МІНІСТЭРСТВА АДУКАЦЫІ РЭСПУБЛІКІ БЕЛАРУСЬ

БЕЛАРУСКІ ДЗЯРЖАЎНЫ ЎНІВЕРСІТЭТ

ІНСТЫТУТ ЖУРНАЛІСТЫКІ

ФАКУЛЬТЭТ ЖУРНАЛІСТЫКІ

Кафедра медыялогіі і вэб-журналістыкі

ЕЛЬЯШЭВІЧ
Аксана Яўгеньеўна

КАНТЭНТ НЕГАТЫЎНАГА ХАРАКТАРУ Ў ІНТЭРНЭТ-ЖУРНАЛІСТЫЦЫ

Дыпломная работа

Навуковы кіраўнік:
кандыдат філал. навук, дацэнт
В.П. Вараб'ёў

Дапушчана да абароны

«___» ___________ 2015 г.

Заг. кафедрай медыялогіі і вэб-журналістыкі
Кандыдат філалагічных навук, дацэнт В.П. Вараб'ёў

Мінск, 2015

ЗМЕСТ

РЭФЕРАТ ДЫПЛОМНАЙ РАБОТЫ 3
УВОДЗІНЫ 8
ГЛАВА 1. ПАНЯЦЦЕ НЕГАТЫЎНАГА КАНТЭНТА І ЯГО АБУМОЎЛЕНАСЦЬ У СМІ 12
1.1. Вызначэнне паняцця кантэнта негатыўнага характару 14
1.2 Прырода кантэнта негатыўнага характару, абумоўленасць яго прысутнасці ў СМІ 21
ГЛАВА 2. НАСТУПСТВЫ І ЭФЕКТЫ МЕДЫЯЎЗДЗЕЯННЯ 26
2.1 Эфекты ўздзеяння негатыўнай інфармацыі 28
ГЛАВА 3. ВІДЫ КАНТЭНТА НЕГАТЫЎНАГА ХАРАКТАРУ Ў ІНТЭРНЭТ-ЖУРНАЛІСТЫЦЫ 41
3.1 Практыка і праблематыка негатыўнага кантэнта ў беларускіх СМІ: меркаванне экспертаў 41
3.2 Віды кантэнта негатыўнага характару: сутнасць і прыклады 51
ЗАКЛЮЧЭННЕ 81
СПІС ВЫКАРЫСТАНАЙ ЛІТАРАТУРЫ 83
ДАДАТАКІ 89

РЭФЕРАТ

Аб’ём дыпломнай працы складае 67 старонак. Колькасць выкарыстаных крыніц – 63. Колькасць малюнкаў – 8; дадаткаў – 4.

Ключавыя словы: КАНТЭНТ НЕГАТЫЎНАГА ХАРАКТАРУ, МЕДЫЯЎЗДЗЕЯННЕ СМІ, ВЭБ-ЖУРНАЛІСТЫКА БЕЛАРУСІ, TUT.BY, NAVINY.BY.

Асноўная мэта працы – прааналізаваць сутнасць паняцця “негатыўны кантэнт” і даць яму азначэнне; вывучыць прычыны прысутнасці такой інфармацыі ў СМІ; вывучыць і сістэматызаваць наступствы і эфекты медыяўздзеяння; стварыць класіфікацыю кантэнта негатыўнага характару па групах і відах (катэгорыях). Падцвердзіць абгрунтаванасць класіфікацыі прыкладамі з беларускай і замежнай вэб-журналістыкі.

Для дасягнення мэты пастаўлены наступныя задачы:

1) Аналіз і даследаванне тэарэтычнай і метадычнай літаратуры па дадзенай праблеме;

2) Агляд айчынных і замежных інтэрнэт-выданняў;

3) Фармуляванне паняцця “кантэнта негатыўнага характару”;

4) Аналіз прыроды негатыўнага кантэнту і абумоўленасці яго прысутнасці ў СМІ;

5) Вывучэнне наступстваў і эфектаў медыяўздзеяння;

6) Аргументацыя меркаванняў экспертаў па дадзенай тэме;

7) Стварэнне класіфікацыі відаў кантэнта негатыўнага характару;

8) Даследаванне кантэнту негатыўнага характару паводле прапанаванай класіфікацыі на прыкладах з беларускіх анлайнавых СМІ (партал TUT.BY і Naviny.by).;

9) Высновы па выніках аналізу тэорыі, прапанаваных распрацовак і вычучэнні практыкі СМІ.

Прадметам даследавання з'яўляюцца тэндэнцыі і заканамернасці функцыянавання кантэнту негатыўнага характару ў практыцы беларускіх

СМІ. Аб'ект даследавання – дзейнасць анлайнавых інфармацыйных выданняў Беларусі.

У дыпломнай працы выкарыстаны аналітычны, апісальны, супастаўляльны, экспертны метады, кантэнт-аналізу. У працы есць творчая навізна. Распрацаваная класіфікацыя відаў кантэнта негатыўнага характару. Дадзеная класіфікацыя з'яўляецца індывідуальна аўтарскай.

РЕФЕРАТ

Объем дипломной работы составляет 67 страниц. Количество использованных источников - 63. Количество рисунков - 8; приложений – 4.

Ключевые слова: КОНТЕНТ НЕГАТИВНОГО ХАРАКТЕРА, МЕДИАВОЗДЕЙСТВИЕ СМИ, ВЕБ-ЖУРНАЛИСТИКА БЕЛАРУСИ, TUT.BY, NAVINY.BY.

Основная цель работы - проанализировать сущность понятия "негативный контент" и дать ему определение; изучить причины присутствия такой информации в СМИ; изучить и систематизировать последствия и эффекты медиавоздействия; создать классификацию контента негативного характера по группам и видам (категориям). Подтвердить обоснованность классификации примерами из белорусской и зарубежной веб-журналистики.

Для достижения цели поставлены следующие задачи:

1) Анализ и исследование теоретической и методической литературы по данной проблеме;

2) Обзор отечественных и зарубежных интернет-изданий;

3) Формулирование понятия "контента негативного характера";

4) Анализ природы негативного контента и обусловленности его присутствия в СМИ;

5) Изучение последствий и эффектов медиавоздействия;

6) Аргументация мнений экспертов по данной теме;

7) Создание классификации видов контента негативного характера;

8) Исследование контента негативного характера по предложенной классификации на примерах из белорусских онлайновых СМИ (портал TUT.BY и Naviny.by);

9) Выводы по результатам анализа теории, предлагаемых разработок и изучению практики СМИ.

Предметом исследования являются тенденции и закономерности функционирования контента негативного характера в практике белорусских СМИ. Объект исследования - деятельность онлайновых информационных изданий Беларуси. В дипломной работе использованы аналитический, описательный, сопоставительный, экспертный методы, контент-анализа.

В работе есть творческая новизна. Разработана классификация видов контента негативного характера. Данная классификация является индивидуально авторской.

SUMMARY

The diploma work consists of 67 pages. The number of sources used – 63. The number of figures – 8; applications – 4.

Keywords: NEGATIVE CONTENT, MASS MEDIA INFLUENCE, WEB JOURNALISM IN BELARUS, TUT.BY, NAVINY.BY.

The main purpose of the work is analysis of nature of the concept “negative content” and its definition; analysis of the reasons for the presence of such information in the media; examination and organization of the consequences and effects of media impacts; classification of negative content by groups and types (categories). Confirmation of validity of the classification with examples from the Belarusian and foreign web journalism sources.

To achieve the goal the following objectives were defined:

1) Analysis and research of theoretical and methodological sources on this problem;
2) Review of domestic and foreign online publications;
3) Definition of the concept “negative content”.
4) Analysis of the nature of the negative content and conditionality of its presence in the media;
5) Analysis of the implications and effects of media impacts;
6) The reasoning of expert opinions on the subject;
7) Classification of negative content;
8) Analysis of negative content by proposed classification with examples from the Belarusian online media (information portal TUT.BY and Naviny.by);
9) Conclusions from the analysis of the theory, proposed developments and media practices studying.

The subject of the research is tendencies and regularities of functioning of the negative content in the practice of the Belarusian mass media. The object of the research is the activities of online media in Belarus. The analytical, descriptive, comparative and expert methods and content analysis are used in the diploma work.

The work has a creative novelty. The classification of types of negative content was developed. The given classification is author’s development.

УВОДЗІНЫ

Узнікненне інтэрнэту стала для развіцця журналістыкі своеасаблівай рэвалюцыяй, што пашырыла інфармацыйнае асяроддзе, у якім існуе чалавек. Павялічыліся аб’ёмы і разнастайнасць дадзеных, а адлегласць паміж крыніцай і адрасатам цяпер не мае значэння для атрымання інфармацыі. Колькасць навін, якую атрымлівае за дзень чалавек, павялічваецца ў геаметрычнай прагрэсіі разам з узнікненнем новых медыя.

Паводле апошніх даследаванняў міжнароднай кампаніі Gemius, у перыяд з 11/2014 да 12/2014 аўдыторыя Байнэту дасягнула лічбы 5 мільёнаў чалавек. За апошнія пяць год - з снежня 2009 па снежань 2014 года інтэрнэт-аўдыторыя Беларусі (узростам ад 15 да 74 год) вырасла на 65,5%, павялічылася колькасць наведванняў днём. Калі ж браць апошнія тры гады, то ўся аўдыторыя Байнэту павялічылася на 26%, а дзенная - на 90% [48].

Па стане на кастрычнік 2014 году, пранікненне інтэрнэта ў Беларусі ацэньваецца ў 71%. Структурныя змены ў прыярытэтах атрымання інфармацыі беларусамі можна адсачыць па выніках сацыялагічных даследаванняў. Так, паводле звестак Інфармацыйна-аналітычнага цэнтра пры Адміністрацыі Прэзідэнта Рэспублікі Беларусь, з 2009 года назіраецца зніжэнне колькасці грамадзян, якія звяртаюцца да традыцыйных СМІ - з 62,9% да 43,8% для аўдыторыі друкаванай прэсы; з 42,4% да 28,2% для аўдыторыі радыё; найменш гэта закранула аўдыторыю тэлебачання - з 91% да 85,6%. Паралельна з гэтым назіраецца павялічэнне колькасці грамадзян, якія звяртаюцца па інфармацыю ў інтэрнэт - з 24,2% у 2009 годзе да 53% у 2014 годзе. Як вынік - упершыню глабальнае сеціва стала больш запатрабаваным каналам інфармацыі для беларусаў чым друкаваныя СМІ [13, с. 16].

Разам з гэтым назіраецца цікавая з’ява, калі некаторыя карыстальнікі інтэрнэту скарачаюць час сваёй прысутнасці ў сеціве, адмаўляюцца на нейкі перыяд ад прагляду навін увогуле альбо чытання пэўных рубрык на сайтах анлайнавых выданняў. Допісы пра гэта можна заўважыць на ўласных старонках карыстальнікаў інтэрнэта ў сацыяльных сетках, у каментарах пад навінамі альбо пачуць прыватна ад людзей. І часцей за ўсё гэта матывуецца мінімізацыяй у жыцці “негатыву”. Што ж хаваецца пад гэтай з’явай?

