

# თანამედროვე მოქალაქე, როგორც გამოწვევა მედიისათვის

რევაზ ჭიჭინაძე

*საკვანძო სიტყვები: მედია, ჟურნალისტიკა, ინფორმაციის მიწოდება, მოქალაქე ჟურნალისტი, სოციალური მედია*

მედია ფუნდამენტურ ცვლილებებს განიცდის. თითქმის ყველა კომპონენტი, რასაც ეყრდნობოდა ე.წ. ტრადიციული მედია საშუალებები, უკვე შეიცვალა ან ცვლილების პროცესშია. ინფორმაციულ საზოგადოებაში, მობილურობა აუცილებელი პირობაა. დიდი კორპორაციები ბიზნესის გადასარჩენად, მედიის ჰიბრიდულ მოდელებს აყალიბებენ. ყალიბდება კონვერგირებული ნიუსრუმის მოდელები. სრუქტურული რეორგანიზაციის კვალდაკვალ, ტექნოლოგიური ევოლუციის ამ გზაზე, მედია მასალის შინაარსიც, მის თანამედროვე პლატფორმასთან ერთად, მეტად მოქნილი ხდება. ჟურნალისტიკა ახალ გლობალურ ქსელში ადგილის დამკვიდრებისთვის იბრძვის. მრავალ გამოწვევათა შორის უმთავრესი, მობილური გაცემებით შეიარაღებული მრავალმილიონიანი მოქალაქეთა არმიაა, რომელიც მედიის ველზე „შემოიჭრა“ და მისი პირდაპირი კონკურენტი გახდა. წინამდებარე პუბლიკაციაში სწორედ ამ კონკურენციის გაანალიზებას შევეცადეთ. მოქალაქე ჟურნალისტი – ეს არის საფრთხე პროფესიონალი ჟურნალისტიკისთვის, თუ აუდიტორიასთან კომუნიკაციისა და მასალის ახლებურად გადაცემის შესაძლებლობის ერთგვარი ფანჯარა.

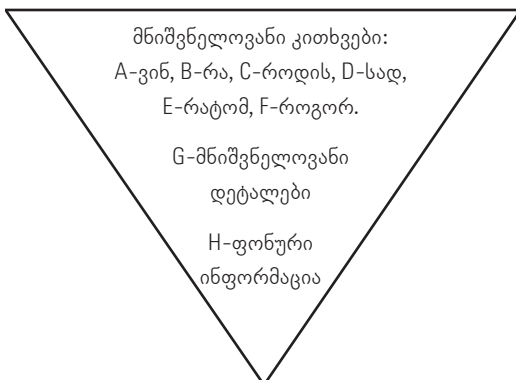
დღევანდელ ყოფაში, მსოფლიო გლობალური გამოწვევების ნუსხა ვრცელია, დაწყებული მსოფლიო კლიმატის ცვლილებებით, დასრულებული პანდემიით. ყველა ამ საკითხს აქვს ერთი საერთო ხაზი – ტექნოლოგიური განვითარება, რაც, რიგ შემთხვევებში პრობლემის წყარო, მეტად კი პრობლემის გადაჭრის ერთადერთი ბერკეტია. როგორც გლობალურ, ასე ნიშურ, ლოკალურ გამოწვევებს თანამედროვე ტექნოლოგიები განსაზღვრავს, რაც მოიცავს გლობალური სატელეკომუნიკაციო და საინფორმაციო სისტემების განვითარებას. მიმდინარეობს როგორც კონკრეტული დარგების, ისე მსოფლიო საზოგადოების ტრანსფორმაცია. მსოფლიო მოსახლეობის უმრავლესობა დღეს კომუნიკაციებისა და IT ტექნოლოგიების სისწრაფით ცხოვრობს. სამყაროსთან ურთიერთობის ამგვარი სტილი, ინფორმაციის მიღებისა და გაცემის სისწრაფე და მობილურობა უკვე ჩვეული მდგომარეობაა.

