

Влияние мессенджера Telegram на структуру редакции и рабочие процессы на примере журнала GQ

Научный руководитель – Вартанова Елена Леонидовна

Бронтвейн Софья Игоревна

Студент (магистр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет журналистики, Кафедра теории и экономики СМИ, Москва, Россия

E-mail: brontvein.sonya@yandex.ru

Научно-технический прогресс и заметное развитие коммуникационных технологий — один из основных драйверов медиаиндустрии в XXI веке[1]. Помимо этого на медиакомпаниях оказывают влияние сильнейшие экономические кризисы, ударявшие по всем странам и в 2008, и в 2014 годах.

Сокращение бюджетов и доходов в совокупности со стремительным техническим прогрессом подводят нас к термину прорывные или даже разрушительные технологии[1]. Это понятие объясняет процесс вытеснения существующих в медиаиндустрии решений и создания основ новой отрасли. Эти основы не могут обойтись без реструктуризации трудовых отношений в медиаиндустрии и реформирования рабочих процессов в редакции.

Одной из таких технологий стали социальные сети и мессенджеры, значительно повлиявшие на концепцию конвергенции рабочего места — гибкий рабочий график, гибкие компетенции и возможность выполнения обязанностей удаленно[1][2].

Вся коммуникация в редакции журнала GQ, входящего в издательский дом Conde Nast, особенно в digital подразделении, ведется в мессенджере Telegram. Особенность платформы заключается в том, что ее разработчики первые предложили одинаково удобный софт как для телефонов, так и для компьютеров и ноутбуков. При этом приложение всегда привязано к номеру мобильного телефона и полностью синхронизируется на всех устройствах с одним аккаунтом. Telegram сжимает файлы, чтобы не занимать слишком много памяти, но после скачивания ни изображения, ни видео не теряют в качестве. В мессенджере легко сохранять анонимность: можно общаться с другими пользователями, находя друг друга по нику, не узнавая номер телефона. Софт первым предложил функцию правки сообщений и их удаления даже для собеседника. Именно в Telegram впервые появились анонимные каналы. Мессенджер позволяет создавать секретные чаты с автоматическим удалением всей переписки и уведомлением о скриншотах. Для СМИ это очень удобный мессенджер, который позволяет общаться с источниками, сохраняя приватность, обмениваться файлами, общаться с коллегами в чате, всегда иметь доступ к документам и изображениям даже с телефона[6][7].

В digital редакции журнала GQ работает около 20 человек, включая стажеров и внештатных сотрудников. Ежедневно все они общаются в чате в Telegram, при этом не будучи знакомы лично и не всегда понимая, кто какую должность занимает, кто является лицом, принимающим решения, какая иерархия, к кому обратиться с определенным вопросом. Коллектив не является целостным и дружным, потому что это опосредованное общение, когда люди друг для друга просто коллеги с определенным набором функций. Человек

в мессенджере лишается индивидуальности, внешности, характера. Он воспринимается через призму уведомлений на экране компьютера или телефона[3][4].

Также это значит и то, что никакой разницы по факту в работе внештатного корреспондента или редактора и штатного не остается. Писать новости, редактировать контент, обсуждать информационные поводы и согласовывать материалы можно из любой точки мира. Взаимодействия в реальной жизни в редакции не происходит.

Рабочий процесс устроен следующим образом: в Telegram чате редактор или корреспондент согласовывает тему материала, затем пишет его, создает заготовку публикации в административной системе, пишет дизайнеру или бильд-редактору запрос на иллюстрации, — если у него есть фотографии или видео от пресс-службы ли фотографов, то он может и сам сверстать материал с помощью виджетов — они верстают публикацию, после чего выпускающий редактор или шеф-редактор проверяет материал, может его поправить и затем выпустить.

На первый взгляд, система кажется максимально удобной и современной, позволяющей заметно сократить издержки. Например, в масштабах всей России экономический эффект от удаленной работы уже составляет 68 миллиардов рублей в год[5]. Но также снижается коллективная ответственность и целостность редакции, потому как сотрудники не ассоциируют себя со штатом издания. Это может привести к снижению качества контента, оттоку целевой аудитории, частой ротации кадров и падению этических норм[3][4]. Отрицать то, что мессенджеры будут все чаще использоваться в редакциях и медиаменеджеры будут продолжать выводить сотрудников издания за штат и на удаленную работу, бессмысленно. Важно определить, как избежать негативного влияния таких решений на работу редакции и качество издания[2].

Этот вопрос мы планируем изучить более детально в рамках магистерской выпускной квалификационной работы «Актуальные формы организации труда в медиаиндустрии», проведя глубинные интервью с представителями управленческого звена издательских домов в Москве и с сотрудниками изданий, работающих как штатно, так и внештатно.

Источники и литература

- 1) 1. Вартанова Е.Л., Вырковский А.В., Макеенко М.И., Смирнов С.С. «Индустрия российских медиа: цифровое будущее» [Академические монографии]. — М.: МедиаМир, 2017. — 160с.
- 2) 2. Стэндинг Гай «Прекариат: новый опасный класс» — М.: Ад Маргинем, 2014. — 350 с.
- 3) 3. Ажгихина Надежда «Удержаться невозможно», Журнал «Журналист» <http://jrnlst.ru/impossible>
- 4) 4. Ажгихина Надежда «Мастера российской журналистики — о фрилансе и фрилансерах», Журнал «Журналист» <http://jrnlst.ru/about-freelancers>
- 5) 5. Юзбекова Ирина «Пятая часть россиян будет работать удаленно к 2020 году», Источник: J'son & Partners Consulting, онлайн-ресурс «РБК» https://www.rbc.ru/technology_and_media/17/06/2015/5580515f9a7947e7bf4bfc99

- 6) 6. Hamburger Ellis 'Why Telegram has become the hottest messaging app in the world', The Verge <https://www.theverge.com/2014/2/25/5445864/telegram-messenger-hottest-app-in-the-world>
- 7) 7. Kozlovskyy Oleg 'Telegram as a messenger for teamwork', Medium <https://medium.com/@gracelab/telegram-as-a-messenger-for-teamwork-8a58a76ae589>