Размова ідзе пра абмежаванні ў праглядзе інфармацыі, якая выклікае адмоўныя эмоцыі. Напрыклад, навіны пра страшныя ДТЗ з чалавечымі

ахвярамі, чытанне крымінальнай хронікі, прагляд фота ці відэа з месцаў катастроф ці прыродных бедстваў, відэасюжэтаў з месцаў вайсковых дзеянняў, тэрактаў ды іншага. Акрамя гэтага людзі адчуваюць не меншы дыскамфорт ад чытання некаторых матэрыялаў на сацыяльныя або палітычныя тэмы. Усе гэта карыстальнікі інтэрнэту па звычцы аб'ядноўваюць пад адным словам “негатыў” ці пад словам з досыць адмоўнай канатацыяй “чарнуха” (найчасцей, у дачыненні да навін на крымінальную тэматыку). Разам з гэтым назіраецца пэўны дысананс паміж успрыманнем такіх матэрыялаў з боку пэўных груп чытачоў, а таксама самімі журналістамі, якія займаюцца падрыхтоўкай артыкулаў.

Што можна называць кантэнтам негатыўнага характару? На гэтым пытанні меркаванні чытача і журналіста часта разыходзяцца. Адны бачаць праблему ў перанасычанасці інфармацыйных плыняў кантэнтам, які выклікае напружанасць, нервовасць, непакой за свае жыццё і бяспеку, а таксама сваіх родных - і абагульняюць гэта пад словам “негатыў”. Са свайго боку журналісты звяртаюць увагу, што ўсяго толькі транслююць факты рэчаіснасці, значную частку якіх, на жаль, складаюць паведамленні пра негатыўныя з'явы. Да таго ж у своеасаблівых завочных дэбатах нярэдка можна пачуць спасылкі журналісцкай супольнасці на запатрабаванасць такой інфармацыі сярод саміх чытачоў - і ў падцверджанне гэтага дэманструюць статыстыку праглядаў навін рознай тэматыкі, дзе месца самых папулярных стабільна займаюць матэрыялы пра чалавечыя трагедыі, прыродныя катаклізмы альбо грамадскую праблематыку. Як бачым, нават успрыйманне самаго факту наяўнасці матэрыялаў такой тэматыкі ў СМІ з двух бакоў выразна адрозніваецца.

Сярод навуковай літаратуры сустракаюцца такія паняцці як “траўмуючы кантэнт”, “медыягвалт”, “эфекты медыяўздзеяння”, якія не ў поўнай меры раскрываюць сутнасць дадзенай з'явы. На нашу думку, згаданыя сферы цікаўнасці даследчыкаў з'яўляюцца толькі аднымі са складнікаў больш шырокага (з пункту гледжання лагічнага падзелу) паняцця “кантэнт (альбо інфармацыя) негатыўнага характару”. Дакладнага вызначэння гэтай з'яве ў навуковай літаратуры не даецца, як і няма замацаваных крытэрыяў, па якіх можна класіфікаваць інфармацыю такога кшталту ў СМІ для далейшага вывучэння. А без гэтага немагчымы і наступны, поўны і рознабаковы, аналіз уплыву такога кантэнта на аўдыторыю СМІ увогуле, а таксама на асобна ўзятага чалавека. Апошняе мае актуальнасць не толькі для работнікаў шматлікіх медыя, але і для спажыўцоў інфармацыі СМІ, грамадскіх інстытутаў.

Адзначым, што тэма нашага даследавання будзе звязаная з двума асноўнымі дысцыплінамі - псіхалогіяй журналістыкі і сацыялогіяй журналістыкі. Навукоўцамі былі зроблены нешматлікія спробы прааналізаваць толькі некаторыя са складнікаў кантэнту негатыўнага характару, абумоўленасць яго прысутнасці ў СМІ ці ўздзеяння на аўдыторыю - гэта працы замежных даследчыкаў В.П. Бярозкінай [2], Д. Браянта і С. Томпсана [3] В.Г. Філатавай [20], П. Вінтэрхоф-Шпурка [4], А.І. Чарных [25], М.Л. Валкоўскага і А.М. Грышанінай [5], В.Ф. Алешкі [15], С.Г. Кара-Мурзы [11], Р. Харыса [22] ды іншых. Знайсці даследаванні беларускіх навукоўцаў у гэтай галіне нам не атрымалася. Навуковых даследаванняў з сістэмным і максімальна поўным падыходам у вывучэнні цэлага феномену кантэнта негатыўнага характару ў СМІ ды яго класіфікацыі не маецца. Больш за тое, не існуе адзінага ўяўлення пра з’яву і падыхода да трактоўкі паняцця негатыўнага кантэнту сярод журналістаў, навукоўцаў, медыяэкспертаў, аўдыторыі СМІ і іншых інстытутаў грамадства. З гэтай прычыны вынікае **актуальнасць** даследавання дадзенай тэмы.

У **якасці аб’екта** даследавання дыпломнай работы выступае дзейнасць анлайнавых інфармацыйных выданняў Беларусі.

Прадмет даследавання – тэндэнцыі і заканамернасці функцыянавання кантэнту негатыўнага характару ў практыцы беларускіх СМІ.

Мэта працы: прааналізаваць сутнасць паняцця “негатыўны кантэнт” і даць яму азначэнне; вывучыць абумоўленасць прысутнасці такой інфармацыі ў СМІ; вывучыць і сістэматызаваць наступствы і эффекты медыяўздзеяння; стварыць класіфікацыю кантэнта негатыўнага характару па группах і відах (катэгорыях). Падцвердзіць абгрунтаванасць такой класіфікацыі на прыкладах з беларускай і замежнай інтэрнэт-журналістыкі.

Для паспяховай рэалізацыі гэтай мэты ў дыпломнай рабоце сфармуляваныя і вырашаюцца наступныя задачы:

1. Аналіз і даследаванне тэарэтычнай і метадычнай літаратуры па дадзенай праблеме;
2. Агляд айчынных і замежных інтэрнэт-выданняў;
3. Фармуляванне паняцця “кантэнта негатыўнага характару”;
4. Аналіз прыроды негатыўнага кантэнту і абумоўленасці яго прысутнасці ў СМІ;
5. Вывучэнне наступстваў і эфектаў медыяўздзеяння;
6. Аргументацыя меркаванняў экспертаў па дадзенай тэме;
7. Стварэнне класіфікацыі відаў кантэнта негатыўнага характару;
8. Даследаванне кантэнту негатыўнага характару паводле прапанаванай класіфікацыі на прыкладах з беларускіх анлайнавых СМІ;
9. Высновы па выніках аналізу тэорыі, прапанаваных распрацовак і вычучэнні практыкі СМІ.

Навізна даследавання заключаецца ў тым, што ўпершыню ў сучаснай навуцы разглядаецца феномен кантэнта негатыўнага характару ў такім шырокім кантэксце. Разглядаецца не толькі сутнасць паняцця, але і прапануецца аўтарская класіфікацыя відаў такога кантэнту ў анлайн-СМІ, што можа дапамагчы ў далейшым вывучэнні тэмы даследчыкамі.

У дыпломным даследаванні выкарыстаныя **метады:** аналітычны, апісальны, супастаўляльны, экспертны, кантэнт-аналіз.

Структура дыпломнай работы ўключае ў сябе ўводзіны, тры главы, заключэнне, спіс выкарыстанай літаратуры і дадаткі.

ГЛАВА 1. ПАНЯЦЦЕ НЕГАТЫЎНАГА КАНТЭНТА І ЯГО АБУМОЎЛЕНАСЦЬ У СМІ

Нерэдка журналістам анлайнавых медыя прыходзіцца чуць у свой адрас папрокі да характару інфармацыі, якую тыя распаўсюджваюць. У грамадскім асяродку стала замацаваліся азначэнні, якімі людзі часта “маркіруюць” той ці іншы кантэнт - у залежнасці ад таго, якую рэакцыю ён у іх выклікае. У інтэрнэт-журналістыцы гэта найлягчэй адсачыць: чытачы часта выказваюць свае стаўленне да матэрыялу ў каментарыях. Так, работнікаў СМІ нярэдка абвінавачваюць у “забруджванні” інфармацыйнай прасторы - можна пачуць прэтэнзіі да таго, што аўдыторыю нібыта спецыяльна загружаюць адмоўнай інфармацыяй. Часцей за ўсе такія каментарыі можна ўбачыць пад матэрыяламі пра трагедыі, хваробы, крымінал, катаклізмы, вайсковыя альбо палітычныя канфлікты, грамадскія праблемы ды іншае. І чытачы абагульняюць для сябе артыкулы такога кшталту пад адным словам - “негатыў”. У грамадскай свядомасці разам са словамі “негатыў” і “пазітыў” (як супрацьлеглае) замацаваныя мадэлі рэакцыі. Адсюль і узнікаюць спробы нібыта вырашэння праблемы - паменшыць аб’ем “негатыву” за кошт павялічэння аб’ему прысутнасці ў СМІ “пазітыву”.

“Ужо адбор матэрыялаў для публікацыі, фарміраванне “павесткі дня” утрымлівае ў сабе магчымасць узнікнення пазітыўных альбо негатыўных пачуццяў. Для таго, каб прыцягнуць ўвагу аўдыторыі, СМІ выкарыстоўваюць самыя розныя прыёмы драматызацыі рэчаіснасці, акцэнтавання ўвагі на самых незвычайных, таемных, пагражаючых яўнай альбо неяўнай небяспекай падзеях ці іх дэталях” [21].

З іншага боку, ці правільна падзяляць усю інфармацыю ў СМІ на гэтыя дзве групы, у якой падсвядома адна мае нібыта большую вартасць за іншую? Ці трэба выкарыстоўваюць апасродкаваныя азначэнні кшталту “благой” і “добрай” інфармацыі, як гэта часта робяць простыя чытачы? Работнікі СМІ у сваю чаргу канстатуюць: іх галоўнай прафесійнай задачай застаецца інфармаванне грамадскасці пра значныя падзеі незалежна ад таго, якія факты рэчаіснасці яно адлюстроўвае - сумныя для большасці аўдыторыі альбо радасныя, альбо ж увогуле нейтральныя. А рэгуляванне тэматычнай насычанасці выдання кім-небудзь, акрамя як самой журналісцкай супольнасцю, рэсцэньваецца як цэнзура.

Тым не менш, журналісты не адмаўляюць замацаваных у грамадскай свядомасці эмацыйных рэакцый на пэўныя тэмы ў СМІ. Да прыкладу, палітычныя, вайсковыя і сацыяльныя канфлікты, хваробы і прыродныя катаклізмы, тэхнагенныя і транспартныя катастрофы, крымінальныя і няшчасныя здарэннні найчасцей выклікаюць негатыўную рэакцыю. Але вызначэнне характару інфармацыі, што змяшчаецца ў СМІ, для чытачоў і журналістаў праходзіць па-рознаму. Хаця і той, і другі бок выкарыстоўвае падобныя для гэтага словы.

Увогуле ж пытанне ўплыву сродкаў масавай інфармацыі на чалавека - цікавае не толькі для навуковай супольнасці, работнікаў журналісцкага цэху, але і саміх чытачоў, гледачоў альбо слухачоў пэўных выданняў. Такія пытанні вывучае псіхалогія журналістыкі і сацыялогія журналістыкі, а таксама даследванні па тэорыі масавай камунікацыі.

