

УДК 070.1

DOI 10.58649/1694-5344-2025-3-379-383

ЛУКОМБУ И.П., ТРОФИМОВА Г.Н.

Патрис Лумумба атындагы РЭДУ, Москва, Россия

ЛУКОМБУ И.П., ТРОФИМОВА Г.Н.

РУДН имени Патриса Лумумбы, г. Москва, Россия

LUKOMBU I.P., TROFIKOVA G.N.

PFUR named after Patrice Lumumba, Moscow, Russia

ORCID: 0009-0002-9944-6338

SPIN-код: .454280, ORCID: 0000-0002-1295-5002

САЛТТУУ ЖАНА САНАРИПТИК ЧАГЫЛДЫРУУ " ОРАÍS -ӨЛКӨ" ГЕЗИТИНДЕ

ТРАДИЦИОННОЕ И ЦИФРОВОЕ ОСВЕЩЕНИЕ В ГАЗЕТЕ «ОРАÍS-СТРАНА»

TRADITIONAL AND DIGITAL LIGHTING IN THE OPAÍS-STRANA NEWSPAPER

Кыскача мүнөздөмө: Макалада Анголанын "О Раís" гезитинин салттуу форматтан санариптик форматка өтүү процесси изилденген. Санарип платформалары киргизилгенден кийин жаңылыктарды өндүрүү жана жайылтуу механизмдериндеги өзгөрүүлөргө көңүл бурулат. Анголанын медиамейкиндигиндеги редакциялык стратегиялар, мазмун саясатынын өзгөчөлүктөрү жана экономикалык моделдер талданат. Изилдөө санариптик трансформациянын шартында салттуу маалымат каражаттары туш болгон негизги тенденцияларды жана кыйынчылыктарды ачып берет. Редакциялык мазмунду жаңы форматтарга жана платформаларга ылайыкташтырууга жана жаңылыктарды түзүү жана керектөө процессинде аудиториянын ролун өзгөртүүгө басым жасалат. Санариптик контенттен акча табуу, жарнама моделдеринин таасири жана жаңы санариптик медиа менен атаандашуу сыяктуу экономикалык аспектилери каралат. Изилдөөнүн натыйжалары Анголанын медиа пейзажындагы өзгөрүүлөрдү терең түшүнүүгө, ошондой эле салттуу медианы жаңы реалдуулукка ылайыкташтыруунун натыйжалуу стратегияларын иштеп чыгууга жардам берет.

Аннотация: В статье исследуется процесс трансформации ангольской газеты «О Раís» из традиционного формата в цифровой. Основное внимание уделяется изменениям в механизмах производства и распространения новостей после внедрения цифровых платформ. Анализируются редакционные стратегии, особенности контент-политики и экономические модели в медиaprостранстве Анголы. Исследование позволяет выявить ключевые тенденции и вызовы, с которыми сталкиваются традиционные СМИ в условиях цифровой трансформации. Особое внимание уделяется адаптации редакционного контента к новым форматам и платформам, а также изменению роли аудитории в процессе создания и потребления новостей. Рассматриваются экономические аспекты, такие как монетизация цифрового контента, влияние рекламных моделей и конкуренция с новыми цифровыми медиа. Результаты исследования могут быть полезны для глубокого понимания изменений в медиаландшафте Анголы, а также для разработки эффективных стратегий адаптации традиционных медиа к новым реалиям.

Abstract: The article explores the transformation of the Angolan newspaper "O País" from a traditional format to a digital one. The focus is on the changes in the mechanisms of news production and distribution following the introduction of digital platforms. The article analyzes the editorial strategies, content policies, and economic models in the Angolan media landscape. The study identifies key trends and challenges faced by traditional media in the context of digital transformation. It highlights the adaptation of editorial content to new formats and platforms, as well as the changing role of the audience in the creation and consumption of news. The study examines economic aspects such as the monetization of digital content, the impact of advertising models, and competition with new digital media. The results of the study can be useful for gaining a deeper understanding of the changes in the Angolan media landscape, as well as for developing effective strategies for adapting traditional media to the new realities.

