

Мессенджеры в творческой работе журналистов

Ким М. Н.

Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации (Северо-Западный институт управления РАНХиГС), Санкт-Петербург, Российская Федерация; kim-mn@ranepa.ru

РЕФЕРАТ

В статье рассматриваются проблемы влияния мессенджеров на характер внутренней коммуникации в редакционном коллективе. С этой целью мы опросили журналистов городских и региональных СМИ, которые рассказали об использовании мессенджеров в организации редакционной работы; о новых технических возможностях данного вида связи; об особенностях использования мессенджеров в творческой работе журналистов и мн. др. В статье выявляются основные способы использования мессенджеров при решении типовых редакционных задач: в координации действий журналистов; в организации различных групповых чатов; в налаживании эффективных рабочих коммуникаций по всему спектру редакционной деятельности.

Ключевые слова: мессенджер, коммуникация, редакционный чат, редакция, обратная связь, аудитория, информация, база данных, чат-бот, социальные сети

Для цитирования: Ким М. Н. Мессенджеры в творческой работе журналистов // Управленческое консультирование. 2021. № 11. С. 114–121.

Messengers in the Creative Work of Journalists

Maksim N. Kim

Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration (North-West Institute of Management, Branch of RANEPa), Saint-Petersburg, Russian Federation; kim-mn@ranepa.ru

ABSTRACT

In the article the author dwells on the problems of the influence of messengers on the nature of internal communication in the editorial team. There introduce the interviews with the journalists of urban and regional media about the use of messengers in the organization of the editorial work; about new technical possibilities of this type of contact; about use of messengers in the creative work of journalists and more. Also, in the article touches upon the main methods of use messengers in solving editorial tasks: in coordination the actions of journalists; in organizing various group chats; in establishing effective working communications.

Keywords: messenger, communication, editorial chat, editorial, feedback, audience, information, database, chatbot, social network

For citing: Kim M. N. User-Created Content: Problems of Genre Formation // Administrative consulting. 2021. N 11. P. 114–121.

Введение

Среди современных интернет-технологий мессенджеры занимают особое место. В отличие от телефона, электронной почты и социальных сетей они являются не только самыми быстрыми каналами передачи информации, но и наиболее персонализированными средствами связи. Применительно к СМИ мессенджеры полностью отвечают потребностям журналистов, выполняя функции самого быстрого

и оперативного распространителя информации — это, с одной стороны, а с другой — коммуникативной связи между участниками редакционного процесса. Хотя изначально, по мнению В. А. Бирюкова, подобного рода программы создавались «для мгновенного обмена сообщениями между пользователями. Именно в скорости состоит их главное преимущество перед обычной электронной почтой. Здесь послание передается молниеносно, тогда как обновление почтового ящика происходит раз в несколько минут» [1].

К тому же в отличие от той же электронной почты, которая по своей сути является асинхронной, наиболее сильной характеристикой мессенджеров является мгновенная обратная связь, т. е. здесь журналисты в режиме реального времени могут вести любые переговоры, редакционные совещания, наконец, просто обмениваться необходимой информацией.

К тому же мессенджеры обладают разными полезными функциями: здесь можно отправлять не только различные текстовые, но и аудио-видео изображения, смайлики, фотографии; заводить групповые и персональные чаты; общаться с большими группами знакомых и незнакомых людей и мн. др. Поэтому мессенджеры востребованы не только среди обычных пользователей, но и журналистов. Чтобы выяснить, как и для решения каких задач используется данный канал связи работниками СМИ, мы опросили 50 журналистов из различных офлайн и онлайн-изданий.

Целью настоящего исследования является выявление наиболее оптимальных способов использования мессенджеров в редакционной практике СМИ.

Материалы и методы

Для достижения необходимых **результатов** в данной работе использован метод углубленного интервью. В ходе нашего исследования нас интересовали вопросы по следующим блокам:

- использование мессенджеров в организации редакционной работы;
- отличие данного вида связи от традиционных каналов коммуникации: телефона и электронной почты;
- роль мессенджеров в творческой работе журналистов.