У трэцім выданні сваёй кнігі ACognitivePsychologyofMassCommunication ("Псіхалогія масавай камунікацыі") Рычард Дж. Харыс пісаў:

"Найбольш распаўсюджаны кірунак даследаванняў СМІ - пошук наступстваў уздзеяння масавай камунікацыі на шырокую публіку. Улічваючы такую цікаўнасць да ўздзеяння мас-медыя з боку навукоўцаў і грамадскасці, можна выказаць здагадку пра наяўнасць базавых падручнікаў па асновах дадзенага феномену. Аднак гэта не адпавядае рэчаіснасці. Хоць шматлікія працы, прысвечаныя аналізу медыяўздзеяння, уключаючы спецыялізаваныя даследаванні па пэўных тэмах, традыцыйна займаюць важнае месца ў навуковай літаратуры па масавай камунікацыі, базавых падручнікаў па асновах медыяўздзеяння відавочна недастаткова" [3].

Так разважаюць у сваей кнізе “Асновы ўздзеяння СМІ” амерыканскія даследчыкі Браянт і Томпсан. Аднак увага большасці навукоўцаў прысвечана больш выразным катэгорыям інфармацыі негатыўнага плану, якая мае ўстойлівае абазначэнне ў псіхалогіі - “траўмуючая інфармацыя” (або катэгорыя “медыягвалту”). Аднак ці можна абгульняць панятак інфармацыі негатыўнага характару і траўмуючай інфармацыі? На нашу думку - не, бо такі падыход неапраўданы і выклікае шмат праблем у паразуменні работнікаў журналісцкага цэху і грамадства.

У гэтай главе мы разбярэмся ў сутнасці паняцця “кантэнт негатыўнага характару” і высвятлім, чым абумоўлена прысутнасць інфармацыі такога кшталту ў СМІ. У другой главе вылучым фактары, якія могуць уплываць на негатыўнае ўспрыманне інфармацыі, а таксама феномены такога ўздзеяння.

У трэцяй главе мы вылучым аўтарскую класіфікацыю кантэнта негатыўнага характару, а апасля падцвердзім яе прыкладамі з матэрыялаў беларускіх і некаторымі выпадкамі з замежных анлайнавых СМІ.

1.1. Вызначэнне паняцця кантэнта негатыўнага характару

Адразу ж зазначым, што сістэмных даследаванняў такой тэмы навцукоўцамі знайсці так і не ўдалося. Таму тэарытычная база дыпломнай працы будзе складацца намі на аснове аўтарскага аналізу СМІ і фрагментаў з ранейшых навуковых распрацовак па падобнай тэматыцы ў галіне псіхалогіі і сацыялогіі журналістыкі. У дадзенай працы нам цікава разгледзець усю разнастайнасць інфармацыі негатыўнага характару - ад траўмуючага кантэнту да кантэнту, уплыў якога ацаніць можна толькі суб'ектыўна (як і большасць псіхічных працэсаў асобнаўзятага чалавека).

Камунікацыя людзей, у тым ліку праз каналы СМІ, мае эмацыйныя кампаненты. Медыяпрафесіяналы могуць свядома альбо несвядома ўплываць на пачуцці і настрой людзей. Такі ўплыў павінен быць кантраляваным, паколькі можа прыводзіць да непажаданых эфектаў, лічыць расійская даследчыца Ірына Фамічова [21, с. 116]. Эмацыйнае ўдзеянне СМІ адбываецца пад уплывам некалькіх груп фактараў, звязаных з асаблівасцямі: 1) кантэнту і яго падачы; 2) прафесійных установак і паводзінаў журналіста; 3) складу ды іншых характарыстык аўдыторыі; 4) канкрэтнай сацыяльнай сітуацыі.

Падсвядома людзі звыклі меркаваць, што інфармацыя негатыўнага характару абавязкова выклікае і негатыўныя наступствы. А таму колькасць яе прысутнасці ў СМІ трэба рэгуляваць альбо ўвогуле абмяжоўваць - такія прапановы час ад часу ўзнікаюць не толькі сярод звычайнай аўдыторыі друкаванай і анлайнавай прэсы, але і з боку палітыкаў, грамадскіх актывістаў. Аднак такое ўяўленне пра прыроду і важнасць інфармацыі негатыўнага характару ў СМІ, на нашу думку, памылковае.

Нельга адмаўляць, што ў грамадскай свядомасці існуе шэраг уяўленняў пра з'явы альбо працэсы, якія найчасцей і ў адносінах да ўмоўнай большасці аўдыторыі выклікаюць адмоўныя эмоцыі. Гэта тэмы, звязаныя, умоўна кажучы, з чалавечымі трагедыямі - матэрыялы такой тэматыкі могуць быць траўматычнымі для людзей (у гэтым выпадку даследчыкаі часта

абагульняюць гэта пад тэрмінам “медыягвалт”). Безумоўна, не ўся інфармацыя падлягае апублікаванню ў СМІ - у большасці краін гэта рэгулюлюецца адпаведнымі законамі, кодэксамі журналісцкай этыкі, а таксама ўласнымі перакананнямі аб прафесіяналізме кожнага работніка прэсы. Нельга адмаўляць і магчымага негатыўнага ўплыву некаторай інфармацыі, патрэбы ў яе асобным рэгуляванні. Разам з тым надзвычай важна ўстанаўленне адзінай тэрміналогіі для з’яў, якія патрабуюць абмеркавання, вывучэння альбо дадатковага рэгулявання. Іначай пад забаронай (што можна расцэньваць як радыкальныя меры) пагражае апынуцца ўся інфармацыя ў СМІ, якая фіксуе негатыўныя з’явы ў нашым грамадстве - у гэтым выпадку адразу ж узнікае пытанне пра карысць такой цэнзуры прэсы для кожнага грамадзяніна. Адлюстраванне пэўнага факту рэчаіснасці ў журналістыцы, на думку экспертаў, залежыць ад яго важнасці для грамадства, а не эмацыйнай рэакцыі, што можа выклікаць. Гэта значыць, што падзел навін нельга зводзіць да спрошчанай мадэлі “пазітыў” (значыць, “добрыя навіны”) і “негатыў” (“благія, шкодныя для чалавека навіны”)”. Гэта пытанне мы падрабязней паспрабавалі разгледзець з экспертамі-практыкамі СМІ у трэцяй главе нашай працы. Цяпер жа паспрабуем сфармуляваць вызначэнне паняцця негатыўнага кантэнту ў журналістыцы (мадэль, універсальная як для традыцыйных, так і анлайнавых выданняў).

Універсальнага паняцця для абазначэння прадмету нашай размовы ў навуковай літаратуры знайсці не атрымалася. Таму мы будзем выкарыстоўваць паняцце пад абагульняючай назвай “інфармацыя (кантэнт) негатыўнага характару”. Каб сфармуляваць азначэнне, прааналізуем семантычнае ядро слова “негатыўны” праз тлумачэнне яго ў розных слоўніках.

Тлумачальны слоўнік рускай мовы С. І. Ожэгава і Н. Ю. Шведавай дае наступнае вызначэнне слову “негатыўны”: *“тое ж, што адмоўны”* [14]. У сваю чаргу слова “адмоўны” паводле тлумачальнага слоўніка рускай мовы пад рэдакцыяй Т.Ф. Яфрэмавай сярод некалькіх значэнняў утрымлівае наступнае: *“Неспрыяльны, неспачувальны, варожы (супрацьлеглае: становўчы); які выклікае незадавальненне”* [8]. У тлумачальным слоўніку рускай мовы пад рэдакцыяй Д.У. Дзмітрыева слова “негатыўны” мае некалькі значэнняў. Да прыкладу, “*пачуцці і эмоцыі называюць негатыўнымі, калі яны непрыемныя, трывожныя”* [18]. Паводле тлумачальна-энцыклапедычнага “Популярного словаря русского языка” 2003 году, слова “негатыўны” у пераносным сэнсе абазначае *“факты альбо паведамленні, якія выклікаюць адмоўныя эмоцыі”* [6]. Асацыяцыяй лінгвістаў-экспертаў Поўдня Расіі прынятае абагуленае значэнне “інфармацыі адмоўнай (негатыўнай)” - гэта

“інфармацыя (звесткі), якія ўтрымліваюць адмоўныя характарыстыкі асобы - юрыдычнай або фізічнай, учынкаў фізічнай асобы з пункту гледжання здаровага сэнсу, маралі («няпісанага закона») або з прававога пункту гледжання (у адносінах да эксперта-лінгвіста - у той меры, у якой гэта можа разумець любы дзеяздольны грамадзянін, не маючы спецыяльных пазнанняў у галіне юрыспрудэнцыі)” [10].

Лагічным будзе падсумаваць, што вызначальная рысай кантэнту негатыўнага характару з’яўляецца тое, што такая інфармацыя выклікае негатыўныя эмоцыі (пра што сведчыць і сама рэакцыя чытачоў на пэўныя тэмы ў СМІ - грамадская праблематыка, палітычныя ўзрушанні, крымінал, прыродныя катаклізмы, здарэнні ды іншае). Менавіта эмацыйная рэцэпцыя пакладзена ў падсвядомае вылучэнне сярод інфармацыі пэўных відаў кантэнту.

У псіхалогіі пад негатыўнымі эмоцыямі прынята аб’ядноўваць цэлы шэраг рэакцый чалавека: страх, варожасць, засмучаны стан, раздражненне, віна, сорам, адчай, гнеў. Гэта эмоцыі, якія ўзнікаюць на аснове негатыўнага настрою і негатыўнага светаўспрыймання, разам з тым іх нельга называць дрэннымі. Яны часта бываюць адэкватнымі і карыснымі, а з невялікай інтэнсіўнасцю - і прывабнымі. Спіс эмоцый негатыўнага плана строга невызначальны і мае толькі прыкладны характар, паколькі адсутнічае выразны крытэрый падзелу негатыўных і пазітыўных эмоцый [17]. Аднак ёсць пэўныя агульнапрынятыя падыходы пры разглядзе гэтай псіхалагічнай з’явы.

"Пазітыўныя эмоцыі тыя, да якіх чалавек імкнецца, негатыўныя - якіх чалавек пазбягае". У гэтым выпадку можна казаць, што ёсць статыстычная большасць, выкажам здагадку - 70 адсоткаў, для якой перажыванняў з негатыўнага спісу пазбягаюць. Пры гэтым для 20 (прыкладна) працэнтаў дадзеныя эмоцыі будуць нейтральнымі, а для 10 адсоткаў яны будуць прывабнымі. Гэта людзі, якія цягнуцца да страху, варожасці, для якіх гнеў прывабны. Адзін з крытэраў - што з'яўляецца перадумовай для эмоцыі: калі пускавым момантам стала незадаволенасць навакольным светам, непрыманне, адмаўленне яго - эмоцыя негатыўная (negative - з англ. - адмоўны)” [17].

Да негатыўных эмоцый можна аднесці няўпэўненасць, расчараванне, трывогу, падман, прыніжэнне, абыякавасць, стомленасць, безабароннасць і страх.

Паводле вызначэння “Психологического словаря”, негатыўныя эмоцыі заснаваны на непрыемных *суб’ектыўных* перажываннях. Яны прыводзяць да рэалізацыі адаптыўных паводзінаў, накіраваных на ліквідацыю крыніцы фізічнай або псіхалагічнай небяспекі. У рамках кагнітыўнай псіхалогіі і псіхатэрапіі (А.Т.Бэк, А.Эліс) іх спецыфіка вызначаецца праз тыя ці іншыя інтэлектуальныя дзеянні [12].