ტექნოლოგიების გაჩენისთანავე მედიამ პროდუქტის მობილობაზე იბრუნა და საზოგადოების მსგავსად, გახდა მეტად სწრაფი და მოქნილი. აქვე, უნდა აღინიშნოს, რომ მედია ერთგვარი ინტერდისციპლინური

ცნებაა. შესაძლოა ის გავყოთ და გავანალიზოთ ორ ნაწილად. კერძოდ: 1 მასობრივი ინფორმაციის გავრცელების საშუალება – ინფორმაციის ერთგვარი გამტარი A პუნქტიდან B პუნქტამდე (წყაროდან რეციპიენტამდე); 2 მედია, როგორც მედიატორი, რომელიც ქმნის საზოგადოებრივი დიალოგის ველს, ეხმარება სოციალურ ჯგუფებს კომუნიკაციის დამყარებაში. ეს ორივე ველი გადაერთო ციფრულ სამყაროში, სადაც მრავალი გამოწვევის წინაშე დადგა. მედიაინდუსტრიის წარმომადგენლები, მედიაპროდუქტის ინტერნეტთან ადაპტაციის გზაზე, ბევრ სირთულეს აწყყდებიან. მრავალ ქვეყანაში დღემდე იხვეწება საკანონმდებლო ბაზა და რეგულაციები, სარეკლამო ბაზრის წილი, საგადასახადო სისტემა, ე.წ. ტრადიციული მედიის „ჩანაცვლების“ საფრთხე და ა.შ.

ერთ-ერთი უმთავრესი, რის შესახებაც ამ პუბლიკაციაში ყურადღებას ვამახვილებთ, არის თავად ჟურნალისტიკური პროდუქტი და მის წინაშე არსებული გამოწვევები. ჩამონათვალი აქაც ვრცელია, თუმცა ჩვენ მხოლოდ რამდენიმე მათგანს განვიხილავთ. ე.წ. დიგიტალიზაციის გზაზე, ერთ-ერთი ყველაზე მნიშვნელოვანი არის ის, რომ მედიამ დაკარგა ექსკლუზივი ინფორ-

მაციის გავრცელებაზე. ექსკლუზიურობის დაკარგვა ნებისმიერი ბიზნესისთვის ყველაზე ძვირადღირებული რესურსია, შესაბამისად, სერიოზული გამოწვევის წინაშე დადგა მედია ინდუსტრიაც, მით უფრო თუ გავითვალისწინებთ იმ ფაქტორს, რომ ყველა მოქალაქე, რომელსაც აქვს სმარტ ტელეფონი და აქვს ინტერნეტზე წვდომა, პოტენციურად მედიის კონკურენტია. მოქალაქე ჟურნალისტი მას შემდეგ გახდა აქტუალური საკითხი მედიისთვის, რაც სამყარო მობილურმა ქსელმა მოიცვა. არსებობს მისი მრავალი სინონიმი, როგორცაა მაგალითად: „საზოგადოებრივი ჟურნალისტიკა“, „ქსელური ჟურნალისტიკა“, „ღია წყაროს ჟურნალისტიკა“ და ა.შ. მიუხედავად იმისა, რომ თითოეული ამ ტერმინის უკან არის გარკვეული მცირედი სხვაობები, რაც ძირითადად ჟურნალისტის პრეფერენციებს ასახავს სოციალურ მედიაში, ჩვენ ყველა მათგანი შეგვიძლია ერთი ქოლგის – სამოქალაქო ჟურნალისტიკის ქვეშ გავაერთიანოთ. ძირითადად, მოქალაქე ჟურნალისტი, მის მიერ ქსელში ატვირთული მასალის მიხედვით თუ ვიმსჯელებთ, ფოკუსირებულია ახალ ამბებზე, რითიც ძლიერ კონკურენციას უწევს პროფესიულ მედიას. შეუძლებელია ყველა ცხელ წერტილში, საზოგადოებისთვის, გლობალურ ან თუნდაც ლოკალურ დონეზე, ყველა საინტერესო ადგილას პროფესიონალი რეპორტიორი იყოს. ამ მიზეზით, ერთი შეხედვით ამბის გავრცელების ეს დონე – მომხდარი ფაქტის გავრცელება, მედიას უნდა დაეთმო, თუმცა უნდა აღინიშნოს, რომ აუდიტორიას, მომწოდებლისგან მხოლოდ მშრალი ინფორმაციის მიღება არ სურს. ეს კი კიდევ ერთხელ ადასტურებს პროფესორ ბაკ რაიანის (Buck Ryan)<sup>1</sup> მიერ შექმნილი „მაესტროს კონცეფციის“<sup>2</sup> (Maestro Concept) აქტუალურობას. „იფიქრე როგორც მკითხველმა“ – ამ დევიზით კონცეფცია პირველად ავტორმა ამერიკულ გამოცემელთა საზოგადოებას, 1993 წელს წარუდგინა. პრინციპი, აუდიტორიისთვის საინტერესო კითხვარის შედგენას და შემდგომ მათზე პასუხს გულისხმობს. ეს ერთგვარი სრულყოფაა ინვერსიული პირამიდის მეთოდის, რომელიც ჟურნალისტებს მათი ნამუშევრის მკაფიო სტრუქტურულ მექანიზმს სთავაზობს, რაც განასხვავებს ჟურნალისტურ ნაშრომს აკადემიური ნაშრომის სტრუქტურისგან.