Роль мессенджеров в координации редакционной деятельности

В современных условиях, когда многие журналисты работают в дистанционном режиме, мессенджеры стали не только удобным средством коммуникации, но и производственной необходимостью. В отличие от традиционных каналов связи — телефона и электронной почты, мессенджеры стали для журналистов более гибким и мобильным инструментом связи. Именно благодаря им, по мнению наших респондентов, стало возможным налаживание внутренних редакционных коммуникаций.

Опрошенные нами журналисты указали на следующие аспекты, связанные с использованием мессенджеров в редакционной деятельности:

- 80% респондентов указали на возможность проведения в мессенджерах групповой видеосвязи;
- 75% отметили, что используют мессенджеры не только для общения с коллегами, но и для решения рабочих вопросов;
- 68% респондентов указали на возможность налаживания обратной связи со своей аудиторией;
- 57% рассматривают мессенджеры как более эффективные каналы дистрибуции журналистского контента.

Впрочем, прозвучали и отрицательные оценки:

- 77% респондентов обратили внимание на отсутствие во многих мессенджерах гарантий защиты персональных данных;
- 34% опрошенных указали на то, что мессенджеры отвлекают от основной работы из-за регулярно обновляющейся ленты сообщений;
- 24% респондентов считают, что из-за отсутствия в чате нужных им людей, вынуждены прибегать к телефону.

Исходя из полученных данных, постараемся раскрыть влияние мессенджеров на характер внутренней коммуникации в редакционном коллективе.

О характере использования мессенджера, телефона и электронной почты в работе журналистов

По мнению журналистов, данные каналы связи не исключают, а взаимодополняют друг друга. Главное отличие мессенджеров от электронной почты заключается, по их мнению, в том, что в них можно читать ленту новостей, писать комментарии, вести онлайн-трансляции, наконец, пересылать информацию любого формата. К плюсам корпоративной электронной почты они относят: гарантированную доставку писем до адресата, защищенность данного канала связи от внешнего вмешательства, наконец, наличие облачной системы, позволяющей хранить большие массивы данных.

Основным трендом последних лет стал отказ многих журналистов от голосовой связи. Звонок по телефону в наше динамичное время считается уже вторжением одного человека «на личную территорию» другого. И все же без телефона не обойтись. Современные смартфоны обладают таким набором функций, что могут журналисту заменить фото- и видеокамеру, а также стационарный компьютер, с полным набором программного обеспечения. Возможно, именно поэтому журналисты реже стали использовать телефоны по их прямому назначению. По мнению нашего респондента, голосовая связь используется только для оперативного взаимодействия с сотрудниками редакции. Мессенджеры, конечно, ни в чем не уступают телефонному звонку. Но только при одном условии, если человек находится в сети. Коммуникативная связь с использованием мессенджера более удобна и эффективна, так как позволяет человеку не отвлекаться на бесконечные звонки и телефонные переговоры, а спокойно планировать свою работу, исходя из тех приоритетов, которые перед ним стоят. Такая коммуникация удобна и для руководства издания. С одной стороны, любой сотрудник издания может напрямую по мессенджеру задать им интересующий вопрос, а с другой, сами руководители могут напрямую связаться с журналистом. Именно для этого во многих редакционных коллективах создаются публичные чаты с целью координации действий всех участников редакционного процесса. Благодаря им можно оперативно назначать редакционные летучки, рассылать редакционные задания, публиковать важные решения и инструкции, наконец, обмениваться мнениями с коллегами по любым вопросам. Немаловажно и то, что благодаря мессенджером значительно экономятся как личные средства журналистов, так и редакционные.

Особенно востребованными стали в редакционной практике групповые чаты, где люди могут свободно обмениваться мнениями, нужной информацией, получать ответы на свои запросы и уточнения, корректировать свои действия относительно текущих задач. По мнению наших респондентов, благодаря чату они всегда находятся в курсе всех редакционных дел и мероприятий. Поэтому у них отпадает необходимость обращения к электронной почте. Общение в чате они используют для решения типовых задач: уточнения редакционных заданий, участия в групповых обсуждениях, обмена информацией.