Такім чынам, абагулім, што “кантэнт негатыўнага характару” - гэта інфармацыя ў сродках масавай інфармацыі, якая вылікае ў пэўнай аўдыторыі на аснове суб'ектыўных перажыванняў адмоўныя (негатыўныя) эмоцыі (ацэнку). Наступнай стадыяй, адзначым, можа стаць (а можа і не стаць) яе ўздзеянне на канрэтнага чалавека ці групу людзей (што вывучае такая галіна даследванняў як *медыяўздзеянне масавай камунікацыі* ўвогуле, альбо *медыяўздзеянне СМІ* - у прыватнасці). Вызначальным для прапанаванага намі паняцця выступае *характар суб’ектыўнай рэакцыі* на інфармацыю (а не агульнае значэнне гэтай інфармацыі для аўдыторыі; яе канкрэтны ўплыў на дзеянні чалавека, каштоўнасныя ўстаноўкі альбо псіхічнае здароўе – гэта патрабуе асобнага вывучэння). Напрыклад, паведамленне ў СМІ пра смерць публічнай персоны альбо прыродны катаклізм - як факт рэчаіснасці мае адмоўны сэнс. Аднак рэакцыя на такое паведамленне ў часткі аўдыторыі можа быць і нейтральнай.

Праблема адсутнасці агульнапрынятага ўяўлення пра інфармацыю негатыўнага характару спараджае праблемы. Напрыклад, з падобным сутыкнулася Украіна, дзе падчас адмены старога Грамадзянскага кодэксу УССР 1963 году, у якой (па аналогіі з цяперашнім заканадаўствам Беларусі) раней была замацавана *прэзумцыя недакладнасці*, з’явілася новая фармулеўка - яе дагэтуль некаторыя спецыялісты называюць юрыдычным казусам. Раней тэкст ГК утрымліваў артыкул №7, які ўстанаўліваў, што «грамадзянін або арганізацыя мае права патрабаваць у судзе абвяржэння звестак, якія не адпавядаюць рэчаіснасці або выкладзены няпраўдзіва, што ганіць іх гонар і годнасць ці дзелавую рэпутацыю або наносяць шкоду іх інтарэсам, калі распаўсюднік такіх звестак не дакажа, што яны адпавядаюць рэчаіснасці» [19]. Новы кодэкс, прыняты ў 2003 годзе, змяшаў паняцці недаставернай і негатыўнай інфармацыі - і час паказаў усе наступствы гэтага кроку - як для журналістаў, так і для грамадства.

“Прэзумпцыя недакладнасці была перанесена ў ч. 3 арт. 277 ГК Украіны ў некалькі іншай фармулёўцы: «Негатыўная інфармацыя, распаўсюджаная аб асобе, лічыцца недакладнай, калі асоба, якая яе распаўсюдзіла, не дакажа зваротнага». <…> На жаль, дадзеная норма даволі

часта выкарыстоўвалася нячыстымі на руку прадстаўнікамі ўлады, у якіх атрымлівалася выйграваць пазовы за кошт таго, што журналісты або іншыя грамадскія актывісты не маглі прадставіць суду доказы праўдзівасці, бо падобная інфармацыя, як правіла, атрымліваецца альбо з неафіцыйных крыніц, альбо наогул нелегальна. Найбольш актыўна і паспяхова дадзенай нормай карыстаўся У. Мядвядчук, які выйграў да дзесяці падобных спраў. <…> Тактыка пазыўцоў, як правіла, зводзілася да таго, каб падкрэсліць, што інфармацыя з'яўляецца негатыўнай (Вярхоўны Суд Украіны ў п. 15 Пастановы № 1 канкрэтызаваў, што негатыўнай можа быць інфармацыя аб парушэнні заканадаўства, здзяйсненне іншых дзеянняў (напр., парушэнне прынцыпаў маральнасці, агульнапрызнаных правілаў грамадства, неэтычныя паводзіны ў асабістым, грамадскім ці палітычным жыцці і інш.)) і парушае яго права на павагу да гонару, годнасці або дзелавой рэпутацыі", - адзначае ўкраінскі юрыст Станіслаў Лабко [9].

У студзені 2013 года ва ўкраінскім парламенце быў зарэгістраваны законапраект аб выключэнні з ГК паняцця "негатыўная інфармацыя" - праз год, у сакавіку 2014 года артыкул быў прыбраны з закону. На думку дэпутатаў, тэрмін "негатыўная інфармацыя" стварыў мноства перашкод для работнікаў СМІ. Вось як аргументавалі сваю пазіцыю народныя дэпутаты, якія падрыхтавалі законапраект аб выкулючэнні артыкула з ГК: "Заканадаўства Украіны не прадугледжвае выразнага вызначэння тэрміна "негатыўная інфармацыя", што стварае ва Украіне юрыдычны нонсэнс, пры якім на падставе негатыўнай інфармацыі усталёўваецца прэзумпцыя недакладнасці. У тлумачальнай запісцы да законапраекта пазначана, што прызнанне інфармацыі негатыўнай - вынік суб'ектыўнага ацэньвання яе канкрэтным чалавекам, а не аб'ектыўная характарыстыка самой інфармацыі" [19].

У папярэднім каментары дэпутатамі добра сфармуляваная прычына рознага ўспрымання характара інфармацыі (альбо кантэнту) аўдыторыяй СМІ. Прызнанне інфармацыі негатыўнай - гэта вынік суб'ектыўнай ацэнкі яе чалавекам, а не аб'ектыўная характарыстыка дадзеных. Абагулены (і ў нейкай ступені абывацельскі) падзел інфармацыі на "благую" і "добрую" (або "негатыў" і "пазітыў"), на нашу думку, цалкам памылковы. Як і памылковы падыход да вызначэння важнасці такіх умоўных груп інфармацыі паводле гэтай спрошчанай класіфікацыі.

Так жа непрымальна ставіць знак роўнасці паміж рэакцыяй на інфармацыю (суб'ектыўнае вызначэнне характару інфармацыі для кожнага асобнаўзятага чалавека) і яе канкрэтнае ўздзеянне (на ўчынкі чалавека, яго

свядомасць альбо здароўе). У дадзеным выпадку пад рэакцыяй на кантэнт мы маем на ўвазе першасную ацэнку характара інфармацыі чалавекам (умоўна першасную у дачыненні да наступнай верагоднай стадыі - канкрэтнага ўздзеяння). Схематычна гэта можна прадставіць у выглядзе ланцужка наступным чынам: навіна - рэакцыя (адабрэнне альбо неадабрэнне і як выснова: негатыўна ці не - яна ўспрымаецца чалавекам) – магчымае ўздзеянне (станоўчае альбо адмоўнае).

Аднак падмена лагічных паняццяў (не ў апошнюю чаргу з-за адсутнасці добра распрацаванай і ўстойлівай тэрміналогіі) зноў жа сустракаецца ў вельмі адказнай галіне ўлады - заканадаўчай. У наступным прыкладзе паняцце інфармацыі негатыўнага характару атаясамліваецца з лагічна меншым паняццем траўмуючага кантэнту - гэта можна адсачыць па нашумелым заканадаўчым праекце дэпутатаў дзяржаўнай Думы Расіі ў снежні 2012 года. Які выклікаў, на наш погляд, апраўданае абурэнне з боку журналістаў. Вось што тады паведамляла расійская газета “Известия” у сваей анлайн-версіі:

“Дэпутаты збіраюцца абараніць расіян ад інфармацыі, якая траўміруе псіхіку. «Эсэр» Алег Міхееў распрацаваў законапраект («Аб абароне насельніцтва ад інфармацыі»), які патрабуе ад кіраўнікоў тэлеканалаў і журналістаў надаваць негатыўнай інфармацыі не больш за 30% ад агульнага эфірнага часу. Увесь астатні час глядач павінен атрымліваць пазітыў. <...> “Сёння насельніцтва не можа справіцца з той негатыўнай інфармацыяй, якая ідзе. Рэпартажы з месцаў катастроф, тэрактаў, у якіх даюцца буйныя планы знявечаных людзей, траўміруюць псіхіку людзей. Асноўнае патрабаванне законапраекта - не ўвесці цэнзуру, а абараніць людзей ад чарнухі ў СМІ. Інфармаваць насельніцтва трэба, але не смакаваць крывавыя падрабязнасці”, - кажа Міхееў. За ігнараванне дапушчальных мераў негатыўнай інфармацыі ў СМІ, згодна з распрацаваным Міхеявым папраўак у КК, будуць даваць ад двух да шасці гадоў пазбаўлення волі” [31].

У сувязі з гэтым адразу ж узнікае пытанне: нават у выпадку прыняцця такога закону, якім чынам і хто будзе ацэньваць “пазітыўнасць” альбо “негатыўнасць” кантэнту? Відавочна, што дэпутаты мелі на ўвазе пэўныя катэгорыі траўмуючага кантэнту (якія могуць прыкладна вызначацца на аснове канкрэтна даследаваннага ўздзеяння на псіхічнае альбо фізічнае здароўе), аднак у выніку атрымалася, што рэгуляванню будзе падлягаць уся інфармацыя на аснове суб’ектыўнай ацэнкі (нагадаем, працэс гэты - індывідуальны для кожнага чалавека). Такія ж сумневы, адзначым, выказвалі прадстаўнікі медыясферы з нагоды абмеркавання законапраекта.

Напрыклад, прэзідэнт Нацыянальнай асацыяцыі тэлерадыёвяшчальнікаў Расіі Эдуард Салагаеў выказаў здагадку, што рэгуляванне негатыўнай інфармацыі ў СМІ можа пагражаць паўнавартаснай цэнзурай, бо немагчыма стварыць такі закон, які будзе дакладна рэгуляваць такія пытанні. "Гэтыя праблемы знаходзяцца ў сферы этыкі, а калі заканадаўца спрабуе гэта рэгуляваць, законы выліваюцца ў цэнзуру", - гаварыў раней медыяэксперт [31].

У гэтым грамадскім абмеркаванні з боку заканадаўцаў і журналісцкай супольнасці можна сфармуляваць галоўную, на наш погляд, праблему: пры адсутнасці агульнага ўяўлення пра з'яву і яе дакладнай назвы, абмеркаванне аказваецца непрадуктыўным, бо фактычна абодва бакі размаўляюць на розных мовах. У падцверджанне гэтага тэзісу хочацца прывесці другую цытату з нагоды прапанаванага ў 2012 годзе расійскімі дэпутатамі закона «Аб абароне насельніцтва ад інфармацыі» - заяву Алены Зялінскай, віцэ-прэзідэнта агульнарасійскай грамадскай арганізацыі "МедиаСоюз":

"Чаму 70% і 30%? А чаму не 20 і 80? Гэта нават не мае сэнсу абмяркоўваць. Як можна аддзяліць негатыў ад пазітыву? Што такое наогул «негатыў»? Тое, што для аднаго чалавека з'яўляецца негатывам, магчыма, будзе пазітывам для іншага. <...> Можа быць, трэба зрабіць так, каб у краіне адбывалася больш добрых і вясёлых падзей? Усур'ёз абмяркоўваць гэтыя «бліскучыя» заканадаўчыя ініцыятывы - немагчыма, да парламенцкай дзейнасці гэта дачынення не мае" [7].

