. До того, що професія перетворюється коло людей виняткового складу, які готові важко працювати за невелику оплату, тобто свого роду духовний стан чи чернечий орден. Але, за іронією, ще ніколи у світі не було стільки журналістів, як нині. Ними переповнений інтернет -- від Instagram та Facebook до Twitter. Люди масово звітують про те, що твориться у їхніх світках. Усе переповнене інформацією, що робить застарілим багато речей з журналістських практик минулого. Як от закордонний кореспондент, концепція якого зародилася у XIX ст. Ідея полягала у тому,

щоб журналіст The Times чи CNN летів на місце події й насилав звіт нехай і поверхові, але вартісні для читача репортажі. Іншого способу оперативно розповісти про гарячі події, окрім такого десантування (parachute-into-the-war-zone kind of reporting) не існувало. Проте сьогодні закордонні кореспонденти, на думку автора, фактично не потрібні. Ось ми бачимо групу сирійських біженців. У руках майже кожного – смартфон, за допомогою якого вони діляться зі світом фотографіями, відео, текстом стосовно того, що з ними відбувається. У такий спосіб йде радикальна демократизація журналістики. Цей мегарепортаж твориться безперервно, година за годиною, хвилина за хвилиною. Уся ця інформація є в мережі, але навряд чи ми, пересічні громадяни іншої країни, коли-небудь побачимо це. Ми радше будемо дивитися, як «наша людина» поїхавши за тисячі кілометрів, щось розповідає нам з мікрофоном у руках з місця події.

Автор закінчує матеріал дещо іронічно: «Традиційні журналісти прославляють безкоштовні медіа. До того часу, доки вони самі з нею не стикнуться» (Conventional journalists all extoll a “free press,” until they are actually faced with one).

У цьому ж році маємо також інтерв'ю про «кінець журналістики в Україні» з Анатолієм Шарієм на сайті Global Research (URL: <https://www.globalresearch.ca/the-end-of-journalism-in-ukraine-a-feature-interview-with-anatoly-sharij/5448838>).

Втім, в цьому матеріалі опозиційний до тодішньої влади автор веде мову лише про цензурні утиски журналістів в Україні за часів президента Петра Порошенка.

Для заголовків 2016 року властива деяка модифікація заголовків про «кінець журналістики». Скажімо, Medium посиланням на Tow Center пише про «Кінець новин». Утім підзаголовок -- «Як Facebook проковтнув журналістику» -- не залишає сумніву щодо кінця журналістики (Emily Bell, The end of news as we know it: How Facebook swallowed journalism, Medium, <https://medium.com/tow-center/the-end-of-the-news-as-we-know-it-how-facebook-swallowed-journalism-60344fa50962>, 2016, March 7). Власне стаття передає зміст лекції Емілі Белл (Emily Bell) в Кембриджському університеті.

Авторка сама зізнається в дещо апокаліптичному звучанні заголовка про «кінець новин» і пояснює це драматичною переміною медіаландшафту, публічної сфери та журналістської індустрії: «Наша екосистема новин змінилася упродовж останніх п'яти років більш драматично, ніж, можливо, за останні 500 років перед тим»

Як далі продовжує Емілі Белл, соціальні медіа не просто проковтнули журналістику. Вони проковтнули усе решту: політичні кампанії, банківські системи, персональні історії, розваги, продажі, навіть урядування і безпеку.

Нова система влади, яка постає з цих медіа, може кидати виклики урядам, але непідзвітна нікому, окрім ринків і зумисне непрозора. Ця ситуація посилюється тим фактом, що ми дедалі більше часу перебуваємо в онлайні завдяки смартфонам: за десятиріччя цей час подвоївся.

Частина матеріалів, які видає пошукувач, стосуються друкованих газет, як от випуск останнього числа двох канадських газет з цифрою 30 на першій шпальті (Andrey Mir, End of story and history Mysterious symbol “-30-”: how the end of a newspaper story ends the history of newspapers, <https://human-as-media.com/2016/06/08/end-of-story-and-history/>, June 8, 2016). Річ у тому, що раніше, ще з часів телеграфу, у журналістській практиці деяких країн, зокрема і Канади, ця цифра використовувалася як позначка кінця історії.

Рой Грінслейд у The Guardian вже у заголовку ставить питання, куди іде журналістика в час, коли мас медіа закінчились? (Roj Greenslade, Mass Media is Over, but Where does Journalism Go from Here? <https://www.theguardian.com/media/greenslade/2016/may/31/mass-media-is-over-but-where-does-journalism-go-from-here>, 31 May, 2016). І власне як ми будемо фінансувати журналістику у світі, здомінованому Google і Facebook? У світі, де нарешті закінчилась ера Гутенбрга, а замість неї прийшов час, де Facebook з'єднує одних людей з іншими, а Google надає людям можливість \*\*\*звертатися безпосередньо до того, що їх цікавить, а не до того, що пропонують редактори та інші реїткіпери.

Звісно, усі розуміють, що журналісти є у бізнесі, який має справу з контентом, а біг тех -- у бізнесі, який займається дистрибуцією. Біг тех потребують журналістського продукту, а журналісти, своєю чергою, претендують на частину їхнього доходу. Але як досягти угоди між журналістикою і біг тех? Автор залишає це питання відкритим.

(We are in the content creation business. They are in the distribution business. They need our “product” and we need a portion of their profits to fund us).

Завершальний в нашому огляді за 2016 р матеріал містить як тривожні, так і оптимістичні нотки, що відображено у його заголовку: «Кінець журналістики чи новий початок?» (Kathy Kiely, The End of Journalism or New Beginning?, December 21, 2016, <https://billmoyers.com/story/end-journalism-new-beginning/>). У статті йдеться про те, що забезпечення тривалої в часі фінансової стабільності – це свого роду святий грааль журналістики. Втім нової моделі ще не винайдено. Ця робота потребує уваги філантропів й, головне, терплячості. (Finding long-term financial stability is the Holy Grail for journalism. We haven't invented a new model).

## 2017

Дехто, як от Мітчел Стівенс з Politico Magazine ведуть мову не про кінець журналістики взагалі, а про кінець неупередженої журналістики.