Как видим, редакционный чат становится удобным и мобильным средством рабочей коммуникации. И вот почему. Редакционный процесс по выпуску медийного продукта всегда предполагает активное взаимодействие между его участниками. Например, журналист, оказавшись на каком-либо мероприятии, вдруг обнаруживает, что вместо заявленных спикеров выступают другие. Что делать в этом случае? Возвращаться в редакцию?

В подобных ситуациях журналисты связываются по мессенджеру с руководством редакции, которые сразу могут подкорректировать их дальнейшие действия. То же самое касается и других редакционных заданий, которые несмотря на четкое тематическое планирование, могут быть подвергнуты определенным изменениям. Поэтому благодаря редакционному чату журналисты всегда находятся в курсе всех дел.

Посредством редакционного чата сотрудники редакции могут координировать свои действия при выполнении какого-то группового задания. В данном случае, как утверждает один из наших респондентов, им не нужно собираться в редакции, так как все вопросы, связанные и с распределением заданий, и с определением их жанрового воплощения, и со сроками сдачи материалов, можно решить посредством мессенджера. В процессе работы журналисты продолжают переписываться и обмениваться мнениями, чтобы в какой-то момент не уклониться от первоначального замысла.

Сегодня во многих редакциях журналисты создают отдельные чаты для решения конкретных творческих задач. И, видимо, это правильно. По мнению наших респондентов, редакционный чат удобен для общего обзора всех текущих дел, но на таком канале, как они считают, нельзя обсудить сугубо творческие проблемы, которые конкретно касаются их отдела или рабочей группы. Поэтому, как они считают, лучше создавать отдельный чат, чтобы там могли общаться только их коллеги. Допустим, кто-то работает в экономическом отделе. То, что актуально для сотрудников данного подразделения, вряд ли будет интересно другим. Поэтому журналисты стараются более дифференцированно подходить к общению на различных чатах. Такого мнения придерживаются и другие наши респонденты. Общий редакционный чат рассчитан для координации действий журналистского коллектива в целом. Поэтому здесь, как правило, публикуются и обсуждаются тематические планы редакции, ведутся дискуссии по выработке редакционной политики издания, наконец, такой чат используется для оперативного информирования всех участников редакционного процесса о всех значимых для коллектива мероприятиях. Общение в групповом чате носит более адресный и персонализированный характер, а значит, становится более эффективным, так как позволяет журналистам не отвлекаться на вопросы общего характера. Такие чаты могут создаваться отдельными журналистами, работающими в одном отделе, а также в рамках одной рабочей группы. Здесь все коммуникативные контакты сосредоточены на реализации конкретного творческого проекта или группового редакционного задания. Каждый участник группы имеет, как правило, доступ ко всем исходным материалам, может запросить и получить любую информацию по теме проекта, наконец, скоординировать свои действия с другими участниками. При этом каждый сотрудник имеет возможность переключаться с одной команды на другую, что позволяет не заикливаться только на одном проекте или на одной задаче.

Мессенджеры в творческой работе журналиста

В ходе нашего опроса мы попытались выяснить у журналистов вопросы, связанные с ролью и местом мессенджеров в структуре их творческой деятельности. Как выяснилось, каждый журналист в своей работе может использовать один или сразу

несколько мессенджеров. Связано это с тем, что каждый такой канал связи существует автономно от другого. У каждого мессенджера есть свои разработчики, серверы и протоколы, возможности и особенности передачи, а также правила использования [2; 3; 5; 6]¹.

Исходя из стоящих перед журналистом задач, каждый выбирает один или несколько каналов связи. Кого-то устраивает лаконичность и сжатость информации (в этом случае лучше, по мнению наших респондентов, лучше всего использовать Telegram-канал), кому-то проще передавать голосовые сообщения, кто-то предпочитает визуальные формы сообщений и т. д. Мессенджеры, как видим, могут выбираться, с одной стороны, от коммуникативных предпочтений человека, а с другой — от тех возможностей, которые сам канал пользователям предлагает.

По итогам нашего опроса выяснилось, что более 75% респондентов пользуются WhatsApp; далее следует Viber (52%), затем — Skype (20%), а завершает данную строчку Telegram (15%).