ე.წ. გადმოტრიალებული პირამიდის მეთოდოლოგია XIX საუკუნის ომის პერიოდში, რეპორტიორებმა შექმნეს, რომლებიც ტელეგრაფის მეშვეობით ავრცელებდნენ ახალ ამბებს. იმ პერიოდიდან უკვე ნათლად გამოიკვეთა, რომ საზოგადოება მომხდარის შესახებ სრულ ინფორმაციას მოითხოვს რასაც პროფესიული ჟურნალისტიკის უნარების გამოუმუშავება ესაჭიროება. ამას გარდა, დღეს ფასეული გადამოწმებული და მიუკერძოებელი ინფორმაციაა, რადგან ე.წ. ფეიკ ნიუსის ნაკადი გლობალურ ქსელში, სულ უფრო იმატებს. ინფორმაციის გამავრცელებელი ოფიციალური წყარო კი მომხმარებლისთვის ერთგვარი გარანტორია, რომ იქ ჟურნალისტიკის თუნდაც მინიმალური სტანდარტები იქნება დაცული. თუ კი ჩვენ მხოლოდ ზემოთ მოყვანილ ე.წ. კლასიკურ სტრუქტურულ მეთოდოლოგიას დავეყრდნობით, რომელიც წლებია ინფორმაციის გავრცელების ღერძია ჟურნალისტთათვის, მივიღებთ შემდეგ სქემას:

ინვერსიული პირამიდის მეთოდის პუნქტები	A	B	C	D	E	F	G	H
J - პროფესიონალი ჟურნალისტი	J	J	J	J	J	J	J	J
I - მოქალაქე ჟურნალისტი	I/?	I	I/?	I	I/?	-	-	-

I/? = შესაძლოა ამ დეტალის შესახებ ინფორმაცია ვერ მივიღოთ.

მარტივი სქემაც ცხადყოფს, რომ მოქალაქე რეპორტიორი ვერ უზრუნველყოფს ბაზისური ინფორმაციის მიწოდებას აუდიტორიისთვის, მეტიც, არც მომხმარებლებს აქვთ ამის მოლოდინი, რადგან გლო-

1 <https://ci.uky.edu/jam/directory/buck-ryan>  
 2 Buck Ryan, Michael O'Donnell, „The Editor’s Toolbox:“, 1st edition (February 16, 2001), P. 55.