Mitchell Stephens, Goodbye Nonpartisan Journalism. And Good Riddance \ Politico Magazine <https://www.politico.com/magazine/story/2017/06/26/goodbye-nonpartisan-journalism-and-good-riddance-215305>

Зое Стоянович-Гіл, втор тематичної статті у Honi Soit – виданні Сиднейського університету в Австралії (Zoe Stojanovic-Hill, The death of journalism: what's really going on? <http://honisoit.com/2017/05/the-death-of-journalism/> May 20, 2017), у заголовку вживає більш радикальне означення кінця журналістики – «Смерть журналістики: що відбувається насправді?». Публікація містить поради бувалої журналістки, адресовані молодим людям, які розглядають для себе можливість журналістської кар'єри. Власне журналіст-ветеран застерігає від такого необачного кроку. Необачного, з огляду на стан журналістики і скорочення робочих місць в редакціях. Для тих же, хто всупереч цій пораді все ж зважиться на журналістську кар'єру, даються підказки, як вижити в непрості для журналістики часи. Одна з таких підказок стосується опанування більшої кількості різних навиків та вмій, які стосуються редакційної роботи. Тобто йдеться про універсального журналіста.

Ще однією версією заголовка про кінець журналістики є стаття Маргарет Сімонс в The Guardian: «Журналістика перебуває в кризі в усьому світі. Ми, можливо, входимо в нові темні віки» Margaret Simons, Journalism faces a crisis worldwide – we might be entering a new dark age, <https://www.theguardian.com/media/2017/apr/15/journalism-faces-a-crisis-worldwide-we-might-be-entering-a-new-dark-age>, 15 Apr, 2017).

Авторка передусім звертається до технологічних реалій, які кожному з нас надали можливість бути окремим медіа. «Як же в такому разі ми маємо відрізнити правду від міфу чи обману?» -- запитує журналістка.

Позитивна в відповідь на це питання, на думку журналістки, з'явиться тоді, коли кожний з нас буде достатньо відповідальним, якщо мова йде про продукування та розповсюдження інформації. При цьому особлива відповідальність на редакціях, оскільки, як свідчить практика, громадянська журналістика не може бути задовільним заміном професійно тренуваних журналістських колективів.

Авторка також констатує той факт, що раніше газета самим фактом своєї присутності поєднувала два відмінні світи – світ реклами і світ журналістики. У міру експансії соціальних мереж й нових технологічних гігантів (Facebook та Google отримують, як стверджується у статті, 90 центів з кожного долара реклами) ця зв'язка розпалася.

Отож, свою частку відповідальності за підтримку якісної журналістики мають взяти уряди, як це вже частково відбувається у Канаді та деяких країнах Західної Європи, вважає авторка і зауважує, що ті країни, де існує традиція фінансування преси суспільством, сьогодні є у кращій позиції.

Цікавим, з її погляду, є також китайський досвід, де бурхливо розвивається мережа WeChat (належить корпорації Tencent), яка своїми інноваційними підходами не тільки змушує виглядати дещо застарілими Facebook та Twitter, а й інвестує у журналістику, залучаючи на фрілансі відомих авторів, навіть тих, які свого часу зазнавали переслідувань від влади. Це приклад того, що соціальні мережі можна розглядати серед важливих інвесторів журналістики.

Повертаючись до підзаголовку, звернемо увагу на те, як авторка трактує «нові темні віки»: «Остання велика інновація комунікаційної технології – друкарський верстат – допомогла приходу епохи просвітництва 1500-1600-их. Серед нас є оптимісти, які вважають, що інтернет та його застосунки мають провадити до нового просвітництва. Але, як виглядає, може трапитися цілком протилежне. Можливо, ми вступаємо в нові темні віки».

The Guardian під рубрикою “The Longread” також умістив статтю свого головного редактора Кетерін Вінер (Katharine Viner, A mission for journalism in a time of crisis, <https://www.theguardian.com/news/2017/nov/16/a-mission-for-journalism-in-a-time-of-crisis>, 16 Nov, 2017). Публікація є однією з найпопулярніших з цієї тематики, на час нашого дослідження (17 лютого, 2020) у Facebook її було поширено 2 719 разів.

Авторка зауважує, що публічна сфера упродовж останніх двох десятиліть змінилася більше, ніж за попередні двісті років перед тим. Тут, звісно, бачимо публіцистичне перебільшення, оскільки 200 років тому не було ще радіо й телебачення, не було навіть популярної преси, яка почала з'являтися ближче до половини XIX ст. А всі ці речі, як ми знаємо, суттєво вплинули на екосистему публічної сфери.

Далі Вінер робить короткий екскурс в минуле своєї газети, що народилася в Манчестері власне близько двох сотень років тому, ставлячи за мету провадити «одухотворені дискусії з політичних питань та особливу увагу до деталей того чи іншого факту» (“the spirited discussion of political questions” and “the accurate detail of facts”).

Авторка, покликаючись на Емілі Белл, описує звичні для епохи соціальних мереж медіареалії: «Там, де колись була пропаганда, прес-релізи, журналістика та реклама, тепер – просто контент». Справді, таке сприйняття стимулюють френдстрічки у соціальних мережах, де усе це йде впереміш: «Читачі перевантажені кількістю щоденних новин, агресивною рекламою, спантеличені тим, як важко буває



відрізнити правду від вигадки». Тобто знамените гасло одного з найдовговічніших редакторів газети Чарльза Скотта (Charles Prestwich Scott), «Інтерпретувати факти ніхто не боронить, але факти – то святе» (“Comment is free, but facts are sacred”) чудово звучить, але, на думку редакторки, коли справа доходить до висвітлення подій в епоху соціальних мереж, то процедура верифікації факту буває доволі складною.

Пані редактор вважає, що фінансова модель, випрацювана The Guardian, є доволі стабільною: газету підтримують своїми добровільними внесками понад 800 000 читачів, які вважають, що «робота журналістів цього видання є важливою». Ще мільйони щоденно заходять на сайт.

Тобто видання завдяки своїй приналежності трасту і фінансову підтримку читачів, завдяки практикуванню закоріненої у факті високоякісної журналістики та загальній прогресивній позиції спроможне, на думку Кетерін Вінер, «реалізувати місію газети і робити чималий суспільний внесок у те, щоби пробувати змінити світ на краще».

Вінер також повторює вже відому нам тезу про руйнівний вплив (disruptive impact) технологій, зокрема соціальних мереж, на журналістику.

(Цікаво, коли появилось це поняття disruptive impact (руйнівний вплив) стосовно технологій. Вінер посилається на свій власний матеріал «How technology disrupted the truth», розповідаючи, як, з подачі Daily Mail прем'єр-міністра Великобританії Девіда Кемерона звинуватили в непристойній поведінці з мертвою свинею. Далі йде висновок про те, що соціальні медіа поглинули новини, а це, своєю чергою поставило під загрозу якісну журналістику і позначило наше «входження в еру, де кожний має свої власні факти». Наслідки цього, на думку Вінер, виходять далеко за межі журналістики.