WhatsApp, как видим, оказался самым популярным мессенджером среди наших респондентов. По мнению журналистов, у данного канала очень понятный и удобный интерфейс. Он очень прост в плане подключения: загрузить нужно только соответствующее приложение на свой телефон. Здесь, как они считают, можно не только вести переговоры, но и объединяться в рабочие группы. Есть еще один немаловажный нюанс. Вести переписку по телефону крайне неудобно из-за небольшого экрана. Программа WhatsApp легко синхронизируется со стационарным компьютером. Поэтому в групповом чате, как отмечают журналисты, можно осуществлять не только голосовую связь, но и обмениваться текстовыми сообщениями. Эти же операции можно производить на мобильном телефоне. Это удобно, когда журналист находится на месте события, а ему срочно нужно передать в редакцию какие-то видеоматериалы.

Другой наш респондент отмечает, что при больших объемах передачи информации данный канал — просто спасение. Благодаря тому, что WhatsApp работает через интернет, а не через сотовую связь, журналисты, конечно, экономят редакционные средства. Но важнее всего скорость передачи информации. Особенно видеоматериалов, которые «тяжелы» по своему объему. К тому же, как считают журналисты, современные смартфоны позволяют делать качественные снимки и видео, которые также можно без всякой обработки передавать по телефону.

На втором месте по популярности находится мессенджер Viber. Данный канал, как отмечают наши респонденты, очень удобен при работе с аудиторией. По их мнению, — это один из немногих мессенджеров, который можно спокойно использовать не только для распространения контента, но и для привлечения новой аудитории. И вот почему. У данного канала более 70 млн пользователей. Не каждый мессенджер в России может похвастаться таким количеством подписчиков. Возможно, именно поэтому данный канал очень востребован среди различных СМИ, которые стремятся распространять свою информацию только на тех платформах, где концентрируется максимальное количество их потенциальной аудитории. В Viber имеются специальные инструменты для продвижения СМИ. Во-первых, это возможность публиковать на данном канале материалы любого формата: стикеры, фото, аудио, видео и мн. др. Во-вторых, здесь можно оперативно информировать пользователей о всех обновлениях, которые произошли на всех носителях того или иного канала СМИ. В-третьих, возможность удаления и редактирования опубликованных текстов. Данная опция важна потому, что порой в погоне за срочностью

¹ См. также: Юрий Сапрыкин: «Мы будем читать это в мессенджерах и часах» // МедиаПрофи [Электронный ресурс]. URL: <http://mediaprofi.org/mastership/journalism/item/2465> (дата обращения: 20.09.2021).

и оперативностью редакция не успевает перепроверить всю информацию, а быть впереди планеты всех хочется. Поэтому, когда сотрудники редакции или читатели обнаруживают некие фактологические неточности в том или ином материале, то у редакторов есть возможность исправить ошибки, или вообще снять с полосы недостоверную информацию.

Ценность данного мессенджера заключается и в том, что на данной платформе можно создавать различные тематические сообщества по различным направлениям: политика, экономика, культура, искусство и т.д. В этом случае, как утверждают журналисты, они могут размещать информацию в чатах по определенным тематическим блокам. Такой подход, — утверждает один из наших респондентов, — очень нравится подписчикам, так как сегодня люди в большей степени ориентированы на получение специализированной информации. К тому же для поддержания их интереса мессенджер позволяет постоянно обновлять информацию. На этом же чате журналисты могут публиковать материалы самого разного формата: это могут быть и оперативные новости, и репортажи с места события, и обзоры, и посты. Вся эта текстовая информация может быть дополнена изобразительным рядом. Здесь можно даже создавать тематические галереи из самых различных фотографий.

Мессенджер Skype, по мнению наших респондентов, является одним из самых востребованных инструментов при проведении редакционных летучек и совещаний. Данный канал позволяет проводить видео- или аудиоконференции с привлечением более 50 участников. Популярность данного канала основана на том, что Skype доступен для любых мобильных и компьютерных устройств. Но данный мессенджер активно используется журналистами и в творческой работе. По мнению одного нашего респондента, Skype — очень хорошая бесплатная «звонилка». По нему, как считает журналист, очень удобно брать интервью, потому что запись разговора может производиться как в автоматическом, так и в ручном режиме. По сути Skype заменил многим журналистам диктофон. Все разговоры можно сохранить в отдельных аудиофайлах в формате MP3. Но главная фишка в том, что Skype может выдавать субтитры устной речи, что крайне важно, когда необходимо быстро и качественно подготовить интервью в печать.

