

Министерство образования Республики Беларусь
Учреждение образования
«Полоцкий государственный университет»

**УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ ЭКОНОМИКИ:
МЕЖДУНАРОДНЫЕ И НАЦИОНАЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ**

Электронный сборник статей

II Международной научно-практической конференции,
посвященной 50-летию Полоцкого государственного университета

(Новополоцк, 7–8 июня 2018 г.)

Новополоцк
Полоцкий государственный университет
2018

Устойчивое развитие экономики: международные и национальные аспекты
[Электронный ресурс] : электронный сборник статей II международной научно-практической конференции, посвященной 50-летию Полоцкого государственного университета, Новополоцк, 7–8 июня 2018 г. / Полоцкий государственный университет. – Новополоцк, 2018. – 1 электрон. опт. диск (CD-ROM).

Впервые материалы конференции «Устойчивое развитие экономики: международные и национальные аспекты» были изданы в 2012 году (печатное издание).

Рассмотрены демографические и миграционные процессы в контексте устойчивого развития экономики; обозначены теоретические основы, практические аспекты управления человеческими ресурсами; выявлены и систематизированы драйверы инклюзивного экономического роста в Беларуси и за рубежом; раскрыты актуальные финансовые и экономические аспекты развития отраслей; приведены актуальные проблемы и тенденции развития логистики на современном этапе; отражены современные тенденции совершенствования финансово-кредитного механизма; освещены актуальные проблемы учета, анализа, аудита в контексте устойчивого развития национальных и зарубежных экономических систем; представлены новейшие научные исследования различных аспектов функционирования современных коммуникативных технологий.

Для научных работников, докторантов, аспирантов, действующих практиков и студентов учреждений высшего образования, изучающих экономические дисциплины.

Сборник включен в Государственный регистр информационного ресурса. Регистрационное свидетельство № 3061815625 от 23.05.2018.

Компьютерный дизайн М. С. Мухоморовой
Технический редактор А. Э. Цибульская.
Компьютерная верстка Т. А. Дарьяновой.

211440, ул. Блохина, 29, г. Новополоцк, Беларусь
тел. 8 (0214) 53 05 72, e-mail: a.lavrinenko@psu.by

СОЦИАЛЬНЫЕ МЕДИА КАК КАНАЛ КРИЗИСНОЙ КОММУНИКАЦИИ

*Т.В. Купчинова, канд. социол. наук, доц., Белорусский государственный университет,
г. Минск, Республика Беларусь*

Стремительное развитие информационно-коммуникационных технологий привело к появлению новых субъектов коммуникации, изменению медиасферы. Наряду с традиционными средствами массовой информации усиливается значимость социальных медиа. А.М. Каплан и М. Хенлейн дали следующее определение социальным медиа: «группа интернет-приложений, которые базируются на идеологических и технологических основах Веб 2.0, что позволяет создавать пользовательский контент и обмениваться им» [1, с. 61]. В этой связи термин «социальные медиа» обычно применяется для описания различных форм медиаконтента, которые являются публично доступными и создаются конечными пользователями. Нет сомнений в том, что технологии стали неотъемлемой частью жизни миллионов людей по всему миру и повлияли на модель их взаимодействия: они могут делиться, создавать, обсуждать и изменять контент, который сами и генерируют. В результате социальные медиа, и в первую очередь, социальные сети, внесли существенные изменения в связи между организациями, социальными институтами и отдельными акторами. А.А. Градюшко приводит следующую классификацию социальных медиа: интернет-форумы; блоги, микроблоги (ЖЖ, Blogger, LiveInternet, Twitter, Jaiku); социальные сети («В Контакте», «Одноклассники», Facebook); службы обмена данными (YouTube, Flickr); под-касты (Russian Podcasting, PodFM); вики во всех формах (Wikipedia, Google Docs); социальные базы данных (LinkedIn, Friendfeed); онлайн-игры (Second Life, World of Warcraft); новостные социальные сайты (Habrahabr); прочие социальные ресурсы (Pinterest и др.) [2, с. 70]. Каждый из видов имеет свои характеристики. Объединяют их все большие коммуникационные возможности: интерактивность, большой охват аудитории, скорость передачи информации, возможность «отложенного просмотра», возможность оставлять комментарии, возможность мониторинга.

Средства массовой информации активно используют технологически опосредованные каналы коммуникации (социальные сети, блоги и микроблоги и др.), что позволяет им максимально быстро донести новостную информацию до аудитории, находиться с ней в постоянном контакте, реагировать на информационные запросы. Несмотря на такую активность современных СМИ, аудитория не всегда удовлетворена количеством и качеством публикуемого материала, все меньше полагается на традиционных экспертов и органы власти, использует альтернативные источники информации и обращается к мнениям независимых экспертов, в качестве которых могут выступать представители любительской журналистики (лидеры мнений, блогеры). Особенно это характерно в ситуациях кризиса. По мнению американских исследователей Д. Дрезнер и Г. Фаррел, блоги оказывают влияние на формирование «повестки дня». О. Г. Филатова выделяет следующие виды блогов [3, с. 285]:

- блоги очевидцев какого-либо события, которые пишут о нем в режиме реального времени и сообщают эксклюзивные подробности.
- тематические блоги (посвящены какому-либо конкретному событию, отрасли, продукту, профессии и т. п.).
- блоги, выполняющие функции СМИ (регулярно обновляемые и содержащие новостную информацию).