Пошук також видає канадську телевізійну програму «Порядок денний» із Стівом Пайкіним (The Agenda with Steve Paikin – Ontario current affairs, politics and in-depth news за цей рік), запропонований випуск якої має назву «Кінець об'єктивної журналістики?» (The End Of the Objective Journalism?). Власне ведучий у розмові з гостями студії – представниками медіа-індустрії та громадськими активістами – намагається з'ясувати питання: медіа все ще залишається бізнесом для висвітлення подій (новин) чи виготовлення новин (reporting or making news)? На думку більшості гостей та ведучого, межа між «робленням» і висвітленням новин є червоною лінією об'єктивної журналістики. Як бачимо, Стів Пайкін не схильний говорити про кінець журналістики загалом, а радше про загрози для якісного журналізму, який він вважає синонімом журналізму об'єктивного [Steve Paikin, The Agenda. The End Of the Objective Journalism? <https://www.youtube.com/watch?v=f2Ax8C7B0Fw>].

## 2018

Цей рік у результатах пошуку приносить більше оптимізму, навіть попри слово «кінець». А також більше різноманітності. Здебільшого не йдеться про кінець журналістики загалом. Радше про якийсь один різновид. Як от друкована преса.

Або чи є загрозою для журналістики роботи? Відповідь на це питання читаємо у матеріалі «Робо-репортери: чи це кінець журналістської історії?» (Martina Fuchs, Robo-reporters: The end of the story for journalism? <https://www.symposium.org/articles/robo-reporters-end-story-journalism> (05.26.2020). Йдеться про китайського робота-гуманоїда, який здобув певний розголос, коли провадив у квітні 2017 зробив репортаж з агенції Сінхуа та провів інтерв'ю з редактором часопису Wired.

Втім, автор оцінює творчі можливості робота як доволі скромні і робить висновок, що автомати та програми такого типу радше можуть допомагати редакціям в рутинній роботі і пошуку інформації. Власне агенції AP та Reuters власне вже використовують алгоритми для написання новин зі світу спорту

чи фінансів, де йдеться про узагальнення певних результатів (спортивних матчів, аукціонів тощо). Причому один з перспективних роботів, на якого виділила фінансування компанія Google, може продукувати до 30 000 інформацій на місяць. Втім, жоден з цих матеріалів, як переконує нас автор, не виграє пулітцерівської премії, оскільки алгоритми нездатні продукувати по-справжньому яскраві історії чи інтерв'ювати людей, які опинилися, скажімо, в місцях природних катаклізмів чи гуманітарних катастроф.

Звісно, з автором можна посперечатися з приводу творчості: адже ж вже на той час, у 2017 штучний інтелект писав поезії, творив картини чи музику.

І хоча нам, а тим паче людям в гарячих точках вкрай незвично було би давати інтерв'ю роботів, але тут радше йдеться про стереотипи, яких нам важко позбутися. Якби таке інтерв'ю проводили телефонічно і респондент не помічав, що голос вміло генерований ШІ, то таких проблем і не виникало би.

У даному разі автор публікації, як бачимо, відображає домінуючий настрій свого часу і навіть користується спеціальним онлайнним інструментом-калькулятором «Чи відбере робот у мене роботу?» (["Will Robots Take My Job?"](#)), який оцінив таку вірогідність і 11%. Тобто імпліцитна відповідь на питання, винесене у заголовок, негативна: роботи не є загрозою для журналістики, а тим паче не провіщають її кінця.

Так само оптимістично звучить заголовок «Журналістика не вмирає, проте змінюється в різних напрямках» Journalism isn't dying. But it is changing in ominous ways. Christopher B. Daly, The Washington Post

<https://www.washingtonpost.com/news/made-by-history/wp/2018/07/31/journalism-isnt-dying-but-it-is-changing-in-ominous-ways/>

Констатуючи очевидні процеси розвалювання фінансової моделі преси, яка функціонувала в США з 30-х рр XIX ст, автор все ж бачить приклади обнадійливих змін, зокрема зростання кількості цифрових передплатників у The New York Times, The Washington Post та Wall Street Journal. Що стосується питомих онлайнних видань, які власне ніколи й не мали друкованих версій, таких як HuffPost, BuzzFeed, Politico, Jezebel, Undeclared, то вони теж еволюціонували від найпростіших новинних сайтів до медіа-організацій, які забезпечують працею тисячі журналістів.

Так само оптимістично висловлюється автор матеріалу «Навчаючись знову довіряти» Лі Дратман (Learning to Trust Again. "Objectivity" may never have been the right thing to look for in the media. с [Lee Drutman](#). The New Republic, February 23, 2018 <https://newrepublic.com/article/146895/learning-trust> ). У результатах пошуків назва згаданої публікації висвітлюється як «Не оплакуйте об'єктивної журналістики» (Don't Mourn the End of Objective Journalism). З погляду автора, пік у розвитку неупередженої, базованої на фактах, об'єктивної журналістики припав на 50-70 рр XX ст. Пізніше, у 1987 р. їх намагався реанімувати президент Рональд Рейган. Втім, назагал, цей журналістська концепція почала занепадати. У XXI ст зростання кількості колонок і блогів ще більше прискорило процес занепаду. Проте автор публікації вважає, що цей процес незворотній.

Наступні два матеріали хоч і вживають словосполучення «кінець журналістики», проте ставлять у заголовку знак питання, а також адресують своє питання не до усієї, а лише частини журналістики.

Наприклад, журналістики розслідувальної (Beth Knobel, The end of investigative journalism? Not yet, , Columbia Journalism Review, Aril 13, 2018 <https://www.cjr.org/analysis/newspapers-financial-crisis.php>). Як бачимо, автор з самого початку заперечує фатальний кінець, принаймні із застереженням «поки що».

Таке ж питання стоїть у заголовку матеріалу часопису Forbes, який присвячений громадянській журналістиці (HuffPost: The End Of Citizen Journalism? Dirk Smillie <https://www.forbes.com/sites/dirksmillie/2018/01/19/huffpost-the-end-of-citizen-journalism/#28b4b543367b> Jan 19, 2018,09:55am). Утім, йдеться не про всю громадянську журналістику, а про HuffPost – колективний блог, запущений Аріанною Гафінгтон 2005. Упродовж більш ніж десятиліття автори ї подавали публікації на безоплатній основі. І хоч це не завадило домогтися високої якості -- 2012 HuffPost отримує Пулітцерівську премію – все ж видання прийняло рішення переорієнтуватися на професійно оплачувану журналістику. Передусім з огляду на «цунамі фальшивої інформації», яке підриває демократію. З погляду автора статті, це виглядає так, якби кожен промовляв у мегафон. У такому разі нікого не можна буде почути чи зрозуміти. Таку перемену можна розглядати, як певне ослаблення репутації громадянської журналістики.