Навукоўцы адзначаюць, што вывучэнне эмацыйных перажыванняў, выкліканых пэўным матэрыялам у СМІ, патрабуе асобнага даследавання. Традыцыйна ў псіхалогіі эмоцыі разглядаюцца як асаблівы клас псіхічных рэакцый, што праяўляюцца ў форме непасрэднага, прыстрастнага перажывання суб'ектам жыццевага сэнсу некаторых сітуацый, прадметаў і з'яў. То бок дагэтуль тэорыі, распрацаваныя ў псіхалогіі эмоцый, аналізавалі перажыванні, выліканыя *непасрэдна перажытай сітуацыяй*. Такім чынам, неабходна дадаткова вывучыць эмоцыі, якія ўзнікаюць пад уплывам СМІ, бо, верагодна, яны маюць іншую прыроду. Гэтым пытаннем, да прыкладу, займаўся нямецкі даследчык Шэрэр.

"Шэрэр адрозніваў два віда эмоцый: эмоцыі як рэакцыі на рэальныя падзеі, пра якія, аднак, чалавек даведваўся праз СМІ, і эмоцыі як рэакцыі на выдуманую медыяінфармацыю. Таксама трэба ўзгадаць пра камоцыі - пачуцці, выліканыяназіраннем за эмоцыямі іншых людзей. І, канешне, эмацыйныя перажыванні трэба адрозніваць у залежнасці ад таго, якая роль чалавека, што адчувае гэтыя эмоцыі. Напрыклад, ён перажывае смерць

іншага чалавека як родзіч, блізкі сябра альбо як глядач? Канцэпты “пачуцце рэальнасці” (“senseofreality”) і “псіхалагічныя блізкасць” таксама разглядаюць праблему эмацыйнага перажывання СМІ. Інтэнсіўнасць эмоцый залежыць у тым ліку ад таго, у якой ступені чалавек успрымае стымул і сітуацыю, што выклікалі эмоцыю, як рэальныя. Падобным чынам дследчык Фрыйда фармуліруе свой “закон выдуманнай рэчаіснасці” (“lawofapparentreality”): “Эмоцыі ўзнікаюць як рэакцыі на падзеі, якія чалавек ацэньвае як рэальныя. Іх інтэнсіўнасць залежыць ад вастрыні сітуацыі”. З дапамогай мовы, гука і выяваў СМі могуць вылікаць у рэцыпіента ўражанне рэальнасці і блізкасці падзей, што дэманструюцца” [4, с. 107].

Псіхалагічнымі даследваннямі ўстаноўлена, што лягчэй за ўсе выклікаюцца пачуцці, якія ў звычайнай маралі лічацца заганнымі: страх, зайздрасць, нянавісць, самазадавальненне. Вырываючыся з-пад кантролю свядомасці, яны горш за ўсе паддаюцца ўнутранаму самакантролю і праяўляюцца больш бурна. Менш бурна, аднак больш устойліва, праяўляюцца пачуцці высакародныя, што абапіраюцца на традыцыйныя станоўчыя каштоўнасці. Гэта значыць, што негатыўная рэакцыя на некаторыя матэрыялы ў СМІ будзе амаль заўседы больш выражанай, чым пазітыўная проста па сваей прыродзе. І, паспрабуем зрабіць здагадку: па гэтай прычыне гледачы, слухачы альбо чытачы СМІ больш схільныя заўважаць і надаваць ўвагу аб’ему матэрыялаў негатыўнага характару, чым пазітыўнага альбо нейтральнага.

1.2 Прырода кантэнта негатыўнага характару, абумоўленасць яго прысутнасці ў СМІ

Негледзячы на тое, што кантэнт негатыўнага характару можа выклікаць незадавальненне з боку аўдыторыі, патрэба ў ім часта не знікае, а часам наадварот дэманструецца вялікі на яе попыт. Такія паведамленні часцей становяцца назвычай цікавымі для чытача альбо гледача - гэта можна адсачыць па статыстыцы праглядаў навін за суткі на інфармацыйных анлайн-рэсурсах з адкрытай статыстыкай; па спецыяльных калонках кшталту “цяпер чытаюць”, “топ чытанага” альбо “самае папулярнае”, якое зазвычай складаецца на аснове ранжыравання матэрыялаў па ўзроўні паказчыка CTR (адсотак пераходаў на канкрэтную навіну ад ўсіх 100% чытачоў, што праглядаюць сайт у дадзены момант) альбо (у дачыненні да сайтаў-агрэгатараў) ранжыравання па ўзроўні цытаванасці (паказчыка тэматычнага індэкса цытавання - ТІЦ); пра гэта таксама могуць сведчыць так званыя

“аблокі тэгаў” з самымі папулярнымі ў дадзены час тэмамі; аб'ём каментавання канкрэтнага матэрыялу пад самой навіной альбо на іншых пляцоўках (напрыклад, у сацыяльных медыа) і яго “расшарыванне” (ад англ. слова “share” - “падзяліцца”) у сацыяльных сетках. Усё гэта дапамагае выразна ўбачыць, што попыт на інфармацыю негатыўнага характару ёсць, прычым у большасці выпадкаў - павышаны (гэта пытанне мы яшчэ разгледзім у другой главе нашай дыпломнай працы). Хаця, на першы погляд, больш лагічным выглядае імкненне абмежаваць яе спажыванне з боку чытача. Дык чаму навіны негатыўнага характару ўсё роўна складаюць так званыя “топы” інфармацыйных павестак дня (і ў гэтым сэнсе анлайнавыя выданні больш залежныя ад густаў аўдыторыі, чым традыцыйныя СМІ - бо па сваей сутнасці больш інтэрактыўныя і дынамічныя)? Гэты феномен даўно вывучаецца псіхалогіяй, і існуе некалькі тэорый для тлумачэння з’явы. Разгледзім асноўныя з іх.

Навукоўцамі замацавана абагуленае найменне тэорый, якія тлумачаць прыроду цікаўнасці людзей да інфармацыі негатыўнага характару - гэта “тэорыі прыцягнення страха”. У іх уключаюць тэорыю катарсісу (сфармуляваную Зігмундам Фрэйдам); ягоная ж тэорыя псіхааналізу, што ўключае ў сябе два віды падсвядомых матываў чалавека - імкнення да кахання (як сэксуальнасці і прагі жыцця) ды жаданне разрушэнняў (прага смерці); а таксама тэорыя эмпатыі.

Тэорыя катарсісу. На працягу ўсёй гісторыі існавання чалавецтва людзям падабалася слухаць застрашальныя гісторыі - спачатку гэта больш праяўлялася ў культуры (фальклор, потым пэўныя жанры ў літаратуры, кінематографе ды інш.) і выкарыстоўвалася шматлікімі пакаленнямі, лічаць псіхолагі, для дапамогі людзям навучыцца кантраляваць страх. Негледзячы на пачуцце страху і агіды, тыя ж фільмы жахаў успрымаюцца аўдыторыяй як забаўка - гледачы хочуць, каб іх пужалі. Гэта тэма зацікавіла навукоўцаў, якія паспрабавалі патлумачыць складаныя працэсы, калі непрыемны кантэнт ператвараецца ў папулярны. Так, даследчыкі Д. Зілман і Р. Гібсан прадставілі выдатнае рэзюмэ разнастайных гіпотэз і тэорый па дадзенай тэме:

“Так, найбольш папулярнай была і застаецца гіпотэза (у некаторых крыніцах - тэорыя) катарсісу. Згодна з дадзенай гіпотэзай, пры праглядзе натуралістычных сцэн гвалту альбо пры чытанні адпаведных кніг людзі ачышчаюцца, то бок пазбаўляюцца сваіх уласных агрэсіўных схільнасцяў. Некаторыя сцвярджаюць, што такое ачышчэнне дастаўляе ім задавальненне (Clarens, 1967). Асобныя аўтары лічаць пазбаўленне ад індывідуальных страхаў і трывог адным з аспектаў катарсісу (Douglas, 1966; Tudor 1989)” [3,

с. 240]. Часам для тлумачэння катарсічнага ўздзеяння выкарыстоўваюцца такія тэрміны як “ідэнтыфікацыя” і “апасродкаваны вопыт”. Так, некаторыя навукоўцы лічаць, што спажывальнікі інфармацыі атрымліваюць садысцкае задавальненне, атаясамліваючы сябе з забойцамі ці злачынцамі - і такім чынам аўдыторыя можа апасродкава далучыцца да табуіраванага вопыту.

“Яшчэ адно тлумачэнне прыцягальнасці жахлівых гісторый прапанавана Д. Берлінам (Berlyne, 1967, 1971), які лічыць, што страх выступае неабходным негатыўным вопытам, спыненне якога прыносіць гледачу пачуцце палегкі” [3, с. 240].

Найбольш поўнае азначэнне гэтай з’явы даецца у псіхааналітычнай тэорыі Зігмунда Фрэйда, дзе катарсіс - эмацыйная разрадка напружання, пазбаўленне ад непакою праз выражэнне падаўленых эмоцый, пачуццяў, думак, ментальных вобразаў. Тэорыя катарсісу прынцыпова супрацьлеглая тэорыі мадэлявання, згодна з якой людзі капіруюць убачаную жорсткасць і агрэсію. Па тэорыі катрасіса, убачаны гвалт выклікае эмацыйную разрадку напружання і прыводзіць да зніжэння ўласнай агрэсіўнасці і ўзроўня ўзбуджэння чалавека, робячы яго менш схільным да агрэсіі.

Тэорыя прагі да разрушэнняў. Гэтак абагулена мы назавем тэорыю, таксама прапанаваную Зігмундам Фрэйдам, якая можа быць адным з варыянтаў тлумачэння цікаўнасці аўдыторыі на кантэнту негатыўнага характару. Паводле яго тэорыі псіхааналізу, несвядомае грае вырашальную ролю ў паводзінах чалавека. З’яўляючыся самым глыбокім пластом чалавечай псіхікі, несвядомае вызначае ўсё жыццё чалавека, а першапрычынай усіх эмоцый і перажыванняў з’яўляецца несвядомае імкненне да асалоды. У 1920 З. Фрэйд стварыў новую тэорыю, у якой нароўні з “імкненнем да кахання” (сэксуальнасцю і прагай жыцця) фігуравала імкненне да разрушэнняў (“прагі смерці”).

“Фрэйд тлумачыў несвядомую прагу чалавека да смерці ў працы “Па той бок прынцыпа асалоды”. Чалавека суправаджае натуральны страх смерці, адначасова з гэтым ён пастаянна імкнецца пазбегнуць псіхічнага ўзбуджэння, звяртаючыся да нежывой матэрыі, што рэалізуецца ў несвядомай празе да смерці”, - тлумачыць сутнасць ягонай тэорыі расійская даследчыца Бярозкіна [2 с. 41].

Вось што пісаў пра гэта сам Фрэйд: “Я лічу, што трэба адрозніваць два віды імкненняў, пры гэтым першы род - сэксуальныя, ці эрас, - значна заўважней і больш дасяжны для вывучэння. <...> Адкрыць другі род імкнення каштавала мне вялікай працы, у заключэнні мы прыйшлі да пераканання, што

тыповым яе прыкладам трэба лічыць садызм. Базуючыся на тэарытычных, падмацаваных біялогіяй меркаваннях, выставім гіпотэзу аб празе да смерці, задачай якой з’язляецца вяртанне ўсіх жывых арганізмаў да безжыццёвага стану, у той час як эрас, усё шырэй ахопліваючы раздробленую на часткі субстанцыю, імкнецца ўскладніць жыцце і пры гэтым, канешне, захаваць яе. Абедзве прагі носяць у строгім сэнсе кансерватыўны характар, паколькі імкнуцца аднавіць стан, парушаны ўзнікненнем жыцця” [5, с. 127]. У гэтым кантэксце так званую прагу да разрушэнняў прынята называць Танатасам (па аналогіі з Эрасам) - па імені бога смерці Танатаса у старажытнай міфалогіі.

