

Министерство образования Республики Беларусь

Учреждение образования
Полоцкий государственный университет

**НОВЫЕ КОММУНИКАТИВНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ
И СОВРЕМЕННОЕ БЕЛОРУССКОЕ ОБЩЕСТВО**

Электронный сборник статей
Международной научной конференции

(Новополоцк, 11-12 ноября 2016 г.)

Под общей редакцией
И.А. Бортника

Новополоцк
2017

Все права на размножение и распространение в любой форме остаются за УО «Полоцкий государственный университет».

Нелегальное копирование и использование данного продукта запрещены.

Новые коммуникативные технологии и современное белорусское общество : электрон. сб. ст. Междунар. науч. конф, Новополоцк, 11–12 нояб. 2016 г. / Полоц. гос. ун-т ; под общ. ред. И.А. Бортника. – Новополоцк : Полоцкий государственный университет, 2017. – 1 CD-ROM.

211440, ул. Блохина, 29,
г. Новополоцк
Тел.: 59-37-39, 39-40-46
<http://www.psu.by>

Компьютерная верстка: Лазарёнок Егор Юрьевич
Программное обеспечение: Мядиль Анна Николаевна
Компьютерный дизайн: Мухоморова Мария Сергеевна

№ госрегистрации 3021713593

© Бортник И.А., 2017
© Полоцкий государственный университет, 2017

1. ИНТЕРНЕТ-СМИ КАК ВЫЗОВ ТРАДИЦИОННЫМ ПРАВИЛАМ ЖУРНАЛИСТИКИ

Гражданская журналистика в социальных медиа

Ефимова Н.В., кандидат философских наук, доцент,
Белорусский государственный университет, г. Минск

Граевская Л.Н., студентка, Белорусский
государственный университет, г. Минск

Термин «гражданская журналистика» имеет несколько значений. В-первых, это профессиональная журналистика, которая направлена на общественность и имеет целью развитие гражданской активности, обеспечение участия аудитории в обсуждении и решении общественно значимых проблем (civic journalism). Для осмысления роли СМИ в развитии общественного участия и гражданской активности особое значение имели работы Ю. Хабермаса [1]. Они вызвали широкий научный интерес к практике принятия решений по результатам общественных дебатов, заострили внимание на СМИ как канале демократии и на гражданской журналистике как деятельности, призванной не только освещать жизнь общества в его интересах, но и вовлекать в этот процесс представителей самых разных его слоев.

С другой стороны, «гражданская журналистика» понимается как непрофессиональная, любительская деятельность или «журналистика граждан» (citizen journalism), являющаяся одной из форм самодеятельной активности членов гражданского общества. Российский исследователь С.Л. Оганджян определяет это явление как «целенаправленные действия граждан, непрофессиональных журналистов, играющих активную роль в процессе сбора, передачи, анализа и распространения информации» [2, с. 55].

«Журналистика граждан» (citizen journalism) существует не одно десятилетие (достаточно вспомнить общественное радио в США или движение рабселькоров в СССР), однако с появлением блогосферы и социальных сетей она получила новый импульс развития и приобрела совершенно новое качество. Особенность современного состояния гражданской журналистики в том, что освещение или оценка событий локального или мирового уровня происходят по частной инициативе индивида, которого не ограничивают обязательства перед редакцией, обусловленные идеологическими, политическими, этическими нормами. То есть, гражданский журналист в современном контексте – полностью автономный журналист, сам строящий или разрушающий границы норм и правил.

Важно отметить, что современный этап развития масс-медиа на основе компьютерных технологий меняет значение такого качества СМИ как интерактивность, которая понимается не только как диалог Интернет-СМИ с аудиторией в режиме реального времени, но и как появление новой роли субъекта, где практически каждый Интернет-пользователь может стать источником новостного события, опередив его освещение в официальных СМИ. Таким образом, не только официальные СМИ, но и непрофессиональные (гражданские) журналисты получают возможность стать «гейткиперами», т.е. отбирать, фильтровать, оценивать новостную информацию, предъявляемую аудитории, формировать тем самым собственную повестку дня для этой аудитории.