## 2019

Перший текст у результатах пошуку на цю тему -- «Смерть журналістики? (The Death of Journalism? July 12, 2019, <https://dqydj.com/the-death-of-journalism/>) опублікований на сайті фінансового спрямування (аббревіатура в назві цього ресурсу з анонімним авторством розшифровується Don't Quit Your Day Job... – «Не кидай свою основну працю»).

На початку автор узалежнює свою відповідь на це питання від того, що ми розуміємо під журналістикою. Якщо йдеться про новини, то вони завжди будуть потрібні.

Якщо якісну журналістику ототожнювати з п'ятіркою найбільш тиражних щоденних газет -- The Wall Street Journal, USA Today, The New York Times, Los Angeles Times, The Washington Post, то їм зникнення в найближчому майбутньому не загрожує.

Наступним за цей рік розглянемо текст Джіл Лепор у часописі The New Yorker «Чи має журналістика майбутнє?» ( Jill Lepore Does Journalism Have a Future? The New Yorker, January 21, 2019).<https://www.newyorker.com/magazine/2019/01/28/does-journalism-have-a-future>

Автор згадує той давно відомий факт, що вимирання газет вже перестало нас дивувати, хоч усім трохи шкода втрачених редакцій. Втім, як висловився засновник редакторської гільдії Гейвуд Браун (Heywood Group), коли кинути погляд в інші сфери життя, то ми вважаємо цілком нормальним закриття взуттєвої фабрики чи якоїсь бічної залізничної гілки. Це саме мало би стосуватися і газет. Втім, проблема у тому, що цей процес «кровопускання» на зупиняється.

Власне кажучи, занепад друкованої преси у США почався у 20-х рр ХХ ст у зв'язку з наступом радіо та Великою депресією. З 1920 до 1944 кількість газет скоротилася від 2,042 до 1,754. У цей період, 1,103 американських міст залишилися тільки з однією газетою. Тобто конкуренція як стимул якості на газетному ринку драматично зменшилась. Утім загальний газетний тираж у США зростав між 1940 і 1999 рр. Можливо, через те, що, як стверджується у згаданій статті, «більше людей почали читати менше газет».

Далі надходить епоха dot-coms – надмірного захоплення створення сайтів, інтернет-компаній, значення і вартість яких на то час (1998-1999 рр) були надто переоцінені.

У 2000-их з'являються такі стартапи як Huffington Post (2005) чи Breitbart News (2007) – безкоштовні для споживачів постачальники новин. Газети, особливо малі, як виявилось, були нездатні з ними конкурувати. Великі, хоч і виявили спроможність адаптуватись до нових обставин, в головному змушені були повертатися до передплати, як головного джерела доходу.

Хронологічно така модель домінувала на перших етапах газетного бізнесу – приблизно до середини XIX ст., коли завданням газети було переконання та вербування нових виборців. Але вже у 1900 реклама складала дві третіх доходів 18 000 американських газет.

Автор статті наводить цитату одного з редакторів зі штату Міссурі, що «газету не варто вважати харитативною чи місіонерською установою, а передусім бізнесом, який збирає і публікує новини, що їх люди готові купувати». (“The newspaper is not a missionary or a charitable institution, but a business that collects and publishes news which the people want and are willing to buy”).

Перетворення журналістики у бізнес, процеси концентрації медіа-активів, окрім низки негативних наслідків, мала й дещо позитивне. Преса в особі таких своїх представників, як The Washington Post, The New York Times мали достатню вагу у суспільстві, професійні і фінансові ресурси для проведення масштабних розслідувань, пов’язаних із війною у В’єтнамі чи Вотергейтським скандалом.

Піднесення соціальних мереж призвело до того, що, як зауважив Алан Расбріджер, який свого часу упродовж 20 років був редактором The Guardian, «хаотична інформація – безкоштовна, а добра інформація – дорога. Це, своєю дорогою, означає, що вартісна інформація є предметом уваги дедалі вужчих еліт».

Рой Грінслейд, колумніст Guardian та професор журналістики City University у своїй колонці «Журналістика занепадає, але чи є світло в кінці тунелю?» розглядає як песимістичну (нас чекає світ без журналістики) так і оптимістичну версії майбутнього журналістської професії (Roy Greenslade, Journalism is foundering, but is there a light at the end of the tunnel?

<https://www.theguardian.com/media/commentisfree/2019/feb/03/digital-innovators-future-funding-newspapers> (Sun 3 Feb 2019 14.00 GMT Last modified on Mon 4 Feb 2019 14.02 GMT). Останню, на його думку, підтримують люди двох категорій. До першої належать традиційні оптимісти з міркуваннями на кшталт «якось воно буде», в душі вони вважають що вихід врешті-решт знайдеться, навіть якщо це буде на межі фантастики чи магії. До другої належать гугломани, які засвоїли мантру цифрової революції «оновлюйся або вмирай».

У статті розглядаються різні варіанти фінансування редакційних колективів, передусім тих, які досі випускають свій інформаційний продукт у двоякій формі: онлайн і традиційний друк. Саме такого типу редакції досі продукують найбільшу кількість якісного журналістського контенту. Більше, ніж радіо, телебачення та сайти разом узяті.

Останнім часом багато уваги приділялося системі мікроплатежів – за доступ до окремих публікацій. Тому автор статті одразу переходить до більш свіжих ідей.

Одна з них – «вільна стіна» (Free Wall замість Pay Wall). Читачеві пропонується якась одна реклама яку він має переглянути і відповісти на уточнююче питання під нею – рекламодавець має переконатися, що читач зрозумів рекламу. Після цього йому надається доступ до бажаної публікації.

Наступна техніка полягає в заохоченні передплати -- створення віртуального гаманця, який надаватиме доступ до різноманітних сервісів, зокрема й до журналістських. Причому при допуску до сервісу і перегляді заголовків чи лідів оплата не знімається.

Можливо, психологічний розрахунок полягає у тому, що цей метод спрощує і полегшує систему оплати. Фактично зайшовши на сайт якогось видання, читач не змушений робити зайвих кроків з оплатою, скажімо, за допомогою банківської карти. Натомість все працює автоматично, якщо читач виявив бажання придбати повну версію публікації.

Окрім того, як завжди важливою залишається добродійна підтримка. Це зокрема, стосується і The Guardian. Упродовж трьох років, як стверджується в статті, понад мільйон читачів зробили добродійні внески. З них 500 000 роблять це регулярно.