Эмпатыя. Паводле гэтай тэорыі, людзі прагнуць да спасціжэння і ўмоўнага перажывання пачуццяў іншага чалавека. Эмпатыя - гэта ўспрыманне эмацыйнага стану, пранікненне ў пачуцці і перажыванні іншага чалавека, усвядомленае суперажыванне эмацыйнаму стану іншага чалавека без страты адчування знешняга паходжання гэтага перажывання. Гэта пачуцце, якое аб’ядноўвае назіральніка з назіраемым. Слова «эмпатыя» не звязанае з якімі-небудзь канкрэтнымі эмоцыямі (як, напрыклад, у выпадку са словам «спачуванне») і ў роўнай меры ўжываецца для абазначэння суперажывання любога эмацыйнага стану.

З пункту гледжання псіхалогіі, здольнасць да эмпатыі лічыцца нормай, а дыяпазон яе праяваў вар’іруецца дастаткова шырока: ад лёгкага эмацыйнага водгуку да поўнага паглыблення ў свет пачуццяў іншага чалавека. У якасці асаблівых форм эмпатыі вылучаюць суперажыванне і спачуванне. Так, суперажыванне - гэта перажыванне суб’ектам тых жа эмацыйных станаў, якія адчувае іншы чалавек, праз атаясамліванне сябе з ім. Спачуванне - гэта перажыванне ўласных эмацыйных станаў з нагоды пачуццяў іншага чалавека [45]. Эмпірычныя дадзеныя сведчаць пра тое, што выгляд чужых пакут усё ж нярэдка спараджае негатыўны эфект, пры якім “назіральнік” адчувае сябе засмучаным ці маральна абражаным.

Іншыя тлумачэнні запатрабаванасці негатыўнага кантэнта СМІ у аўдыторыі.

Жаданне паспяховага перажывання страху. Даследчык Петэр Вінтэрхоф-Шпурк: “Відавочна, што ў гледачоў ёсць матыў спажывання, які фарміруецца са страху і задавальнення ад перажывання страху. Гэты матыў можна абазначыць як моцнае жаданне страху. Гэты панятак ўвеў псіхааналітык Майкл Балінт. <...> Чалавек мяркуе, што, перажыўшы небяспеку, ён зноў цэлым і здаровым вернецца да спакойнага існавання. Прасцей кажучы, ён адчувае моцнае жаданне страху, калі адмаўляецца ад бяспекі, а потым зноў вяртаецца ў бяспечны стан” [4, с. 115]. Такім чынам,

некаторай частцы аўдыторыі СМІ можа падабацца адчуваць крыху жаху, каб адчуць потым расслабленне ад “хэпі-энду”.

Адчуванне сваёй бяспекі праз небяспечнае становішча іншых. У ходзе даследаванняў чытачоў газет амерыканскім навукоўцам Хітам, высвятлілася, што чым часцей у выданнях паведамляюць пра злачынствы у іншых гарадах ці краінах, тым упэўненей сябе адчуваюць людзі ў сваім асабістым асяроддзі.

Спроба кампенсаваць нуду. Псіхолаг Э. Фром лічыць, што паказ гвалту ў матэрыялах СМІ - гэта проба кампенсаваць страшную нуду, якая авалодала індывідам, пазбаўленым натуральных чалавечых сувязяў. “Людзі прагна спажываюць гэтыя вобразы, бо гэта самы быстры спосаб выклікаць узбуджэнне і тым самым аблягчыць нуду без унутраных намаганняў”, - лічыць расійскі даследчык Сяргей Кара-Мурза [11, с. 383].

Высновы. У першай главе нашай дыпломнай рабоце мы разгледзелі праблематыку вызначэння паняцця «кантэнта негатыўнага характару» у СМІ. З дапамогай аналізу тэарэтычнай базы па тэме, а таксама даведачнага аппарату мы сфармулявалі аўтарскае азначэнне паняцця.

На аснове шматлікіх тэарэтычных крыніц, мы паспрабавалі сістэматызаваць веды ў тлумачэнні абумоўленасці прыроды такога кантэнту - то бок умовы, якія тлумачаць, чаму такая інфармацыя прысутнічае ў СМІ і мае попыт сярод аўдыторыі. У гэтым кантэксце можна ўзгадаць тэорыю катарсісу, тэорыю прагі да разрушэнняў, эмпатыю, а таксама «жаданне паспяховага перажывання страху», «адчуванне сваёй бяспекі праз небяспечнае становішча іншых» і «спробу кампенсаваць нуду».

ГЛАВА 2. НАСТУПСТВЫ І ЭФЕКТЫ МЕДЫЯЎЗДЗЕЯННЯ

Пад інфармацыйным уздзеяннем разумеецца здольнасць таго ці іншага суб’екта (асобы, групы асоб) ці аб’екта ўздзейнічаць на іншыя суб’екты, выкарыстоўваючы ў якасці сродку ўдзеянне інфармацыяй і спосабамі працы з ей. Адначасова гэта можа выклікаць у людзей канкрэтныя станоўчыя альбо адмоўныя эмоцыі, пачуцці і нават масавыя рэакцыі. Дыскусіі вакол уздзеяння СМІ амаль ніколі не спыняюцца. У будучым, лічаць даследчыкі, стаіць задача распрацаваць эмпірычныя крытэрыі, якія дазволяць вычарпальна класіфікаваць уздзеянне СМІ як, напрыклад, моцнае, умяркованае ці абмежаванае, а таксама сфармуляваць абагульненні, якія б патлумачылі гэты феномен.

Існуе **4 асноўных класы наступстваў медыяўздзеяння**, якія паддаюцца ацэнцы: паводніцкія наступствы, установачныя наступствы, кагнітыўныя наступствы, фізіялагічныя наступствы.

Паводніцкія наступствы - гэта той тып эфектаў ўздзеяння СМІ, пра які большасць людзей успамінае перш за ўсе. У гэтым выпадку чалавек выконвае нейкія дзеянні пасля таго як ён бачыць, што хтосьці паводзіць сябе аналічным чынам у пэўнай сітуацыі. Гэтым наступствам надаюць асаблівае значэнне прыхільнікі тэорыі сацыяльнага навучэння. Паводзіны, сапраўды, прадстаўляюць найбольш відавочны тып наступстваў, хаця яго часта вельмі цяжка вымяраць, а яшчэ цяжэй з усёй упэўненасцю даказаць, што яго прычынай з’яўляецца ўздзеянне СМІ. Другі клас наступстваў уздзеяння СМІ звязаны з *установкамі людзей.* <...> Хаця ўстаноўкі ўключаюць у сябе інтэлектуальны складнік, ці кампанент даверу, значная частка псіхалагічнай дынамікі ва ўстаноўках носіць эмацыйны характар. <...> Трэці клас наступстваў - *кагнітыўныя эфекты* (то бок такія наступствы, якія змяняюць нашы веды і мысленне). <...> Чацверты клас эфектаў массмедыя - гэта *фізіялагічныя змены* ў нашым арганізме, якія выкліканы ўздзеяннем СМІ [5, с. 82-83].

Калі абагуліць, то кагнітыўныя наступствы ўплываюць на успрыманне аўдыторыяй рэальнага свету; эмацыйны ўплыў выклікае неадкладную ці доўгатэрміновую эмацыйную рэакцыю; а паводніцкі - уплывае на паводзіны чалавека (пры гэтым адрозніваюць 5 асноўных катэгорый паводніцкіх

эфектаў: узбуджанне, катарсіс, дэсенсібілізацыя, дызінгібіцыя ("растармажванне") і імітацыя).

Вынікі навуковых даследванняў таксама паказалі, што медыяўдзеянне можа быць таксама прамым, непрамым, кароткачасовым, доўгачасовым, перамежным (напрыклад, эфект запаволеннага дзеяння) ці сукупным. А індывідуальныя адрозненні, псіхалагічныя фактары, фактары знешняга асяроддзя і характарыстыкі сацыяльных груп уплываюць на ўспрыманне і рэакцыю аўдыторыі на СМІ.

Сацыяльныя псіхолагі накіроўваюць свае сілы галоўным чынам на даследванне і ацэнку наступстваў уздзеяння масавай камунікацыі на асобу і масавыя паводзіны. Пазіцыі розных даследчыкаў вар'іруюцца ад упартa-абвінаваўчай, што сцвярджаюць - СМІ вінаватыя ва ўсіх сацыяльных праблемах, да ўмерана-аб'ектыўнай. Прыхільнікі апошняй пазіцыі перакананыя, што ўсе людзі па-рознаму ўспрымаюць адно і тое ж паведамленне, а значыць і рэагуюць на яго па-рознаму [2, с. 12].

Тое, што вучонымі не пастаўленая кропка ў гэтым пытанні, можна прасочыць **па ранейшых даследваннях**, што праводзіліся на працягу папяаэдніх некалькіх дзясяцігоддзяў. Так, псіхалогія прапагандыяк раздзел сацыяльнай псіхалогіі сфармавалася на аснове біхевіяралізму ў першай палове XX стагоддзя і трактавалася як механізм кантролю за паводзінамі і мысленем мас. Л. Ласуэл лічыў масавую камунікацыю "шпрыцам для ін'екцый", мяркуючы, што навязаўшы аўдыторыі паведамленне, камунікатар правакуе яе на запраграмаваныя рэакцыі. З пачаткам актыўнага выкарыстання радыё ў 1930-я аўдыторыя СМІ часта ўспрымалася як легкая здабыча кіруючых кругоў. А вось вывучаючы эфекты і эфектыўнасць масавай камунікацыі, даследчыкі 1940-х гадоў ужо выражалі свой сумнеў адносна ступені ўздзеяння масавай камунікацыі на аўдыторыю, асабліва ў пытаннях палітычнага ўздзеяння.

Рубеж 1950-60 гадоў характарызуецца з'яўленнем мадэлі "ілжывых эфектаў", згодна з якой масавая камунікацыя хутчэй замацоўвае, а не мяняе ўжо існуючыя сацыяльныя ўстаноўкі аўдыторыі, за выключэннем асобных выпадкаў. Аўтар кнігі "Эфекты масавай камунікацыі" Дж. Клэпнэр лічыў, што масавая камунікацыя - недастатковая прычына дла фарміравання змен ў грамадстве. Далей у сацыяльнай псіхалогіі з'явіліся тэорыі аб аўдыторыі, якая супрацiўляецца пераканаўчаму ўздзеянню масавай камунікацыі [2, с. 13].

У перыяд буйнога развіцця тэлебачання (1960-1970-я гады) была падрыхтаваня вялікая колькасць навуковых работ, якія характарызаваліся

высновамі пра значнае ўздзеянне СМІ на аўдыторыю, асабліва дзіцячую. Парадаксальна, што псіхалагічныя даследванні масавай камунікацыі ў наступным дзясяцігоддзі зноў характарызаваліся высновамі пра мінімальнае ўдзеянне СМІ на аўдыторыю. У межах тэорыі “Выкарыстання і задавальнення” (UsesandGratifications) аўдыторыя трактуецца вучонымі як гаспадар свайго становішча, выкарыстоўваючы СМІ для задавальнення сваіх канкрэтных патрэб. “Хутчэй людзі прыстасоўваюць сродкі масавай камунікацыі да сваіх патрэб, чым сродкі масавай камунікацыі падпарадкоўваюць сабе людзей” [, с. 13]. Сення большасць даследаванняў у галіне СМІ накіравана на вывучэнне ўплыву інтэрнэта.