ბალურ ქსელში ჩართული აუდიტორიის თითოეული წევრი პოტენციურად თავად არის მოქალაქე ჟურნალისტი და იცის, თუ რა ტიპის, რა ინფორმაციის მატარებელი გზავნილის გაცემა შეუძლია მას. ამას ემატება მთელი რიგი ნიუანსები იმის შესახებ, თუ რომელ მედია გამტარზე რა მოცულობისა და ფორმის საინფორმაციო ნაკადი უნდა გავიდეს, რომ მასალა მეტად მიმზიდველი იყოს მომხმარებლისთვის. აღნიშნული, რა თქმა უნდა, არ გამორიცხავს მოქალაქე ჟურნალისტების მიერ გაზიარებული მასალის პოპულარობას სოციალურ ქსელებში. რიგ შემთხვევებში, ამ პირველწყაროს პოპულარობის თანაბარი პროფესიული მედიაც ხდება, რადგან კორპორაციებმა მოქალაქე ჟურნალისტებთან ე.წ. თანაცხოვრების პრინციპები შეიმუშავეს. ერთ შემთხვევაში, მედია კომპანიები აძლევენ საშუალებას მოქალაქე ჟურნალისტებს, განათავსონ საკუთარი ვიდეო მათ ვებზე, როგორც ეს ვერ კიდევ 2006 წლიდან გააკეთა CNN-მა, რომელმაც გახსნა მოქალაქეთათვის პლატფორმა iReport, 2007-ში კომპანია Al-Jazeera საკუთარ გვერდს დაუმატა „Sharek Portal“ რაც გაზიარებას ნიშნავს და ა.შ. მეორე შემთხვევაში კი პროფესიონალი ჟურნალისტები საკუთარ მედიაპროდუქტში იყენებენ მოქალაქეთა მიერ გაზიარებულ კადრებს, როგორც პირველწყაროს, თვითმხილველის მონათხრობს. შესაბამისად, პროფესიული მედია მართალია არა ერთადერთი, მაგრამ კვლავ კვლავ არის ახალი ამბების გავრცელების ყველაზე მნიშვნელოვანი წყარო.

ახალმა რეალობამ – ინტერნეტმა შეცვალა ჟურნალისტიკის ყველა მიმართულების როგორც ფორმა ასე შინაარსი. ტრადიციულ მედიაში ამ კუთხით ყველაფერი ცხადია, იმავე მედიის თანამედროვე პლატფორმებზე კი ვხედავთ ფორმატისა და შინაარსის ძიების პროცესს. ახალი მედიის პირობებში, გამოწვევად სწორედ მედია პროდუქტის ფორმისა და მედიამატარებლის თავისებურებიდან გამომდინარე შინაარსის მორგებაა. მეტიც, სოციალური მედია პლატფორმების განვითარების კვალდაკვალ ჟურნალისტები ერთ კონკრეტულ ინფორმაციის გამავრცელებელ რედაქციასთან აღარ ასოცირდებიან, რადგან მათ პროდუქტს აზიარებს სხვადასხვა მომხმარებელი განსხვავებულ ელექტრონულ გვერდებზე და განსხ-

ვავებულ ქსელებში. შესაბამისად, თავისუფალ სივრცეში მასალის გაშვებისას, თავად მწარმოებელიც კარგავს მასზე კონტროლს.

ტექნოლოგიურ ტრანსფორმაციასთან ერთად იცვლება თავად ჟურნალისტიკის კონცეფციაც. ამერიკელი პროფესორი სტეფან დ. რისი (Stephen D. Reese, 2016), კვლევაში „ჟურნალისტიკის თეორიები“<sup>3</sup> გვთავაზობს და განიხილავს თანამედროვე მედიაში აქტუალურ სამ ძირითად მიმართულებას: 1. ტექნოლოგიურს – რაც გულისხმობს ალგორითმებს, რომელთა შექმნაც ეხმარება ჟურნალისტებს წყაროთა იდენტიფიცირებაში, სოციალური მედიის ტენდენციების ძიებასა და შინაარსის გადამოწმებაში. 2. წარმოებას – ჟურნალისტების რეალური როლის განსაზღვრას ამბის გაშუქებისას, სოციალური მედიის ეპოქაში. მკვლევარი მიიჩნევს, რომ სოციალური მედიის გამოყენება ევოლუციური და ხელშემწყობი აღმოჩნდა ახალი ამბების გაშუქებისა და შეგროვების სფეროში. 3. აუდიტორია/მომხმარებელს, რაც გულისხმობს საზოგადოებრივი აზრის ანალიზსა და დემოკრატიულობის ხარისხს.