Як слушно зауважує автор на завершення, ніхто не може мати певності стосовно того, яка із згаданих фінансових моделей спрацює. Врешті, вони, ці моделі, можуть взаємно доповнювати одна одну. І, головне, вони можуть давати журналістам надію, що є світло в кінці тунелю, яким ми йдемо вже близько 20 років.

Текст Енн Марі Ліпінські «Журналістська революція чи поминальний подзвін?» У щоденнику The New York Times (Ann Marie Lipinski A Revolution for Journalism — or a Death Knell? Jan. 23, 2019, <https://www.nytimes.com/2019/01/23/books/review/alan-rusbridger-breaking-news.html>) теж однозначно асоціюється, принаймні на рівні заголовку, з темою кінця журналістики.

Йдеться власне про рецензію на книгу Алана Расбріджера «Переробка журналістики» (Alan Rusbridger, Breaking news. The Remaking of Journalism and Why It Matters Now). Газета широко цитує автора книги з його екскурсами в недалеку історію медіа. Расбріджер був занурений в цю історію як редактор британської The Guardian. Він згадує ефект, який справив у 2000 р. сайт класифікованих оголошень Craigslist. На той час він поширився з Каліфорнії на інші штати й успішно перехоплював у газет платні оголошення з усіх сфер життя. Цей сайт був провісником масового відтоку реклами від традиційних медіа.

Далі згадується всюдисущий новинний сервіс Google News: “Як можна конкурувати із всевидячим оком, яке охоплює своїм поглядом будь-що і будь-де у світі та упродовж хвилин повідомляючи про це користувачів у невимірюваному інформаційному perpetuum mobile”.

Зареєстрований у Новій Зеландії аналітичний ресурс Scoop, який декларує підтримку якісної і незалежної журналістики, опублікував матеріал Джозефа Цедервола «Кінець «об’єктивності» в журналістиці» (Joseph Cederwall The End of ‘Objectivity’ in Journalism, 15 February, 2019, <https://www.scoop.co.nz/stories/HL1902/S00066/the-end-of-objectivity-in-journalism.htm>). Як, бачимо по заголовку, автор веде мову лише про один з аспектів журналістики.

Автор скрушно констатує, що 2019 може бути для традиційної журналістики одним з найгірших років. Уже на самому початку року у січні такі лідери журналістського цифрового ринку як BuzzFeed, Huffington Post, та Vice оголосили про скорочення, які залишили за бортом чимало досвідчених журналістів. Окрім того, як стверджує автор, ми, ймовірно, є свідками передсмертних мук концепції об’єктивності в журналістики. Втім, на думку автора, це вже не так погано. Стаття має епіграф про «світанок чогось кращого». Тобто кращого, ніж об’єктивність у журналістиці, якої, на думку автора та інших цитованих ним причетних цього погляду, ніколи в ідеалі не існувало. Отож заангажованість – це майбутнє журналістики. В обґрунтуванні цієї тези автор покликається на нідерландське онлайн-видання De Correspondent та його англійську версію.

Що стосується Scoop, то заангажованість відповідає його бізнес-моделі з безкоштовним доступом до частини новин і залученням індивідуальних передплатників та організацій до новинно-аналітичного сервісу ScoopPro, який власне покликаний обслуговувати інформаційні потреби людей, які його підтримують. Зокрема і через проведення важливих журналістських розслідувань. У підсумку автор солідаризується з думкою, що журналістська об’єктивність не є чимось само собою зрозумілим, натуральним й незмінним, як зорі на небі. Натомість, це радше «скороминущий артефакт Америки ХХ ст.».

Останнім за цей рік розглянемо матеріал Джоела Матіса в тижневику The Week «Сумний занепад журналістики». Joel Mathis, The sad decline of journalism, August 8, 2019, <https://theweek.com/articles/857795/sad-decline-journalism>).

«Середа була поганим днем для журналістики. Це означає, що середа була поганим днем для Америки». (Wednesday was a bad day for journalism, which means Wednesday was a bad day for America). Ця фраза відображає переконання автора у винятковій суспільній важливості журналістики. Власне тому він з сумом коментує закриття чергових видань, зокрема й онлайн-видач. І якщо елітні медіа як от The New York Times чи The Washington Post, мають шанси вижити, то доля локальної преси невесела. А тим часом місцева преса – не тільки надзвичайно важлива для належного функціонування локальних спільнот, що само собою зрозуміло. Автор переконує нас, що йдеться про гаманець місцевих мешканців. Про те, що, як свідчить статистика, витрати місцевих урядовців на різні проекти пересічно на десять відсотків нижчі у тих містечках, де за міськими витратами пильнує локальна преса. Тому й стаття закінчується закликом до звичайних мешканців «малі» газети і сайти.

Доволі цікавим є порівняння на власному прикладі журналістського досвіду Франка Каталано, який покинув журналістику у кінці 80-х ХХ ст. і вирішив повернутися до цієї професії 30 років по тому (Frank Catalano, Returning to journalism, 30 years later: Can the profession's standards survive its disruption? <https://www.geekwire.com/2019/returning-journalism-30-years-later-can-professions-standards-survive-disruption/>).

Наш герой побачив багато змін. Причому не завжди приємних для журналістів. Наприклад, люди нині набагато гірше розуміють журналістську роботу. Можливо, це пов'язано з тим, що журналістів просто стало менше: скорочення редакцій великих медіа-організацій, зникнення місцевих газет. Тобто раніше багато-хто мав журналістів серед своїх знайомих, друзів чи приятелів. Тепер ситуація змінилася. Відповідно загальне неознайомлення з цінностями і правилами журналістської професії.

Мабуть, це одна з причин того, що автору часто пропонували безкоштовний товар за згадку певної компанії в його матеріалі. Ті ж представники компаній після публікації телефонували з проханням поправити імідж компанії, про яку йшлося. Перед інтерв'ю доволі часто вимагали перелік питань.

Не те, що цього не траплялося 30 років тому, проте зараз такі випадки набули більш масового і безцеремонного вигляду.

Автора також турбує зниження рівня довіри до преси. У часи його першого приходу в професію ще свіжими були в пам'яті масштабні журналістські розслідування, пов'язані з війною у В'єтнамі чи Вотергейтським скандалом. Відповідно у популярній культурі, зокрема в кінематографі серед улюблених героїв публіки були журналісти – безкомпромісні борці за правду, як наприклад, у стрічках Broadcast News, All the President's Men, The Killing Fields та подібних.

Загалом, підсумовує автор, нині вибір журналістського фаху потребує більше відваги і рішучості, ніж тридцять років тому.