Негизги сөздөр: О Раís гезити; Анголанын медиамейкиндиги; салттуу формат; санарип мазмун; маалымат каражаттары; медиаконвергенциясы; экономикалык жана жарнама моделдер.

Ключевые слова: газета «O País»; медиaprостранство Анголы; традиционный формат; цифровой контент; средства массовой информации; медиаконвергенция; экономическая и рекламная модель.

Keywords: O País newspaper; Angolan media space; traditional format; digital content; media; media convergence; economic and advertising model.

Современная журналистика переживает беспрецедентную трансформацию, характеризующуюся сосуществованием традиционных форматов и цифровых платформ. В данной статье анализируется динамика традиционного и цифрового новостного освещения в газете «O País», выделяя ключевые изменения в процессе производства и распространения новостей после внедрения цифровых платформ.

Исходя из предположения, что СМИ должны переосмысливать себя для сохранения актуальности и устойчивости, это исследование фокусируется на редакционных стратегических решениях газеты «O País» в контексте перехода от печатного к цифровому формату, особенностях контент-политики и экономических моделях в медиaprостранстве Анголы.

Актуальность исследования обусловлена недостатком академических работ о цифровой трансформации медиа в Анголе, особенно в части адаптации традиционных газет к цифровой среде. Анализируя кейс газеты «O País», статья восполняет этот пробел, предлагая ценные инсайты о вызовах и возможностях, с которыми сталкиваются африканские СМИ в эпоху медиаконвергенции. Исследование основано на комбинации качественных методов.

Анализ контента 20 публикаций «O País» (10 печатных выпусков за 2022 год и 10 цифровых публикаций за 2024 год) с акцентом на: тематическую структуру, жанровое разнообразие, форматы подачи информации и интерактивные элементы. Глубинное интервью с членом редакции (Бернарду Пиреш, редактор и журналист газеты «O País»), проведенное в мае 2025 года.

Традиционная печатная журналистика — одна из старейших. Более того, сама журналистика родилась на «бумаге», и лишь позже появились радио и телевидение. Обычно она считается наиболее достоверной и эффективной, учитывая, что напечатанное в газете остается зафиксированным на неопределенный срок.

Однако современная медиаиндустрия переживает период радикальных изменений, вызванных цифровизацией и сдвигами в

потреблении информации. В африканском контексте эти процессы приобретают особую специфику, сочетая глобальные тренды с локальными особенностями медиасистем. Ангола как одна из самых динамично развивающихся стран региона представляет особый интерес для изучения цифровой трансформации СМИ.

Газета «O País», основанная в 2008 году как печатное издание медиахолдинга Medianova, полностью отказалась от печатной версии в 2023 году, перейдя в цифровой формат. Этот кейс позволяет проследить, как традиционные медиа Анголы адаптируются к вызовам цифровой эпохи, сохраняя стандарты профессиональной журналистики.

С момента запуска «O País» утвердилась как еженедельное издание на португальском языке, внося значительный вклад в послевоенный медиаландшафт Анголы. Однако появление цифровых медиа поставило новые задачи, потребовав изменений как в форматах, так и в методах производства. С ростом доступа к Интернету в стране увеличивается спрос на информацию в реальном времени и интерактивные форматы. Это заставляет традиционные СМИ, такие как «O País», «Jornal de Angola», «Novo Jornal», «Expansão» и другие пересматривать свои операционные, редакционные и эстетические модели.

Современные исследования цифровой трансформации в журналистике указывают на глобальные тренды, которые отражаются и в Анголе. Согласно отчету Reuters Institute «Journalism, media, and technology trends and predictions 2025», наблюдается парадокс: в то время как доверие к медиа в целом снижается (лишь 41% медиалидеров выражают уверенность), большинство (56%) оптимистично оценивают перспективы своих собственных изданий. Эта дихотомия иллюстрирует трудности и возможности, с которыми сталкивается отрасль.