მსგავსი ტიპის აკადემიური დაკვირვება და ანალიზი მრავლად გვხვდება, თუმცა ყველა მათგანს აერთიანებს ერთი – მომხმარებლის აქტიური ჩართულობა, რაც რიგ შემთხვევებში დადებითად, რიგ შემთხვევაში კი გარკვეული საფრთხის შემცველად ფასდება. ჩვენ არ ვაანალიზებთ არგუმენტებს კითხვაზე „კლავს“ თუ არა სოციალური ქსელი ჟურნალისტიკას. საკითხის ასე დაყენებისას მკვლევართა ნაწილი მიიჩნევს, რომ გლობალური ქსელი კლასიკურ ჟურნალისტიკას ანადგურებს, ნაწილი კი, მათ შორის ჩვენც, ვფიქრობთ, რომ აუდიტორიის მაღალი ხარისხის ჩართულობამ და ტექნოლოგიების განვითარებამ პროფესია ჟურნალისტს ახალი შესაძლებლობების ფანჯარა გაუხსნა. მაღალი კონკურენციის საპასუხოდ, ყალიბდება და ვითარდება პროფესიული ჟურნალისტიკის ახალი მიმართულებები. ჟურნალისტიკაში ყველა აქამდე არსებული გამოცდილების საფუძველზე იქმნება ჰიბრიდული, მულტიმედიური პროდუქტი, რაც ყველა მედია ენას აერთიანებს. ჟურნალისტი დღეს აღარაა დამოკიდებული მედიამატარებლის ტექნიკურ მონაცემებზე. თუკი გასულ საუკუნეში ჟურ-

3 Reese Stephen, Theories, 2016.

ნალისტიკაში ფორმისა და ფორმატის განმსაზღვრელი გამტარი იყო და კლასიფიკაციაც ასე ხდებოდა, მაგალითად: სატელევიზიო, რადიო, გაზეთის და ა.შ. ჟურნალისტი; დღეს გამტარი ნაკლებ მნიშვნელოვანია და პრიორიტეტული პროფესია და პროფესიონალური უნარ-ჩვევებია. გასათვალისწინებელია ისიც, რომ ისიც მიუხედავად იმისა, რომ შექმნილი პროდუქტი შესაძლოა გათვლილი იყოს ავტორის მიერ ე.წ. ტრადიციული მედია პლატფორმისთვის, ის ამა თუ იმ ფორმით მაინც აღმოჩნდება გლობალურ ქსელში. აქვე უნდა აღინიშნოს მარტივი ტექნიკური-

ბაც, რომ სოციალური ქსელები დღეს პროფესიული მედიის გარეშე უპრობლემოდ იცხოვრებს, აი პროფესიული მედია კი სოციალური ქსელების გარეშე ციფრულ სამყაროში ნამდვილად შეწყვეტს არსებობას. შესაბამისად, პროფესიონალი ჟურნალისტებისთვის ეს გამოწვევა ერთგვარ შესაძლებლობად უნდა იქცეს, როდესაც ისინი თავისუფლდებიან მედიამატარებლის მიერ წამოყენებული პირობებისაგან და ქმნიან იმგვარ პროდუქციას, რომელიც ფოკუსირებულია ჟურნალისტიკის ძირითად ფორმულაზე – იფიქრე როგორც მკითხველმა.

**გამოყენებული ლიტერატურა:**

- ჩართოლანი გ., კუტუბიძე ლ., ჭიჭინაძე რ., კულტურა მედიაში, თბ., „კენტავრი“, 2019.
- Castells, M. “The Rise of the Network Society”, 2nd edition, Blackwell Publishers Inc. Cambridge, MA, USA, 2000.
- Hickey D., “Dust Bunnies”, PCP Press, 2016.
- Neuman W. Russell, “The Future of Mass Audience”, Cambridge University Press, 1991.
- Nkomo a., Themba B., “Citizen Journalism in Comparison with Professional Journalism”, 2018. <http://www.inosr.net/wp-content/uploads/2019/11/INOSR-AM-41-1-4-2018..pdf> (Last seen) 05.05.2022
- Roslan A., “The Risks and Challenges for Professional Journalism in the Digital Age”. 2020, [https://www.researchgate.net/publication/339446738\\_The\\_Risks\\_and\\_Challenges\\_for\\_Professional\\_Journalism\\_in\\_the\\_Digital\\_Age\\_A\\_Malaysian\\_Perspective](https://www.researchgate.net/publication/339446738_The_Risks_and_Challenges_for_Professional_Journalism_in_the_Digital_Age_A_Malaysian_Perspective) (Last seen) 05.05.2022
- Reese Stephen D., “Theories of Journalism”, 2016, <https://doi.org/10.1093/acrefore/9780190228613.013.83>
- Siapera E., “Journalism’s Dilemmas: Internet challenges for professional journalism and media sustainability”, 2015, [https://www.academia.edu/17651055/Journalism\\_s\\_Dilemmas\\_Internet\\_challenges\\_for\\_professional\\_journalism\\_and\\_media\\_sustainability](https://www.academia.edu/17651055/Journalism_s_Dilemmas_Internet_challenges_for_professional_journalism_and_media_sustainability) (Last seen) 05.05.2022
- Weibel, P. “From Simulation to Stimulation”. Philosophical Journal “Logos”, № 4, (106 -118), 2015, 5/29/2022).