Своєрідним містком до наступного 2020 року можна вважати публікацію NiemanLab Прогнози стосовно журналістики у 2020» (Predictions for Journalism 2020, <https://www.niemanlab.org/collection/predictions-2020/>), у якому відомі медіа-особистості діляться своїми думками з цього приводу.

Одне з оптимістичних передбачень стосується посилення журналістських розслідувань, зокрема у стилі розвідувальних служб, які інтенсивно використовують технології відеонагляду та відкритих інтернет-джерел (Open source intelligence (OSINT)).

Серед песимістичних -- побоювання про подальший занепад місцевої преси, оскільки в фінансовій ситуації, що складається, навіть коштів спонсорів може бути недостатньо.

Між тим, як стверджує професор журналістики Лора Девіс (Laura Davis, Assistant Professor at the University of Southern California, Annenberg School for Communication and Journalism) медіа – частина сучасної екосистеми, тож цього факту не можна ігнорувати. Попри низку загроз для журналістики – скорочення штатів та фінансових надходжень, поглиблення прірви недовір'я між різними частинами суспільства, і навіть той факт, що найвищий посадовець у державі прагне підірвати авторитет незалежної преси – все ж прагне відшукати «зернину оптимізму». Таке бажання цілком природне для професора журналістики, інакше її праця в університеті втрачає сенс.

Отже, на думку Девіс, варто не так воювати за старе, як пробувати адаптуватися до нових реалій і формувати нові цінності, більш вдумливо робити свою роботу. Журналісти, які упродовж довгого часу звикли бути гейткіперами, тепер, за влучним висловом Тома Розеталія (Tom Rosenstiel) переважно займаються лише констатацією подій, анують їх. Ще одна важлива річ – висвітлення масових стрілянин. Чи справді треба подавати ім'я вбивці? Звісно, терорист розраховує на розголос, але чи справді читачі й глядачі не обійдуться без такого знання? Тобто є чимало особливостей журналістського фаху які потребують переосмислення і сьогодні саме час для такої роботи.

Втім, попри обережний оптимізм, авторка завершує матеріал фразою «Я все ж боюся 2020».

І, як ми знаємо, цей підсвідомий страх стосовно 2020 був зовсім не безпідставним.

## 2020

Анонімний автор британської Tribune у статті «Повільна смерть сучасної журналістики» (The Slow Death of Modern Journalism, 27.04.2020 <https://tribunemag.co.uk/2020/04/the-slow-death-of-modern-journalism>) нарікає, що для медіа-індустрії властивий тренд, коли на фоні падіння фінансових надходжень журналісти фактично перетворюються у прислужників рекламодавців. У матеріалі також детально змальовуються реалії діяльності молодих журналістів в умовах скорочення заробітної плати, переведення на фріланс тощо. (Across the media industry, the drive for profit amid falling revenue is building vast churnalism mills where journalists serve advertisers more than the public. The only solution is for media workers to get organized).

Автор з Південної Африки нарікає на «смерть журналістики» у його країні. Ознаками цього, на його думку, є стиль роботи «папуги», коли просто йдуть за подіями, повідомляючи про «п'ять заражень» у такому-то місті, «одну смерть» в іншому, «десять видужань» і т.д. і т.п. З його погляду, у такій журналістиці немає думки, дуже мало аналізу (Unathi Kondile, 23 March 2020: The Day SA Journalism Died, May 24, 2020, <https://www.iol.co.za/news/opinion/23-march-2020-the-day-sa-journalism-died-48449392>).

Джеймс Фрімен у впливовому щоденнику The Wall Street Journal стурбований «кінцем журналістики опору» (James Freeman, The End of 'Resistance Journalism'? , May 18, 2020, <https://www.wsj.com/articles/the-end-of-resistance-journalism-11589827382>). Це поняття тісно асоціюється з розвідувальною журналістикою. Тобто, автор, як бачимо, веде мову про занепад лише одного сектору журналістики.

Так само далекою від апокаліптичних очікувань є тональність матеріалу про скорочення журналістського штату, про яке йдеться в матеріалі австралійського видання The Conversation (Misha Ketchell, AAP closure is the end of an era for unsung heroes of journalism <https://theconversation.com/aap-closure-is-the-end-of-an-era-for-unsung-heroes-of-journalism-132875>, March 3, 2020)

Більш ґрунтовно підходить до теми Том Тревінард у своїй публікації в NiemanLab «Коронавірусна криза врешті закінчиться але розподілена нюзрум залищиться» (Tom Trewinnard , The coronavirus crisis will eventually end, but the distributed newsroom is here to stay, April 13, 2020 <https://www.niemanlab.org/2020/04/the-coronavirus-crisis-will-eventually-end-but-the-distributed-newsroom-is-here-to-stay/>). Спочатку автор реалістично описує основні проблеми медіагалузі. З наступом COVID-19 розповсюдилися правила соціального дистанціювання, обмеження на подорожі, вражаючи мільярди людей, включно з журналістами. Але медіа також зазнали ударів, пов'язаних зі скороченням рекламних надходжень, передплати, скороченнями штатів редакцій, відпустками за свій кошт, зменшенням зарплатні у безпрецедентних масштабах.

Разом з тим, на думку автора є речі, які несуть у собі ознаки позитивних перемін. Зокрема йдеться про розподілені чи розпорошені команди (distributed teams). Цим терміном позначено практики редакційної роботи, зокрема віддаленої, які практикувалися і далі практикуються у зв'язку з епідеміологічною ситуацією. Звичайно такі розпорошені команди складають різкий контраст до звичних редакційних практик, які оберталися навколо чітко окреслених фізичних просторів – нюзрумів з їхнім гамірним обговоренням нових тем, розслідувань і новин, з блимаючими моніторами комп'ютерів й телевізорів. Так, справді важко буде розпрощатися з цими сценами, які зайняли своє місце навіть в популярній культурі та кінематографі. Проте є й бонуси: зменшення витрат на оренду, страхування та підтримку приміщень, комунальні послуги, охорону та штат прибиральників.

Звісно, дистанційна робота передбачає певні витрати на програмне забезпечення та обладнання для співробітників, але їхній кошт не йде ні в яке порівняння з коштом фізичної підтримки роботи повноцінного традиційного офісу.