– корпоративные блоги, дающие возможность компании-владельцу устранить из процесса коммуникации посредника (СМИ), обратиться напрямую к своей аудитории и получить обратную связь.

Использование социальных сетей в качестве канала кризисной коммуникации различными институциональными субъектами позволяет сделать вывод о том, что участие общественности в управлении кризисом уже есть норма, а не исключение из правил. Активные пользователи социальных сетей все больше доверяют информации о кризисных ситуациях, представленной в социальных сетях, чем в традиционных средствах массовой информации [4, с. 76]. Социальные сети дают возможность группам общественности объединиться, поделиться информацией, оказать эмоциональную и психологическую поддержку, потребовать разрешения кризисной ситуации у власти.

Согласно социально-опосредованной модели кризисной коммуникации (The social-mediated crisis communication model (SMCC)), люди являются полноправными участниками коммуникационного процесса. В кризисных ситуациях они не только ориентированы на поиск информации, но и на обмен, высказывание собственной точки зрения в отношении действий субъектов, имеющих отношение к принятию решений. В этой связи кризисные ситуации могут быть, как урегулированы, так и спровоцированы, усугублены посредством онлайн-коммуникации. При этом зачастую социальные медиа выступают для граждан в качестве доступного канала коммуникации с властью, особенно в тех случаях, когда традиционные инструменты (обращения, заявления, письма) не имеют должного эффекта. Так, конфликт между застройщиком ООО "Тамбаз" и владельцев жилищных облигаций «долгостроев» стал активно обсуждаться в социальных сетях. В Facebook был создан аккаунт «Народ Минска против долгостроев "Тамбаза" Спасите наши квартиры» с хэштегом @stoptambaz». На видеохостинге YouTube размещено три видеообращения владельцев облигаций к Президенту Республики Беларусь. При этом количество просмотров с каждым новым обращением увеличивается. Так, первое обращение набрало 5568 просмотров, второе – 7,6 тыс., третье – 11 тыс. просмотров. Владельцы облигаций пытаются таким образом консолидироваться и привлечь внимание общественности, власти в первую очередь, к нарушениям со стороны застройщика, необходимости пересмотра законодательства, регулирующее строительство путем приобретения жилищных облигаций.

Преимущества социальных медиа могут обернуться их недостатками в кризисной ситуации. Главным образом это касается достоверности публикуемого контента и возможности с ним поделиться, «ретвитнуть». Сенсационность кризисных ситуаций делают их предметом активного обсуждения в социальных медиа. При этом зачастую используются такие приемы воздействия на аудиторию, которые могут способствовать повышению уровня эмоциональной напряженности в обществе, распространению паники. В этой связи возникает вопрос социальной и правовой ответственности как представителей профессионального журналистского сообщества, так и любительской журналистики. В настоящее время в Республике Беларусь обсуждается новый проект Закона о средствах массовой информации. По словам Министра информации Беларуси А. Карлюкевича, новый законопроект основан на мировом опыте. Особое внимание уделяется интернет-ресурсам [5]. Председатель БСЖ Анатолий Лемешенок отметил важность таких новаций, поскольку, наряду с правами, у владельцев интернет-ресурсов должна быть и ответственность [6]. Также законопроект затрагивает и тему анонимности в интернете: размещение информационных сообщений, комментариев возможно при условии предварительной идентификации пользователя. Можно критиковать

предлагаемые изменения в Закон о СМИ за установление контроля над интернет-ресурсами, действиями пользователей социальных сетей, искать в этом сугубо политический подтекст. Однако нельзя отрицать тот факт, что активные пользователи социальных сетей, включая представителей любительской журналистики, не всегда руководствуются в своей деятельности принципами социальной ответственности. Представляется, что это не только вопрос этики и морали, но и правовой оценки.

Список использованных источников

1. Kaplan, A.M. Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media / A.M. Kaplan, M. Haenlein // Business Horizons. – 2010. – Vol. 53 (1). – P. 59–68. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.michaelhaenlein.eu/Publications/Kaplan,%20Andreas%20-%20Users%20of%20the%20world,%20unite.pdf/> – Дата доступа: 05.04.2018.
2. Градюшко, А.А. Социальные медиа как инструмент современной интернет-журналистики / А.А. Градюшко // Веснік Беларускага дзяржаўнага ўніверсітэта. Серыя 4, Філалогія. Журналістыка. Педагогіка. – 2012. – №2. – С. 69-73.
3. Филатова, О.Г. Блоги и СМИ, гражданская и традиционная журналистика: соотношение понятий / О.Г. Филатова // Вестник СПбГУ. Сер. 9. 2010. – Вып. 4. – С.281-287.
4. Examining the Role of Social Media in Effective Crisis Management: The Effects of Crisis Origin, Information Form, and Source on Publics' Crisis Responses // Communication Research 2014. – Vol 41(1). – P. 74– 94.
5. Министерство информации Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://mininform.gov.by/>. – Дата доступа: 11.04.2018.
6. Где права, там и обязанности // СБ. Беларусь Сегодня [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.sb.by/>. – Дата доступа: 11.04.2018.