# A MODERN CITIZEN AS A CHALLENGE TO THE MEDIA

Revaz Tchitchinadze

*Keywords: Media, Journalism, I-reporter, social media, information*

The media is facing fundamental changes. We are observing how almost all components of traditional media outlets (TV, radio, press) have already changed or are changing. Nowadays, in the information society era, one must be mobile. Giant media corporations are creating hybrid models of media industry to stay afloat and optimize costs. They are also converging their news-rooms. While on the wake of restructuration, on the way of technological evolution we see that the content of the media stories become much more flexible for all types of platforms. Journalism is fighting for its place in the new global worldwide network. The most important in our case is that the key challenge lies in an army of millions of citizens armed with mobile gadgets, which have “invaded” the field of media to become its direct competitor. In this study we are trying to analyze this competition between the media and its audience. Is a citizen reporter (also known as I-reporter, any person with Wi-Fi on a gadget) a threat to a professional journalist, or it is a new opportunity to have better communication with the audience and a chance for transmit the better media content? That is the main question.

The list of global challenges is vast, from global climate change to the pandemic. There are several institutions studying challenges and focusing on the biggest portion of the world population. Surprisingly, most of global cases in various directions have the same line: technological development. In some cases, technological evolution is the source of problems, but mostly it is the way how we can solve it. Both global and local challenges are identified by modern technologies. We are facing the transformation of the almost all specific fields and this process includes global telecommunication and information systems. The majority of the world population is living at the speed of the information technologies. This kind of communication style, the speed of mobility, receiving and transmitting information is already commonplace.

As soon as new technologies emerged, media holders ensured product mobility and, like their audiences, became faster and more flexible. Before describing the whole process, it has to be noticed that the media itself is an interdisciplinary concept. We can divide it into two separate directions. In particular:

1. The source information, a kind of conductor of information from point A to point B (from the source/s to

the recipients).

2. Media as the mediator creating a public dialogue field to help social groups communicate.

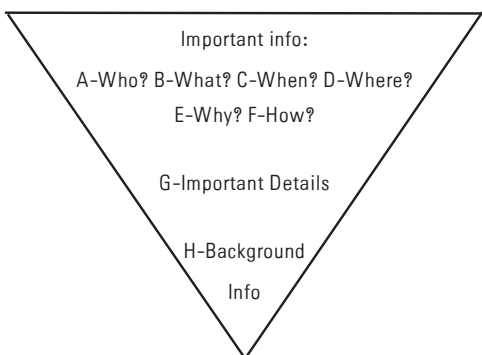
Both have gone digital to end up facing numerous challenges. Media managers are facing many problems when adapting traditional media materials to internet platforms. In several countries there still are problems with legislation and regulation systems, also there has to be improved the share of the advertising market, the tax system, the threat of “replacement” of traditional media and etc.

One of the key topics of this paper is the journalistic product proper and its challenges. The list here is extensive though we will only discuss a few.