Віктор Пікард, професор знаменитої Аненберзької Школи журналістики з Пенсильванського університету й автор книги «Демократія без журналістики?» (Democracy Without Journalism?), констатуючи колапс «четвертої влади», пропонує розпочати великий суспільний діалог на цю тему. Автор не покладає особливих надій на ринкові інструменти порятунку журналістики. Натомість робить акцент на суспільну фінансову підтримку (Public Funds). З 2001 року редакції втратили половину співробітників. А тим часом не підлягає сумніву факт життєвої важливості преси для функціонування демократії. І оскільки процес занепаду не вдається зупинити, то єдиним порятунком, то сподіватися можна лише на велику за обсягами централізовану допомогу суспільства загалом і держави зокрема. Медіа мають підтримуватися подібно до того, як підтримувалися поштовий сервіс чи публічні бібліотеки. До речі, згадані суспільні активи можуть бути частково використані для відновлення локальних медіа.

У процесі реалізації цього задуму виникатимуть два основні питання: де брати кошти і чи не буде така модель означати більшу залежність від медіа від держави.

Щодо другого питання, то діяльність суспільних мовників, як от National Public Radio у США чи BBC у Великобританії та багатьох інших, засвідчує, що вони не уникають критики влади і, отже, розвіюють сумніви щодо їхньої потенційної незалежності від держави в оперативній діяльності. Нерідко вони навіть більш критичні до владних інституцій, ніж їхні комерційні «родичі».



Що стосується фінансування, то можна оподатковувати такі платформи як Google чи Facebook, оподатковувати комунікаційні девайси, продавати спеціальні комунікаційні ваучери, які даватимуть власникам доступ до потрібної їм інформації тощо.

Victor Pickard, American journalism is dying. Its survival requires public funds 19 feb 2020, <https://www.theguardian.com/commentisfree/2020/feb/19/american-journalism-press-publishing-mcclatchy>

Як бачимо, загальний настрій публікацій не такий песимістичний, як можна було очікувати. Адже усі проблеми медіаіндустрії, про які йшлося в попередні два десятиліття, не тільки не зникли, але й загострилися у зв'язку із світовою пандемією. Тобто криза, певною мірою, сприймається як шанс на пошук нових рішень.

Втім, трапляються також взірці апокаліптичного мислення, у якому навіть успіхи подавалися як невдачі.

Прикладом такого ґатунку є стаття в The New York Times «Чому успіх The New York Times – погана новина для журналістики» (Why the Success of The New York Times May Be Bad News for Journalism. <https://www.nytimes.com/2020/03/01/business/media/ben-smith-journalism-news-publishers-local.html> ).

Йдеться про те, що згаданий американський щоденник упродовж останнього двадцятиліття вдало нарощував кількість передплатників своєї онлайнної версії, їх стало більше, ніж у Wall Street Journal, The Washington Post та 250 місцевих газет мережі Gannett разом узятих. На The New York Times працює понад 1700 редакційних працівників. Прірва між цим надуспішним кейсом та рештою медійного світу стрімко зростає. Зростає за принципом «переможець отримує все», чи «бідніші стають ще біднішими, а багаті – ще багатшими». На думку автора статті, цей флагман газетного світу перетворився у свого роду монополіста.

Підмумовуючи, розглянемо відібрані публікації з двох перспектив: тематичної і часової.

Упродовж двадцятиліття (2000 – 2020) відбувалося хвилеподібне зацікавлення означеною темою з поступовим переходом від апокаліптичного до більш конструктивного бачення проблеми. Від концепту «кінець журналістики» до гасла «як врятувати журналістику».

### **Література і покликання**

Kevin G. Barnhurst and Diana Mutz, American Journalism and the Decline in Event-centered Reporting, 1997, URL: <https://www.polisci.upenn.edu/sites/default/files/mutz%20barnhurst%201997.pdf>

James W. Carey, The Internet and the End of the National Communication System: Uncertain Predictions of an Uncertain Future \ Journalism & Mass Communication Quarterly. 1998, March 1, URL: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/107769909807500106>).

Tom Regan, Technology Is Changing Journalism, NiemanReports, 2000, December 15, URL: <https://niemanreports.org/articles/technology-is-changing-journalism/>

Nancy Hicks Maynard, Digitization and the News, December 15, 2000, <https://niemanreports.org/articles/digitization-and-the-news/>

Sue Douglas, Independent, End of a Media Era: Farewell to Fleet Street, 15 June 2005, <https://www.independent.co.uk/news/media/end-of-a-media-era-farewell-to-fleet-street-494201.html>

Jean K. Min, Journalism as a Conversation, Nieman Report, 2005, December 15,  
<https://niemanreports.org/articles/journalism-as-a-conversation/>

Darren Rowse, User Generated Content and the Threat to Journalism, 28th of November 2007  
<https://prologger.com/user-generated-content-and-the-threat-to-journalism/>

Daniel C. Hallin, Not the end of journalism history, \ Journalis, First Published: April 28, 2009 URL:  
<https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1464884909102593?journalCode=joua>

Peter Horrocks, The End of Fortress Journalis, BBC World Service, 2009, 17 July,  
[https://www.bbc.co.uk/blogs/theeditors/2009/07/the\\_end\\_of\\_fortress\\_journalism.html](https://www.bbc.co.uk/blogs/theeditors/2009/07/the_end_of_fortress_journalism.html)

Mercedes Bunz, Journalism has improved in the internet age, say media professionals, The Guardian, 2009, 17 sep.  
<https://www.theguardian.com/media/pda/2009/sep/17/digital-media-future-of-journalism>

The End of Journalism: News in the Twenty-First Century, New edition by Alec Charles (Editor),  
Publisher: Peter Lang AG, Internationaler Verlag der Wissenschaften, 2011, 240 p.).

Paweł Lisicki, Koniec Dziennikarstwa, <https://www.wirtualnemedial.pl/artykul/koniec-dziennikarstwa>  
2012-04-27)

Mary Kissel, The decline of print doesn't mean the end of journalism, 29 Oct 2013 05.04  
GMTh<https://www.theguardian.com/commentisfree/2013/oct/29/decline-print-media-journalism-web>

Ying Chan, Journalism and Digital Times: Wider Reach and Sloppy Reporting, September 16, 2014,  
<https://gijn.org/membership-in-gijn/>

Joe Pinsker, Algorithm-Generated Articles Don't Foretell the End of Journalism, The Atlantic,  
<https://www.theatlantic.com/business/archive/2014/06/algorithm-generated-articles-dont-foretell-the-end-of-journalism/373691/>, June 30, 2014

Bob Franklin, Future of Journalism: In an age of digital media and economic uncertainty, Journalism Studies,  
Volume 15, 2014 - Issue 5: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/1461670X.2014.930254>

Roumen Dimitrov, University of New South Wales (UNSW), Australia, Do social media spell the end of  
journalism as a profession? Global Media Journal, 2014  
<https://www.hca.westernsydney.edu.au/gmjau/?p=799>

Alec Charles, The End of Journalism- Version 2.0: Industry, Technology and Politics, Peter Lang Ltd,  
International Academic Publishers; 2nd ed. Edition (2014).