По мнению других журналистов, с помощью Skype читатели издания могут позвонить в редакцию прямо с сайта газеты и задавать в чате любые интересующие их вопросы. Благодаря новым приложениям данный канал предоставляет пользователям программу для редактирования аудиофайлов, что немаловажно для тех, кто работает на радио.

Среди всех мессенджеров Telegram находится на особом месте. Обладая всем стандартным для подобного рода канала функционалом его главное преимущество заключается в зашифрованном трафике. Как отмечает Д. Э. Коноплев, «Именно безопасность передачи данных и возможность создавать внутри аккаунта группы привлекло к мессенджеру внимание так называемого “невидимого интернета”, для которого технологии скрытой коммуникации значительно упростились (например, по сравнению с проектом I2P, требующим установки и настройки специального программного обеспечения)» [4]. Для журналистов данный мессенджер привлекателен по двум причинам: с одной стороны, канал гарантирует защиту данных, с которыми делятся с ними многочисленные пользователи, а с другой — они сами могут передавать своим подписчикам информацию без какой-либо цензуры. Возможно, поэтому Telegram считается в среде журналистов одним из самых свободных коммуникативных каналов. Но при этом, как отмечают наши респонденты, отрицательной стороной данного мессенджера является наличие в нем большого количества материалов, рассчитанных только на достижение хайпа — создания определенной информационной шумихи и крикливого расхваливания события. Для стандартов качественной журна-

листки такой подход в освещении событий неприемлем, хотя желающих завоевать внимание аудитории за счет «хайпа» предостаточно.

Как видим, Telegram в большей степени используется журналистами как наиболее безопасный канал передачи и хранения информации.

Благодаря проведенному исследованию мы пришли к ряду выводов.

1. Применительно к СМИ мессенджеры полностью отвечают потребностям журналистов, выполняя функции самого быстрого и оперативного распространителя информации — это, с одной стороны, а с другой, — коммуникативной связи между участниками редакционного процесса.
2. В отличие от электронной почты и телефона мессенджеры предоставили своим пользователям дополнительные функции, благодаря которым стало возможным не только налаживание мгновенной обратной связи, но и возможность участия в групповых дискуссиях и обсуждениях, обмена цифровыми данными любого формата и на любых электронных носителях, наконец, новые возможности в распространении и тиражировании информации.
3. Общение в мессенджерах носит не только более адресный и персонализированный характер, но и деловой, так как используется для оперативного информирования всех участников редакционного процесса об общих мероприятиях, для координации действий журналистов, для налаживания коммуникации со своей целевой аудиторией.
4. Журналисты в своей работе могут использовать один или сразу несколько мессенджеров. Это обусловлено следующими факторами: каждый мессенджер существует автономно от другой, не имея прямой связи с другими; журналисты могут использовать те или иные мессенджеры для решения различных творческих задач.

Заключение

В редакционной деятельности мессенджеры выполняют ряд важных рабочих функций:

- 1) обеспечивают непрерывную коммуникативную связь между участниками редакционного процесса;
- 2) предоставляют всем журналистам равный доступ к информации;
- 3) выступают в качестве общей площадки для оперативного обмена мнениями и информацией;
- 4) в отличие от социальных сетей, где люди в большей степени ведут дружеские беседы, придают характеру общения более деловой и рабочий характер.

Благодаря именно таким характеристикам мессенджеры стали наиболее востребованными каналами для налаживания внутриведомственных коммуникаций.