On the way to digitalization, one of the most important issues is that the media lost its exclusive rights to information distribution. Loosing this kind of priority is a hard blow for any business, forcing the media industry to deal with a tough challenge. At the same time, we have to underline that every citizen, who has a smart phone and has access to the internet, is a potential competitor to the media. After expanding the worldwide network system, citizen journalists became one of the most actual issues for the media industry. There are various



terms used for citizen journalism, such as “civic journalism,” “I-reporter”, ”stand-alone journalism,” “public journalism,” “open-source journalism,” “crowd-sourced journalism,” “bridge media,” “networked journalism” and so on. Behind all of those terms there are some differences which describe some preferences, though they can be united under the umbrella term civil journalism. In general, according to the materials uploaded by the population, citizen journalists focus on the news, so I-reporters strongly compete with professional media. For professional media holders it is impossible to have reporters everywhere, in every hotspot of the world, so it does not make sense to compete on this level and the media has to capitulate, but professionals have tried to prove that journalism is not just transmitting information. Notably, the audience does not want to receive only dry information from the supplier. The behavior and desires of information recipients reiterated the Maestro Concept<sup>1</sup> created by Professor Buck Ryan<sup>2</sup> and Michael O’Donnell. It has five main points: Idea-group meetings; importance of coaching writers: editors lead writers through story development; the challenges of hurdling newsroom traditions; the maestro session and a lesson in critiquing. The concept with the slogan “Thinking like a reader” was first presented in 1993 at the American Society of News Editors convention in Baltimore, Maryland. The concept we can consider as kind of refinement of the inverted pyramid method, which works extremely well for a variety of reasons. The methodology provides a clear structured mechanism for journalist and writers to create engaging pieces of writing. History is not clear, so we do not know who managed this system.



However, it is commonly believed that the methodology was created by 19<sup>th</sup>-century wartime reporters who sent in their news and stories by telegraph. From that period, it has become clear that audiences need to have complete picture of what happened. This demand requires the development of professional skills. A journalistic product is more and more focused on the details and verification of sources. Getting verified information is crucial for audiences today as we face an increasing flow of fake news through global networks. That is one of the reasons why the professional product is still in demand. The official source of information (mean media organizations) assures for the consumer that even the minimal standards of journalism will be observed.

If we rely on the classical structural methodology of the inverted pyramid method (above), the axis of information dissemination for journalists for years, we get the following scheme:

Inverted pyramid method	A	B	C	D	E	F	G	H
J – Professional journalist	J	J	J	J	J	J	J	J
I – Citizen journalist	I/?	I	I/?	I	I/?	-	-	-

I/? = We may not be able to get information about this subject.

- = We will not receive the information or it will not be complete.

Even this simple scheme makes clear that citizen journalists cannot give basic information to the audience. Moreover, users of the citizen journalism product do not even expect this, because each member of the audience involved in the global network is potentially a citizen journalist and knows what type, what kind of news message they can deliver. Besides, there are myriad capabilities and skills modern journalists must have. It is important to choose the right media platform, also have to think about the volume and shape of the information flow to make the material more attractive to the user. All of those arguments do not preclude the popularity of the material shared by citizen journalists on social

1 Ryan, O’Donnell, „The Editor’s Toolbox: A Reference Guide for Beginners and Professionals“, 1st edition (February 16, 2001), P. 55.

2 <https://ci.uky.edu/jam/directory/buck-ryan>

networks. However, we must remember that there is no equal sign between popularity and credibility, and the media still needs popularity, so we see that in numerous cases the popularity of primary sources is also shared by professional media, as corporations have developed the principles of coexistence with citizen journalists. In one case, some notable citizen journalism websites of the world include Cable News Network's (CNN) iReport feature that was launched in 2006, Al-Jazeera's "Sharek Portal" (which means "share") launched in late 2007; in another, professional journalists use footage shared by citizens in their media product as an eyewitness source. Consequently, according to this chain of logical reasoning, professional media is not the only one, but it still remains the most important source of news coverage.

The new reality of the worldwide network has changed the form and content of all areas of journalism. In traditional media (television, radio, press) everything is clear. We can see classical forms of TV shows or articles, but the same media organizations on their modern internet platforms are in the process of searching for forms and hence content. In the new media environment, the challenge is to adjust content based on the shape of the media product and the specifics of the media carrier. Moreover, Following in the steps of the development of social media platforms, in the perception of the users, journalists are no longer associated with one particular news outlet as their product is shared by different users on different websites and social networks. While launching material in the free zone, journalists as well as the media outlets lose control over it; literally, full information with all its rights is provided.