«Чи вмирає журналістика в Україні?» (<http://mediaeco.franko.lviv.ua/podii.htm>), 05.06, 2014

HuffPost (Michael Rosenblum, The End of Journalism  
[https://www.huffpost.com/entry/the-end-of-journalism-as\\_b\\_8358296](https://www.huffpost.com/entry/the-end-of-journalism-as_b_8358296), 10/22/2015 12:02 pm  
ET 10/22/2015 Updated Dec 06, 2017

The End of Journalism in Ukraine: A Feature Interview with Anatoly Sharij, Global Research, 05.12.2015, URL:  
<https://www.globalresearch.ca/the-end-of-journalism-in-ukraine-a-feature-interview-with-anatoly-sharij/5448838>

Andrey Mir, End of story and history Mysterious symbol “-30-”: how the end of a newspaper story ends the  
history of newspapers, <https://human-as-media.com/2016/06/08/end-of-story-and-history/>, June 8, 2016

Roj Greenslade, Mass Media is Over, but Where does Journalism Go from Here? The Guardian, <https://www.theguardian.com/media/greenslade/2016/may/31/mass-media-is-over-but-where-does-journalism-go-from-here>, 31 May, 2016

Kathy Kiely, The End of Journalism or New Beginning?, December 21, 2016, <https://billmoyers.com/story/end-journalism-new-beginning/>

Mitchell Stephens, Goodbye Nonpartisan Journalism. And Good Riddance \ Politico Magazine <https://www.politico.com/magazine/story/2017/06/26/goodbye-nonpartisan-journalism-and-good-riddance-215305> June 26, 2017

Zoe Stojanovic-Hill , The death of journalism: what's really going on? <http://honisoit.com/2017/05/the-death-of-journalism/> May 20, 2017

Margaret Simons, Journalism faces a crisis worldwide – we might be entering a new dark age, <https://www.theguardian.com/media/2017/apr/15/journalism-faces-a-crisis-worldwide-we-might-be-entering-a-new-dark-age>, 15 Apr, 2017

Katharine Viner, A mission for journalism in a time of crisis, <https://www.theguardian.com/news/2017/nov/16/a-mission-for-journalism-in-a-time-of-crisis> , 16 Nov, 2017

Steve Paikin, The End Of the Objective Journalism? \ The Agenda\ TWO, 2017, May 16, <https://www.youtube.com/watch?v=f2Ax8C7B0Fw>

Martina Fuchs, Robo-reporters: The end of the story for journalism? Symposium, 2017, <https://www.symposium.org/articles/robo-reporters-end-story-journalism>

Christopher B. Daly, Journalism isn't dying. But it is changing in ominous ways, The Washington Post) <https://www.washingtonpost.com/news/made-by-history/wp/2018/07/31/journalism-isnt-dying-but-it-is-changing-in-ominous-ways/>

Lee Drutman, Learning to Trust Again. "Objectivity" may never have been the right thing to look for in the media. The New Republic, February 23, 2018 <https://newrepublic.com/article/146895/learning-trust>

Beth Knobel, The end of investigative journalism? Not yet, , Columbia Journalism Review, Aril 13, 2018 <https://www.cjr.org/analysis/newspapers-financial-crisis.php>

Dirk Smillie, HuffPost: The End Of Citizen Journalism? Forbes <https://www.forbes.com/sites/dirksmillie/2018/01/19/huffpost-the-end-of-citizen-journalism/#28b4b543367b>  
Jan 19, 2018,09:55am

The Death of Journalism? July 12, 2019, <https://dqydj.com/the-death-of-journalism/>

Jill Lepore Does Journalism Have a Future? The New Yorker, January 21, 2019, <https://www.newyorker.com/magazine/2019/01/28/does-journalism-have-a-future>

Roy Greenslade, Journalism is foundering, but is there a light at the end of the tunnel? <https://www.theguardian.com/media/commentisfree/2019/feb/03/digital-innovators-future-funding-newspapers> (Sun 3 Feb 2019 14.00 GMTLast modified on Mon 4 Feb 2019 14.02 GMT

Ann Marie Lipinski A Revolution for Journalism — or a Death Knell? The New York Times, Jan. 23, 2019,  
<https://www.nytimes.com/2019/01/23/books/review/alan-rusbridger-breaking-news.html>

Joseph Cederwall The End of 'Objectivity' in Journalism, 15 February, 2019,  
<https://www.scoop.co.nz/stories/HL1902/S00066/the-end-of-objectivity-in-journalism.htm>

Joel Mathis, The sad decline of journalism, The Week, August 8, 2019,  
<https://theweek.com/articles/857795/sad-decline-journalism>

Frank Catalano, Returning to journalism, 30 years later: Can the profession's standards survive its disruption?  
<https://www.geekwire.com/2019/returning-journalism-30-years-later-can-professions-standards-survive-disruption/>

Predictions for Journalism 2020, <https://www.niemanlab.org/collection/predictions-2020/>

The Slow Death of Modern Journalism, Tribune, 27.04.2020,  
<https://tribunemag.co.uk/2020/04/the-slow-death-of-modern-journalism>

Unathi Kondile, 23 March 2020: the day SA journalism died, May 24, 2020,  
<https://www.iol.co.za/news/opinion/23-march-2020-the-day-sa-journalism-died-48449392>

James Freeman, The End of 'Resistance Journalism'? , The Wall Street Journal, May 18, 2020,  
<https://www.wsj.com/articles/the-end-of-resistance-journalism-11589827382>

Misha Ketchell, AAP closure is the end of an era for unsung heroes of journalism, The Conversation  
<https://theconversation.com/aap-closure-is-the-end-of-an-era-for-unsung-heroes-of-journalism-132875>,  
March 3, 2020

Tom Trewinnard , Nieman Lab, The coronavirus crisis will eventually end, but the distributed newsroom is here to stay, Nieman Lab, April 13, 2020  
<https://www.niemanlab.org/2020/04/the-coronavirus-crisis-will-eventually-end-but-the-distributed-newsroom-is-here-to-stay/>

Victor Pickard, American journalism is dying. Its survival requires public funds, The Guardian, 19 feb 2020,  
URL:  
<https://www.theguardian.com/commentisfree/2020/feb/19/american-journalism-press-publishing-mcclatchy>

Ben Smith, Why the Success of The New York Times May Be Bad News for Journalism, The New York Times, 2020, March 1,  
<https://www.nytimes.com/2020/03/01/business/media/ben-smith-journalism-news-publishers-local.html>