Как показало наше исследование, редакции СМИ стараются выбрать один или максимум два мессенджера. Делается это для того, чтобы собрать воедино на одном канале все потоки информации, избегая ее раздробленности и мозаичности. Только в этом случае есть гарантия того, что с теми или иными сведениями ознакомится вся редакция, что в работе журналистов не будет рассогласованности действий, что каждый член коллектива будет нести определенную ответственность за достоверность передаваемых данных, наконец, что благодаря этому будет обеспечена оперативная обратная связь между участниками одной редакции. С внедрением мессенджеров в редакционную работу мы выявили ряд тенденций, которые наметились в характере использования данного канала коммуникации. Благодаря наличию мессенджеров у журналистов, особенно конвергентных редакций, появилось больше возможностей в плане налаживания самых разнообразных коммуникаций. С одной стороны, они могут быть участниками в обсуждении обще-

редакционных задач, с другой — вести переговоры на уровне отдельного проекта, и в-третьих, использовать мессенджеры в своей творческой работе. Все это соответствует характеру работы конвергентных редакций, функционирующих по принципу многозадачности.

В индивидуальной деятельности, как мы увидели, мессенджеры используются журналистами не только для налаживания взаимодействия с коллегами по редакции, но и для работы с источниками информации, а также со своей аудиторией.

Литература

1. Бирюков В. А. Использование мессенджеров для дистрибуции контента СМИ // Актуальные вопросы экономики и современного менеджмента : сборник научных трудов по итогам международной научно-практической конференции. Вып. IV. Самара, 11 апреля 2017 г. Самара, 2017. С. 18–23.
2. Епишкин И. И. Telegram-каналы: причины запуска проектов и инструменты продвижения // МедиаАльманах. 2017. № 3. С. 30–41.
3. Иванов А. Д. Чат-бот в Telegram и ВКонтакте как новый канал распространения новостей // Вестник Волжского университета им. В. Н. Татищева. 2016. Т. 1. № 3. С. 126–132.
4. Коноплев Д. Э. Telegram как новая среда коммуникации в СМИ и соцсетях // Знак. Проблемное поле медиаобразования. 2017. № 3. С. 198–200.
5. Нигматуллина К. Р., Бодрунова С. С. Методика качественного анализа дискуссий в Twitter // Медиаскоп. 2017. № 1. С. 15.
6. Стефанова Н. А. Мессенджеры как цифровой бизнес-инструмент // Карельский научный журнал. 2018. Т. 7, № 2 (23). С. 127–129.

Об авторе:

Ким Максим Николаевич, профессор кафедры журналистики и медиакоммуникаций Северо-Западного института управления РАНХиГС (Санкт-Петербург, Российская Федерация), доктор филологических наук; kim-mn@ranepa.ru

References

1. Biryukov V.A. The use of instant messengers for the distribution of media content // Current issues of economics and modern management: a collection of scientific works based on the results of an international scientific and practical conference. Is. IV. Samara, April 11, 2017. Samara, 2017. P. 18–23. (in Rus).
2. Epishkin I.I. Telegram channels: reasons for launching projects and promotion tools // Media-Almanach [MediaAl'manakh]. 2017. N 3. P. 30–41. (in Rus).
3. Ivanov A. D. Chat-bot in Telegram and VKontakte as a new news distribution channel // Bulletin of Volzhsky University named after V. N. Tatishchev [Vestnik Volzhskogo universiteta im. V. N. Tati-shcheva]. 2016. T. 1. N 3. P. 126–132. (in Rus).
4. Konoplev D. E. Telegram as a new medium of communication in the media and social networks // Sign. Problem field of media education [Znak. Problemnoe pole mediaobrazovaniya]. 2017. N 3. P. 198–200. (in Rus).
5. Nigmatullina K. R., Bodrunova S. S. Methodology of qualitative analysis of Twitter discussions // Mediascope [Mediaskop]. 2017. N 1. P. 15. (in Rus).
6. Stefanova N. A. Messengers as a digital business tool // Karelian Scientific Journal [Karel'skii nauchnyi zhurnal]. 2018. V. 7, N 2 (23). P. 127–129. (in Rus).

About the author:

Maksim N. Kim, Professor of the Chair of Journalism and Media Communications of North-West institute of management of RANEPa (St. Petersburg, Russian Federation), Doctor of Science (Philology), kim-mn@ranepa.ru