With technological transformation, the concept of journalism itself is changing. Professor Stephen D. Reese in the research *Theories of Journalism*<sup>3</sup> focuses on and discusses the main areas relevant to modern media. Reese offers three categories to focus on. The first one is the role of technology in knowledge production, thus creating algorithms to help journalists identify trending stories, search social media, and verify contributors and content. This, however, raises questions in regards to journalistic accountability of their works. The second category shows the role of journalists surrounding the use of social media. The use of social media has proven

to be evolutionary and facilitative in the realm of news reporting and gathering whilst redefining the actual role of a journalist. In the third main subject author analyzed a number of journalism research studies conducted prior to his paper works, questioning what content considered newsworthy and credible and how they perceive their social responsibility to foster democratic conversation with the audience. Like S. D. Reese, those kinds of researches and academic observing and analysis are common. Some researchers offer a different vision, while others develop an existing one, but all of those researches have one common line, active engagement of users in journalistic production. In some cases, by different authors, users' active engagement is considered positive, and in some cases is considered as a certain threat.

In this article, we do not analyze the arguments on the question of whether the social network "kills" journalism. In posing the issue this way, some researchers believe that the global network is destroying classical journalism, while others, including us, believe that quality engagement from the audience and the development of technology have opened a window of new opportunities for the profession. In response to high competition, new directions of professional journalism are being formed and developed. Based on all previous experience in journalism, we witness the creation of a hybrid, multimedia product uniting all media languages and tools.

Nowadays, modern journalist no longer depends on technical media data. In the past century the transmitter, distributing source of news was dictating rules, because the carrier was definer of the form and format of the journalistic material, the classification was as follows: Journalist of the Television, Radio, Newspaper or etc. After the digital revolution and worldwide network spread, the carrier is not as important as before. Priority is given to profession and professional skills. Notably, the media product is still provided by a journalist for the traditional media sources. Nonetheless, the media story created for TV radio or paper will find itself in a global network in one form or another. Importantly, professional media does not matter for social networks, networks have their own way of developing. It seems that in the next several year social networks will still be on demand. As for professional media, be-

3 <https://doi.org/10.1093/acrefore/9780190228613.013.83>

ing without social networks might be a suicide for the profession. Consequently, for professional journalists, this challenge should become an opportunity when they

are freed from the conditions set by the media carrier and create a product that focuses on the basic formula of journalism: think like a reader.

#### REFERENCES:

- Chartolani G., Kutubidze L., Tchitchinadze R., "Culture in Media", Tb., "Kentavri", 2019.
- Castells, M. "The Rise of the Network Society", 2nd edition, Blackwell Publishers Inc. Cambridge, MA, USA, 2000.
- Hickey D., "Dust Bunnies", PCP Press, 2016.
- Neuman W. Russell, "The Future of Mass Audience", Cambridge University Press, 1991.
- Weibel, P. "From Simulation to Stimulation". Philosophical Journal "Logos", № 4, (106-118), 2015.
- Roslan A., "The Risks and Challenges for Professional Journalism in the Digital Age". 2020, [https://www.researchgate.net/publication/339446738\\_The\\_Risks\\_and\\_Challenges\\_for\\_Professional\\_Journalism\\_in\\_the\\_Digital\\_Age\\_A\\_Malaysian\\_Perspective](https://www.researchgate.net/publication/339446738_The_Risks_and_Challenges_for_Professional_Journalism_in_the_Digital_Age_A_Malaysian_Perspective) (Last seen) 05.05.2022.
- Nkomo a., Themba B., "Citizen Journalism in Comparison with Professional Journalism", 2018. <http://www.inosr.net/wp-content/uploads/2019/11/INOSR-AM-41-1-4-2018..pdf> (Last seen) 05.05.2022.
- 12. Siapera E., "Journalism's Dilemmas: Internet challenges for professional journalism and media sustainability", 2015, [https://www.academia.edu/17651055/Journalism\\_s\\_Dilemmas\\_Internet\\_challenges\\_for\\_professional\\_journalism\\_and\\_media\\_sustainability](https://www.academia.edu/17651055/Journalism_s_Dilemmas_Internet_challenges_for_professional_journalism_and_media_sustainability) (Last seen) 05.05.2022.