2.1 Эфекты ўздзеяння негатыўнай інфармацыі

На аснове тэарытычнага аналізу літаратуры па псіхалогіі і сацыялогіі журналістыкі мы можам абагуліць сістэму пэўных эфектаў, якія могуць узнікаць ад уздзеяння негатыўнай інфармацыі на аўдыторыю. Сацыёлаг В.Вайс вылучаў якасныя і колькасныя эфекты. Так, пад *колькаснымі* разумеюцца такія эфекты канала СМІ ці асобнага паведамлення, як памер прыцягнутай аўдыторыі і груп, што ў яе ўваходзяць; колькасць часу, якую аддае каналу масавай камунікацыі спажывец. А пад *якаснымі эфектамі* Вайс мае на ўвазе ўзбагачэнне ведаў, паглыбленне разумення, пад’ём эмоцый, змена ў характары ідэнтыфікацыі назіраемых паводзін, цікаўнасцяў, грамадскіх густаў, поглядаў, каштоўнасных арыентацый. Эфектам прынята называць вынік працэса камунікацыі, пры гэтым у свядомасці індывіда адбываецца тое, што без акта камунікацыі не адбывалася б.

“Эфект страшнай рэальнасці”. “Дэструктыўная тэндэнцыя СМІ, - лічыць расійская даследчыца Бярозкіна [2], - гэта выпячванне негатыўных падзей, акцэнтаванне залішняй увагі ў навінавых сюжэтах на аварыях, катастрофах, войнах. Такая, часам нязмушаная, драматургія навін тлумачыцца рэйтынгамі, якія трэба павышаць. Аднак тыражыраванне негатыўных навін вядзе да таго, што ў аўдыторыі непазбежна павялічваецца ўражанне, быццам яна жыве ў свеце, поўным зла ды небяспекі. У яе душы расце адчуванне пагрозы, нарастае страх і недавер”.

Цікава, што гэты феномен некаторыя навукоўцы вывучаюць як інструмент манімуляцыі. Так, расійскі даследчык Сяргей Кара-Мурза ў сваёй кнізе “Манипуляция сознанием” называе страх амаль не галоўным пачуццем, якое шырэй за ўсе эксплуатуецца ў маніпуляцыі свядомасцю. І нават

прыводзіць своеасаблівую формулу: “грамадства, схільнае да ўплыву неадэкватнага страху, страчвае агульны розум”. Увогуле ж даследчык дае канкрэтнае азначэнне страху, які пакладзены ў аснову гэтага эфекту ўздзеяння:

“Ёсць страх праўдзівы, які адказвае на рэальную небяспеку. Гэты страх ёсць выражэнне інстынкту самазахавання. Ен сігналізуе пра небяспеку, і на аснаванні сігналу робіцца выбар найбольш мэтазгодных паводзін (бегства, абарона, нападзенне і інш.). Рэальны страх можа быць празмерным, тады ён шкодзіць - у той меры, у якой ён скажае небяспеку. Але ёсць і страх ілюзорны, “неўратычны”, які не сігналізуе пра рэальную небяспеку, а ствараецца ва ўяўленні, у свеце сімвалаў, “віртуальнай рэчаіснасці”. Развіцце такога страху немэтазгоднае, а тое і шкоднае” [11, с. 220]. Апошняе, на нашу думку, можна аднесці часам і да ўплыву СМІ на аўдыторыю.

“Эфект згуртавання”. Гэты феномен напрамкі звязаны з адной важнай разнавіднасцю галоўных навін - надзвычайнымі альбо крызіснымі. Так, крызіс, згодна з меркаваннем даследчыка Д. Грэйбера, вызначаецца як “прыродная альбо абумоўленая чалавекам падзея, якая прадстаўляе сабой прамую сур’езную пагрозу жыццю, маемасці ці душэўнаму спакою шматлікіх людзей”. Э. Пэрс адзначаў, што крызіс “закранае вялікую колькасць людзей; ён адрозніваецца раптоўным пачаткам, нявызначанасцю і недахопам кантролю, эмацыйнай рэакцыяй і пагрозай чалавечаму жыццю і маёмасці.

У сваей кнізе “Основы воздействия СМИ” [3] амерыканскія даследчыкі Томпсан і Браянт тлумачаць гэты эфект на аснове навін з традыцыйных СМІ:

“Прыкладам надзвычайных навін могуць служыць асвятленне ў мас-медыя забойства прэзідэнта Дж. Кэнэдзі у 1963, наступныя сюжэты і артыкулы пра яго пахаванне; канастрова касмічнага карабля “Чэленджэр” у 1986 годзе; выбух у будынку Федэдарльнага сходу ў Аклахоме ў 1995 годзе; смерць і пахаванне прынцэсы Дыяны ў 1997 годзе”.

Дык вось, падчас крызісу роль мас-медыа становіцца яшчэ больш важнай для грамадства. Невызначанасць і шок значна павышаюць цікаўнасць і патрэбу людзей у інфармацыі. Даследчыкі Браянт і Томпсан так трактуюць гэты феномен на прыкладзе раней узгаданых падзей у ЗША:

“З прыкладам выкарыстання мас-медыа ў ролі аб’ядноўваючага пачатку мы сутыкнуліся пасля трагічнай смерці прынцэсы Дыяны. Людзі ва ўсім свеце знайшлі хоць крыху суцяшэння, падзяліўшчы свае гора з іншымі пасродкам тэлебачання, што транслявала пахаванне прынцэсы. Падобны

феномен мы назіралі і дзесяццю гадамі раней, калі пасля катастрофы “Чэледжэра” - суцяшэннем для шматлікіх амерыканцаў стала магчымасць прысутнічаць на пахаванні касманаўтаў, дзякуючы мас-медыа” [3].

Такія эфекты ў беларускай інтэрнэт-журналістыцы, на нашу думку, можна было часткова адсачыць падчас масавых дэманстрацый у снежні 2010 года з нагоды прэзідэнцкіх выбараў; асвятлення падзей пра тэракт у мінскім метро ў красавіку 2011 года; урагана Хаўер у сакавіку 2013 года, пахавання Народнага пісьменніка Беларусі Рыгора Барадуліна ў сакавіку 2014 года ды іншага. У гэтых выпадках эфект аб’яднання назіраўся не толькі сярод аўдыторыі СМІ, але і сярод журналістаў, якія апасля ўзгадвалі свой узбуджаны стан і гатоўнасць працаваць на працягу шматлікіх гадзін без перапынку, адчуваючы патрэбу ў інфармацыі з боку грамадства. Так жа можна ўзгадаць з сусветнай анлайн-журналістыкі падзеі з тэрарыстычнымі атакамі ў студзені 2015 году ў Парыжы, калі падзеі трансляваліся на шматлікіх відэа-каналах, вяліся тэкставыя трансляцыі на сайтах выданняў і ў сацыяльных медыа.

“Эфект бяссілля”. Сіндром благіх навін абвастраецца схільнасцю сродкаў масавай камунікацыі прадстаўляць праблемы, але не іх вырашэнне, спрыяючы ўзнікненню сярод спажыўцоў паведамленняў масавай камунікацыі адчування бяссілля. Паведамляючы навіны, мас-медыя часта грэбуюць “мабілізуючай інфармацыяй” - прапановамі з нагоды неабходных дзеянняў, спыняючыся на этапе канстатацыі, што памацняецца ўяўленнем пра традыцыйныя інстытуты ўлады як неэфектыўныя, а таму і няздольныя вырашаць сацыяльныя праблемы” [25, с. 355].

У такіх выпадках пры дэманстрацыі неўвагі, напрыклад, улад да рашэння сацыяльных праблем (рэальных ці ўяўных) мас-медыя могуць падаўляць актыўнасць людзей.

Эфект “стомленасці спачуваць”. Навукоўцы вызначаюць феномен “стомленасць ад спачування” (“compassionfatigue”), калі СМІ наўмысна культывуюць эмоцыі ў сваей аўдыторыі. Даследчык Хохшылд, напрыклад, выкарыстоўвае паняцце “эмацыйнай працы” (“emotionalwork”), якое абазначае псіхічныя выдаткі чалавека на выражэнне эмоцый. Існуе таксама блізкае па сутнасці паняцце “эмацыйнае выгаранне” (тэрмін, прапанаваны расійскім даследчыкам І.Г. Ясавеявым).

“Чалавечая свядомасць “звыкае” да ўсяго і, як адзначае адзін з даследчыкаў, “жаласны вобраз вымазанай нафтай чайкі ці мертвага салдата бляднее пасля таго, як бачыш гэта ў дзясяты раз” [3, с. 352]. Да слова, гэты

феномен можа ўзнікаць не толькі ў аўдыторыі сродкаў масавай інфармацыі, але і тых, хто працуе ў саміх выданнях - журналістаў. Сам тэрмін “стомленасць спачуваць” упершыню ўзнік у даследаваннях спустошанасці (так званага “burnout” - англ. “выгарэлы знутры”), якую адчуваюць людзі, прафесіі якіх заключаюцца з дапамозе іншым.

“У апошнія гады гэты панятак стаў актыўна ўжывацца ў папулярнай прэсе для апісання больш шырокай з’явы - астуджэння (“numbing” - англ.) цікаўнасці грамадскасці да сацыяльных праблем” [3, с. 352].

Лютасць у СМІ, згодна з тэорыямі масавай камунікацыі, можа правакаваць у гледачоў, людзей, схільных да эмпатыі - сенсібілізацыю. Сенсібілізацыя (ад лат. sensibilis - адчувальны) прадстаўляе сабой працэс павышэння адчувальнасці чалавека да ўздзеяння якіх-небудзь раздражняльнікаў і стымулаў. Гледачы, схільныя да сенсібілізацыі, не схільныя капіраваць убачаную жэстокасць - яны, наадварот, прадстаўляюць сябе ахвярамі гвалту, што дэманструецца СМІ, і ўскосна адчуваюць тыя ж негатыўныя эмоцыі што выклікае стомленасць.

“Эфект пераносу актывацыі (узбуджэння)” ці так званы “excitation-transfer-effect”. Асноўны тэзіс гэтай тэорыі - кожны спажывальнік інфармацыі робіць высновы аб тым, ці можа ён з дапамогай абранага матэрыялу, па меншым рахунку, на час дасягнуць жаданага ўзроўню агульнай актывацыі і спецыфічных эмоцый. Напрыклад, людзі, якія адчуваюць моцны сацыяльны страх, могуць з задавальненнем глядзець матэрыялы, у якіх агрэсія ў рэшце рэшт караецца.

“Эфект прывыкання” (“habituation”)**.** Так, эмацыйнае ўзбуджанне пры праглядзе, напрыклад, сцэн гвалту значна паслабляецца пры іх шматразовым праглядзе.

Дэсенсібілізацыя - сніжэнне адчувальнасці і рэактыўнасці на простыя стымулы і паўторы, паўторныя ўздзеянні. Першае сутыкненне з гвалтам, агрэсіяй ці жосткасцю амаль ў кожнага чалавека вылікае страх і агіду (у выпадку са СМІ - гэта дэманстрацыя боек, забойстваў, вычварэнняў, якія павялічваюць ў аўдыторыі страх, боль, пачуцце рэальнасці падзей). Аднак чым часцей дэманструецца гвалт, тым хутчэй у чалавека выпрацоўваецца ўмоўны рэфлекс на чужы боль, адаптацыя да гвалту, праяўляецца неадчувальнасць ці дэсенсібілізацыя [2, с. 94].