В связи с этим профессиональная журналистика перестает доминировать в публичном дискурсе, а медиа лишаются той исключительной силы и власти, какую они имели раньше. Говоря о современном состоянии журналистики, исследователи выделяют ряд существенных перемен. В частности, то, что создание новостей больше не является исключительным правом профессионального журналиста, состоящего в штате редакции. Всю необходимую информацию и самые актуальные новости можно найти в Интернете в свободном доступе, не СМИ «диктуют» аудитории, что читать, а каждый пользователь выбирает и настраивает под себя те новости, ту информацию, которая уникальна и полезна индивидуально для него. На сегодняшний день практически у каждой организации, партии, компании, общества есть персональные сайты, сообщества в социальных сетях, в которых оперативно и без посредников в лице СМИ публикуются новости этих компаний. Более того, они получают прямой доступ к диалогу со своей целевой аудиторией практически в режиме онлайн [3, с. 411]. Журналисты учатся выживать в новом трансформированном информационном мире. Возможно, это становится отправной точкой такого явления, когда журналисты уходят в частную деятельность, заводят блог, микроблог, сайт и пишут для «своей» аудитории.

Закономерно встает вопрос: отличаются ли «картина мира» в официальных СМИ, от той, что воспроизводится в социальных медиа, и если «да», то каковы эти различия?

Технологию конструирования «картины мира» в СМИ изучили американские исследователи М. Маккомбс и Д. Шоу, определив этот процесс как «формирование общественно-политической повестки дня». Люди смотрят, читают или слушают новости, чтобы узнать, что произошло в мире. Однако воспринятая таким образом реальность часто очень существенно отличается от «реального мира», где происходит гораздо больше событий, чем может быть помещено в ежедневной программе новостей или газетной публикации. Даже самая искренняя попытка

аккуратно и честно представить события текущего дня требует режиссеров и редакторов, которые должны будут выбрать, какие события освещать, насколько выпукло их освещать и каким именно образом. «Те, кто контролируют информационные СМИ, решают, что должно сообщаться публике. Это и становится повесткой дня на определенный момент времени». [4, с. 400-401]. Различного рода социальные проблемы могут быть как просто отредактированными под потребности целевой аудитории, так и искусственно созданными все с теми же целями – удовлетворение потребностей целевой аудитории. Для того, чтобы обеспечить восприятие новостей аудиторией того или иного информационного ресурса осуществляется определенный алгоритм действий. На первом этапе происходит выбор определенных событий, к которым предъявляются требования наличия конфликтов различных уровней, от локальных до межнациональных, наличие катастроф и трагедий мирового масштаба, жизнь и деятельность политических лидеров и «селебрити» или попросту события, оставляющие яркие эмоциональные впечатления, отвлекающие от течения рутинной жизни своей необычностью и нестандартностью.

Далее сообщение адаптируют к восприятию массовой аудитории, делают его доступным, понятным, аффективным. Данный подход используется не только для создания события, пробуждения интереса к нему, удержания внимания, но и для того, чтобы «убить» новостное сообщение, когда начинает спадать интерес к нему. Продолжительность удержания события в повестке дня зависит от актуальности, а также от целей новостного ресурса. Таким образом, с одной стороны повышенный рейтинг новости в СМИ, размещение ее в главных новостных блоках, делает событие социально важным и значимым, а с другой стороны замалчивание того или иного события делает его практически несуществующим.

Формирование повестки дня входит в компетентность профессиональных специалистов GR (government relations) и редакторов. Социокультурная реальность СМИ редактируется так называемыми gatekeepers. Помимо специалистов по общественным и правительственным связям это могут быть владельцы медиа или издатели, то есть те, кто принимают непосредственное участие в информационном процессе и процессе создания и обработки сообщений, выходящих в массовую аудиторию. Это те, кто стоит между определенным событием и окончательным вариантом его освещения. Такой посредник процесса создания новости в ряде случаев становится помехой объективному освещению события.

Новая информационная ситуация, в которой получатель информации в любой момент может стать ее производителем, разрушает монополию СМИ на формирование повестки дня, демонстрирует переход от

традиционной монологичности СМИ к постоянному диалогу между создателем и получателем информации. Это решает проблему «безответности» СМИ, о которой говорил французский философ Жан Бодрийяр: «они [СМИ] являют собой то, что навсегда запрещает ответ, что делает невозможным процесс обмена (разве только в формах симуляции ответа, которые сами оказываются интегрированными в процесс передачи информации, что, однако, ничего не меняет в однонаправленности коммуникации)» [5, с. 214].