В эпоху печатной прессы в газете «O País» были заложены основы и идентичность (2008–2023).

В первые годы «O País» утвердилась как эталонная ежедневная печатная газета Анголы,

следуя таким канонам традиционной журналистики, как:

1. Ритм и периодичность: ежедневные выпуски с замкнутым циклом производства; ночная печать и утренняя дистрибуция; тщательная проверка фактов.

2. Архитектура контента: жесткая иерархия тем (политика и экономика доминировали на первых полосах); четкое разделение жанров (новости, репортажи, редакционные статьи); длинные аналитические тексты с документальным уклоном.

3. Отношения с читателями: институциональный монолог (газета «говорила», читатели «слушали»); ограниченная обратная связь.

4. Экономическая модель: зависимость от продаж тиража и печатной рекламы; высокие постоянные затраты (бумага, типография, логистика).

Переломный момент в деятельности газеты «O País» наступил в 2020 году, когда газета столкнулась с вызовами времени, влекущими необходимость перемен (2020-2023).

2020 год принес экзистенциальные вызовы печатной модели:

1. Изменения в потреблении информации: поколение mobile-first вытесняет традиционных читателей; ожидание мгновенности, несовместимое с ежедневным циклом (по данным интервью с цифровым

менеджером издания, 78% ангольцев младше 35 лет предпочитают новости на мобильных устройствах).

2. Экономический кризис: рост стоимости бумаги на 40% в 2021-2023 гг., сокращение тиража на 25% (данные редакции); резкое падение подписок.

3. Цифровая конкуренция: появление agile-платформ; соцсети как основной источник новостей для молодежи.

В 2023 году «O País» приняла стратегическое решение о переходе на цифровой формат. Цифровая трансформация влияет как на стратегию, так и на адаптацию, продолжающуюся и по настоящее время:

1. Реинжиниринг процессов: Круглосуточная интегрированная редакция вместо ежедневных «закрываний»; CMS-система для обновлений в реальном времени; Мультидисциплинарная команда (журналисты, видеографы, дата-аналитики).

2. Эволюция контента: более разговорный тон без потери глубины.

3. Новая экономика: платные цифровые подписки (эксклюзивный контент), партнерства.

4. Интерактивность: модерация комментариев, влияющие на повестку опросы, клубы подписчиков.

Сравнительный анализ жанров показывает следующее:

Жанр	Печатная эра	Цифровая эра
Новость	Линейный текст без гиперссылок	Ссылки на контекст
Интервью	Полная расшифровка	Видеофрагменты + краткая текстовая версия
Репортаж	Глубокое расследование (3-5 стр.)	
Мнение	Подписанная редакционная статья	Посты в соцсетях

Обсуждение сосуществования и конвергенции между традиционной и цифровой журналистикой происходит в более широком контексте трансформаций медиаэкосистемы. Согласно Дженкинсу (2009), медиаконвергенция касается не только объединения платформ, но и перестройки практик производства, циркуляции и потребления информационного контента. Эта перспектива становится центральной для понимания того, как такие СМИ, как газета "O País", перестраивают свою деятельность перед

лицом появления нового типа аудитории – более подключенной, критической и взаимодействующей.

С другой стороны, такие авторы, как Сильва (2017) и Салаверрия (2019), указывают, что цифровой переход в средствах массовой информации происходит неравномерно и обусловлен культурными, экономическими и политическими факторами.

В случае Анголы этот процесс находится под влиянием контекста сильной централизации СМИ и технических

ограничений доступа к Интернету в различных регионах страны. Однако прогресс информационных и коммуникационных технологий значительно повлиял на средства массовой информации по всему миру, и Ангола не является исключением.

В результате данные процессы привели как к потерям, так и приобретениям.

Что было потеряно: материальность газеты как культурного объекта; аналитическая глубина длинных репортажей; журналистика как "первый набросок истории" (цифровая мгновенность приоритезирует сенсации над рефлексией).

Что было приобретено: демократизация доступа (любой человек, имеющий доступ в Интернет, может получать информацию); беспрецедентная интерактивность; персонализация контента; возможность постоянных исправлений/обновлений.

В настоящее время газета "O País" сохраняет влиятельное цифровое присутствие через свой официальный сайт и платформы социальных сетей, следуя примеру других СМИ, которые больше не создают контент специально для цифрового формата, поскольку считают, что вся аудитория является цифровой. Эта трансформация включает мультимедийное обновление, постоянные обновления и новые модели дохода.

Несмотря на успешный переход, у редакции сохраняются проблемы в вопросах финансовой устойчивости (трудности с монетизацией, цифровая реклама, сконцентрированная в Google и других социальных сетях); качества журналистики (давление кликов против глубины анализа, риск спектакля); цифрового включения (часть ангольцев все еще не имеет доступа к Интернету, проблема обслуживания разнообразной аудитории, молодежи и взрослых).

Наблюдается двойственность тем и подходов в традиционном и цифровом освещении в газете "O País". В содержании газеты "O País" четко видно различие между темами, освещаемыми в печатной и цифровой версиях. В то время как печатное издание сохраняло более традиционный фокус на национальной политике, экономике и институциональных вопросах, цифровая версия исследовала темы с большим потенциалом виральности, такие как культура, образ жизни и гуманизированные истории. Это стратегическое различие отражает глобальную тенденцию, выявленную Кристиной

Тардаглией, которая выступает за журналистику, где гораздо больше информации, чем мнения, полезной в повседневной жизни людей.

Также отмечается, что цифровое освещение имеет более непринужденный и менее формальный тон, с более провокационными заголовками, открытыми для вовлечения. Эта языковая адаптация «O País» отражает глобальную напряженность: в то время как алгоритмы поощряют провокационные заголовки, редакция стремится сбалансировать вовлеченность и строгость, как предлагают аналитики, проверяющие факты.

Таким образом, траектория газеты "O País" от её основания как печатного средства в 2008 году до её текущей цифровой конфигурации иллюстрирует радикальные преобразования в современной журналистике. Хотя она и отказалась от физического формата по экономическим причинам и из-за изменений в потребительских привычках, но сохранила свою информационную миссию, адаптируясь к новым технологическим реалиям и запросам всё более подключенной аудитории.

Как и многие глобальные СМИ, "O País" сталкивается с постоянной проблемой балансирования между качеством журналистики, финансовой устойчивостью и технологическими инновациями.

Список использованной литературы

1. Jenkins H. Культура конвергенции: где сталкиваются старые и новые медиа. – Нью-Йорк: NYU Press, 2009, 308 с.
2. Salaverría R. (). Цифровые СМИ: теория и практика. – Мадрид: Editorial Comares, 2019, 245 с.
3. Silva J.A. Цифровая журналистика в португалоязычных странах. – Лиссабон: Edições Colibri, 2017, 180 с.
4. Тардагилья К. Будущее журналистики в эпоху дезинформации. – Рио-де-Жанейро: Editora FGV, 2021, 156 с.
5. Reuters Institute Digital News Report 2025. Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism. – URL: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2025>
6. Medianova Group Annual Report. – Луанда: Medianova, 2024, 45 с.
7. Африканский индекс развития медиа 2024. – Кейптаун: African Media Initiative, 2024. – URL: <https://www.africanmediainitiative.org/mediaindex2024>
8. Digital Transformation in African Newsrooms. – Женева: WAN-IFRA, 2025, 89 с.
9. Fonte A. Журналистика и технологии в португалоязычных странах. – Лиссабон: Media XXI, 2023, 210 с.
10. Глобальный отчет о тенденциях в СМИ. – Цюрих: University of Zurich, 2025. – URL: <https://www.mediatictrends.uzh.ch/2025>.

Рецензент: к. филол. н., доцент Барышникова Е.Н.