Поскольку Интернет обеспечивает интерактивность и возможность обратной связи, каждый, в принципе, может стать гражданским журналистом, оказавшись свидетелем какого-либо события и рассказав о нем в Интернете. Или, имея все тот же доступ в Интернет, выразить свое мнение по поводу определенного события, тем самым вступая в диалог с другими пользователями. В процессе обсуждения, выражения мнения, представления своих идей и доводов возникают новые информационные поводы. Таким образом, пусть не для самой широкой аудитории, но все же пользователи устанавливают альтернативную повестку, хотя бы на уровне определенного информационного источника.

Официальная и альтернативная повестки дня взаимодействуют в медийном пространстве, контролируя и корректируя друг друга. Например, известно, что СМИ поддерживают определенную тему в своей повестки пока считают это нужным. Однако СМИ не могут произвольно исключить какую-либо тему из повестки, если она обсуждается в социальных медиа. Представим еще один вариант взаимодействия СМИ и альтернативной повестки дня. Часто бывает так, что пользователи в комментариях под новостью начинают отвлеченно от темы обсуждать другое событие – альтернативную новость. И поскольку СМИ отслеживают обратную связь, то альтернативная новость от пользователей становится информационным поводом для создания собственного сообщения.

С целью выявить особенности конструирования повестки дня в официальных и альтернативных источниках информации было проведено сравнительное контент-аналитическое исследование содержания популярных новостных интернет-порталов и рейтинговых блогов. Сопоставимость двух массивов информации обеспечивалась тем, что контент-анализ был проведен по единой методике (единая таблица контент-анализа с одинаковыми категориями, подкатегориями, единицами анализа и техникой счета).

В выборку-1 были включены три официальные новостные источника. Это наиболее популярные у белорусской аудитории новостные сайты tut.by, yandex.by, vedomosti.ru. Выборка-2 формировалась следующим образом. Из генеральной совокупности блогеров Беларуси,

насчитывающих 586 активно пишущих, были отобраны блогеры, ведущие колонки в социальных сетях, сайты которых носят информационный характер. При этом исключались блоги с узкими тематическими обзорами, например, блоги о путешествиях, искусстве, популярных заведениях Минска и т.д. В результате было отобрано 50 самых популярных блогов в таких социальных сетях и на таких платформах, как LiveJournal, vk, twitter. Контент-аналитический мониторинг сообщений осуществлялся в течение одного месяца (с 1 по 31 марта 2015 года). Всего было проанализировано 1347 новостных сообщений. Официальная и альтернативная повестка дня сравнивались по таким характеристикам, как тематика, жанр сообщений, персонификация содержания, уровень критичности (характер оценки), особенности языка новостных сообщений. Тематическая структура двух сопоставимых информационных потоков представлена ниже, в Таблице 1.

Таблица 1. Тематика сообщений на официальных сайтах и в блогосфере

Название темы	Официальные сайты (%)	Блогосфера (%)
Экономика Беларуси	11,9	6,1
Внутренняя политика	14,6	13,6
Социальная сфера	12,8	19,7
Внешняя политика, международные отношения	10,4	17,0
События в Украине	10,4	38,3
Новости крупных корпораций	6,8	0,2
Чрезвычайные происшествия (ЧП)	17,9	3,1
Спорт	11,4	2,0
Реклама	3,8	--
Итого:	100%	100%

Как следует из данных контент-анализа, на информационных порталах достаточно равномерно представлены сообщения по широкому диапазону тем. Преимущество отдается экономической, внутривнутриполитической, социальной проблематике, а также спорту. Однако лидирующую позицию в повестке дня занимает тема «ЧП» - происшествия, несчастные случаи, аварии, дорожно-транспортные инциденты и т.п. Это является свидетельством приоритетности сенсационных новостей, создающих эффект массового интереса к информационному ресурсу. В официальной повестке дня есть также место для новостей крупных корпораций и их рекламы, что можно интерпретировать как влияние коммерческих компаний на медийную повестку дня через создание для них информационных поводов. В целом, официальная повестка дня конструируется исходя из актуальных для общества тем и с учетом интересов агентов влияния (владельцев, спонсоров, рекламодателей). При

этом анализ комментариев к новостным сообщениям показал, что пользователи, выражая свое мнение, оценивая высказанную точку зрения, редко вступают в спор или завязывают диалог даже по самым «горячим» темам дня, недели.

В альтернативной повестке дня внимание сосредоточено на четырех темах: события в Украине, социальная сфера, внутренняя политика, внешняя политика и международные отношения (в основном это союзное государство Беларуси и России и отношения Беларуси с ЕС). Причем, безусловным приоритет отдается самой острой на момент проведения исследования теме – событиям в Украине (около 40% всех сообщений в блогосфере). Все остальные темы, включая экономику, спорт и чрезвычайные происшествия, освещаются значительно меньше, чем на официальных новостных платформах.

Не смотря на это, блоги имеют значительно большую и более активную аудиторию, чем СМИ. Это проявляется, в частности, в количестве и характере комментариев. В ходе комментирования завязываются дискуссии, споры, обсуждения, тогда как на официальных интернет-порталах ощущается сравнительный дефицит дискуссионности. Была замечена характерная особенность: чем категоричнее оценки, которые даются автором сообщения, тем больший всплеск ответной реакции оно производит. Блоги субъективны по своей природе. Оценки, которые в них даются событиям и явлениям, тяготеют к однозначности и категоричности. Сравнение с официальными новостными сайтами дает следующую картину (см.Таблицу 2).

Таблица 2. Характер оценки события в сообщениях на официальных сайтах и в блогосфере

Характер оценки	Официальные сайты (%)	Блогосфера (%)
Положительная (+)	18,7	34,6
Отрицательная (-)	20,1	36,8
Нейтральная (отсутствие оценки)	61,2	28,6
Итого:	100%	100%

Судя по полученным данным, в альтернативной повестке дня в два раза меньше (по сравнению с повесткой дня на официальных новостных сайтах) удельный вес сообщений, где события освещаются объективно, сбалансировано, без однозначной положительной или отрицательной оценки. Однако блогеры стараются обосновать справедливость своих оценок, ссылаясь на источники, на суждения экспертов, используя гиперссылки, вставляя подтверждающую информацию в текст. Новостная

заметка блогера практически всегда сопровождается медийным контентом – будь то фотография, карикатура, сканированные документы, карты, видео- и анимационные материалы.

Отмечались различия между официальной и альтернативной повесткой дня отмечались также в используемой лексике и формулировании заголовков. Так, заголовки в блогах формулируются более жестко и категорично, иногда с употреблением ненормативной лексики и жаргонных слов. То же можно сказать о лексических особенностях текста. В нем много оценочных суждений, выражающих позицию автора, его отношение к проблеме. Широкое использование интернет-языка, всевозможного медиа-контента, гиперссылок, сокращений, слэнговой и ненормативной лексики – вот те характеристики, которые присущи блогам, и по которым официальные информационные ресурсы резко отличаются от них. Как правило, стиль блогеров подхватывают и развивают комментарии пользователей.

В целом, сравнительное контент-аналитическое исследование показало, что существует значительная разница в конструировании официальной и альтернативной повестки дня. Выражается это в акцентируемых темах, в характере и интенсивности оценок событий, способах подачи материала. Новости в блогосфере не являются рерайтом официальных новостей, а скорее личным видением и личной оценкой события гражданским журналистом, что делает их современной формой выражения общественного мнения. Таким образом, профессиональная журналистика и гражданская журналистика оказываются принципиально разными по своей сути явлениями (что не исключает сотрудничества между ними).

ЛИТЕРАТУРА

1. Habermas, J. The Structural Transformation of the Public Sphere: An Inquiry into a Category of Bourgeois Society / J. Habermas; transl. T. Burger, Cambridge Massachusetts: The MIT Pres, 1989. – 301 p.
2. Оганджян, С.Л. Национальное общественное радио США и новые технологии: угроза или возможность развития? С.Л. Оганджян // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. – 2010. – № 2. – С. 114-120.
3. Черных, А.И. Социология массовых коммуникаций / А.И. Черных. – М.: Издательский дом ГУ ВШЭ, 2008. – 451 с.
4. Lowery S., Milestones in Mass Communication Research: Media Effects / S. Lowery, M.DeFleur. – White Plains, N.Y.: Longman Publishers USA, 1995. – XV, 415 p.
5. Бодрийяр, Ж. Система вещей / Ж. Бодрийяр; пер. с фр. – М.: Рудимино, 1999. – 224 с.