“Багацце сцэн і эпізодаў з актамі гвалту ў СМІ робіць нас больш раўнадушнымі. Мы настолькі звыкаем да таго, што людзей забіваюць, калечаць ці закалваюць, што сам гэты факт перастае нас цікавіць” [22, с. 315].

Дэсенсібілізацыю можна лічыць прыкладам простага фарміравання ўмоўных рэфлексаў. Напрыклад, калі мы бачым гвалт маніторы камп’ютара, і натуральная асацыяцыя з рэальным жыццём паступова паслабляецца. Аўдыторыя можа станавіцца пастаянным сведкам гвалту, не адчуваючы пры гэтым боль ці крыўду.

“Эфект злачынстваў-імітацый” (“copycat-crimes”). Яго сутнасць заключаецца ў тым, што пад уплывам вобразаў, што тыражыруюцца ў СМІ альбо творах мастацтва, могуць выконвацца злачынствы-перайманні ці злачынствы-імітацыі. Уздзеянню агрэсіі, сэксуальнага гвалту, забойстваў і самагубстваў, убачаных раней у медыа, лягчэй за ўсё паддаюцца дзеці і падлеткі, схільныя капіраваць чужыя паводзіны. Гэта можа выражацца ў імітацыі вербальных і невербальных паводзін. Часам інтэрвал паміж паказам гвалту і злачынствам дасягае некалькіх месяцаў.

Адна з галоўных праблем у даследаваннях па гэтай тэме - гэта ўстанаўленне прычынна-следчай сувязі паміж інфармацыяй у СМІ (ці творамі мастацтва) і далейшым злачынствам. Адносна Беларусі - нам атрымалася знайсці адзін падобны прыклад, аднак ён базуецца толькі на ўскосных здагадках. Размова ідзе пра рэзананснае забойства ў Мінску лучніцы Ганны Сярдзечкінай у жніўні 2013 году. Абставіны гэтага злачынства і дзеянні забойцы ў шматлікіх дэталях супалі з гісторыяй забойства расійскай журналісткі Ірыны Кабанавай у студзені 2013 году. Такую паралель паміж двума злачынствамі праводзілі журналісты ў сваіх матэрыялах пра ход судовых паседжанняў па справе.

Звернем увагу не тое, што найбольш вывучаныя і дакументальна зафіксаваныя злачынствы-імітацыі звязаныя з учынкамі паводле прадуктаў тэлебачання. Даследчык Бярозкіна прыводзіць па гэтай тэме жудасны прыклад, што здарыўся ў ЗША. Важна, што яго прычынай сталі не толькі мадэлі паводзін, узятыя з фільмаў, але і ўзятыя са сапраўдных забойстваў.

“Перапляценне электроннай выдумкі з рэальнасцю падштурхнула студэнта Чо Сэн Ху здзейсніць 16 красавіка 2007 года самае маштабнае ў гісторыі ЗША масавае забойства. 23-гадовы студэнт, выхадзень з Паўднёвай Карэі, які сканчаў Палітэхнічны ўніверсітэт штата Вірджынія, здзейсніў узброенае нападзенне на студэнтаў і выкладчыкаў свайго універсітэту, застрэліўшы 32 чалавекі і самаго сябе. Злачынства Чо было жорсткім і старана спланаваным. Спачатку ён напаў на спячых студэнтаў у інтэрнаце, а праз 2 гадзіны ўварваўся ў аўдыторыю, дзе шлі заняткі. Пасля першай атакі Чо адправіўся на пошту для таго, каб адправіць на тэлеканал NBC пасылку з 43 фотаздымкамі, ліст, напісаны на 23 старонках, 28 відэафайлаў, якія

дэманстравалі яго, гаворачага перад відэакамерай. <...> Паліцэйскія, якія расследвалі злачынства, прыйшлі да высновы, што магчыма ў сваіх дзеянняз Чо скапіраваў паўднёвакарэйскі фільм “Oldboy”, паколькі ў пасланнях студэнта ёсць фотаздымкі, дзе Чо капіруе галоўнага героя фільму. “Oldboy” - садысцкі фільм, у якім галоўны герой забівае шмат людзей, спрабуючы такім чынам адпомсціць грамадству за несправядлівы, па яго меркаванні, зварот са сваей персонай. І ў відэароліках, якія Чо Сэн Ху адправіў на тэлеканал NBC, ён якраз вінаваціць людзей са свайго асяроддзя ў тым, што яны яго вымусілі пайсці на злачынства. <...> У сваім відэапасланні Чо ўзгадвае пра “пакутнікаў Эрыку і Дылане” - двух тынэйджэраў-забойцаў, хто зладзілі аналагічную бойку ў 1999 годзе ў школе” [22, с. 92].

Яшчэ адно цікавае даследаванне па дынаміцы колькасці злачынстваў пасля чэмпіёнскіх паядынкаў прафесійных баксёраў у 1973-1978 годзе праводзілі амерыканскія даследчыкі. Адразу пасля асвятлення паядынкаў у СМІ колькасць забойстваў у краіне павялічылася на 12,46%. А самае вялікае павялічэнне назіралася пасля тых баеў, якія шырока рэкламаваліся ў прэсе. Так, можна зрабіць яшчэ адну здагадку аб тым, што прагляд агрэсіўнага кантэнту можа спрыяць праяўленню ў некаторых грамадзян агрэсіўных паводзінаў. Напрыклад, другое даследванне па падобнай тэматыцы, заснаванае на прынцыпе сацыяльнага доказу, праводзіў прафесар Дэвід Філіпс. Ён ўстанавіў сувязь паміж колькасцю здзейсненых у ЗША забойстваў і шырокім асвятленнем актаў гвалту ў СМІ. У прыватнасці, паведамленні пра баі баксёраў выклікалі хвалю забойстваў на працягу 10 дзён пасля таго, яе на рынгу пацярпеў паражэнне цемнаскуры мужчын, і значна павялічвалася колькасць забойстваў, ахварамі якіх станавіліся цёмнаскурыя маладыя людзі. Калі ж прайграваў светласкуры баец, то менавіта светласкурых мужчын часцей забівалі ў наступныя 10 дзен.

Асобнай падкатэгорыяй у злачынствах-імітацыях можна назваць тэмы пра лжэмінаванне і самагубствы - па дадзеным медыкаў і работнікаў служб па ліквідацыі надзвычайных сітуацый, колькасць паведамленняў пра падобныя здарэнні рэзка павялічваецца пасля таго, як у СМІ выходзяць сюжэты на падобную тэматыку. Прычына гэтага, як лічаць некаторыя псіхолагі, у тым, што чалавечай псіхіцы ўласціва падражаць убачанаму, капіраваць прапанаваныя СМІ мадэлі паводзін. Гэта даказваюць і шматлікія даследаванні амерыканскіх псіхолагаў – па іх меркаванні, пасля агалошвання дадзеных пра выпадкі суіцыдаў у ЗША павялічваецца іх колькасць, прычым прапарцыйна маштабам грамадскага рэзанансу.

Сацыелаг Дэвід Філіпс праводзіў серыю даследаванняў, высвятляючы эфекты навінавых перадач і артыкулаў, дзе распавядаюць пра самагубствы, авія- і аўтакатастрофы, правяраючы, ці здольныя такія інфармацыйныя матэрыялы падштурхнуць людзей да самагубстваў. На жаль, высновы яго даследванняў кажуць пра тое, што СМІ сапраўды правакуе людзей. Як правіла, гэта адбываецца на працягу 3-4 дзен пасля выхаду інфармацыйных матэрыялаў. Філіпс сцвярджае, што даведваючыся пра самагубства якога-небудзь чалавека, пэўная група людзей вырашае - самагубства і для іх з’яўляецца падыходзячым варыянтам вырашэння праблем. У аснове гэтай з’явы, як лічаць навукоўцы, ляжыць прынцып сацыяльнага доказу альбо пераймання.

У псіхалогіі пераймaнае самагубства называюць сіндромам Вертэра (паводле раману Гётэ 1774 году “Страдания юного Вертена”, што выклікаў у свой час хвалю самагубстваў і па гэтай прычыне быў забаронены ў некаторых краінах) [2, с. 98].

Адным з самых паказальных прыкладаў гэтага сіндрому можна назваць серыю падлеткавых самагубстваў, з якімі пару год таму сутыкнулася Японія. Усе пачалося з ананімнага ліста, атрыманага міністрам адукацыі. У лісце нейкі падлетак пісаў пра тое, што школьныя хуліганы ператварылі яго жыццё ў пекла, таму ён збіраецца ўчыніць самагубства. Рэакцыя была імгненнай - канферэнцыя, якую транслявалі па тэлебачанні; бацькоў і настаўнікаў прасілі быць больш уважлівымі; на сайце міністэрства апублікавалі ліст да дзяцей, якія пацярпелі ад школьных задзір. “Адказ” аўдыторыі быў нечаканым: міністэрства атрымала яшчэ некалькі падобных лістоў, а праваахоўныя органы паведамілі пра некалькі знойдзеных трупаў падлеткаў, якія скончылі жыцце самагубствам. Меркавалася, што гэтыя самагубцы таксама былі ахвярамі запужвання. У школах Японіі панавала істэрыя. Адкрытая “гарачая лінія” для ахвяр пераследу ў школах у гэтыя дні была перагружаная. Аднак лісты ад дзяцей у адчаі працягвалі прыходзіць. У адказ зноў арганізавалі прэс-канферэнцыю - і праз два дні пасля ў горадзе Какура з акна школы выпрыгнула 17-гадовая дзяўчына, а ў суботу 12-гадовая дзяўчынка, над якой здзекваліся з-за яе маленькага росту, так жа выпрыгнула з акна 8-павярховага будынку ў Асаке. Праз дзень 14-гадовы хлопчык з прэфектуры Саітама павесіўся ў сараі свайго дома. Перад гэтым ён скардзіўся настаўніку, што школьны хуліган вымагае ў яго грошы. На наступны дзень яшчэ адзін хлопчык такога ж узросту павесіўся ў Нарэ. А ўслед за ім 17-гадовая дзяўчына выкінулася з акна пятага паверху сваей школы. Апафеозам гэтага кашмару стала смерць дырэктара школы горада

Кіта, які павесіўся пасля агалошвання інфармацыі пра тое, што ён пакрываў выпадкі запужвання дзяцей ў сваей школе [2, с. 99-100].

Трэба адзначыць, што некаторыя СМІ ўсведамляюць такую праблему і прынцыпова выкарыстоўваюць у такіх выпадках прынцып абмежаванай інфармацыі (напрыклад, калі паведамленне пра мінаванне не падцверджваецца, то матэрыял у СМІ на гэту тэму не выходзіць; адносна самагубстваў - пэўныя выданні стараюцца пазбягаць вялікай дэталізацыі здарэння і мінімізаваць прысутнасць такіх навін, за выключэннем выпадкаў, якія нечым выбітныя сярод астатніх і маюць надзвычайную важнасць для грамадства.

І тым не менш, амерыканскія даследчыкі Браянт і Томпсан лічаць, што прыклады злачынстваў, скапіраваных з медыяпрадукцыі - з’ява дастаткова рэдкая, і толькі з-за сваей сенсацыйнасці прыцягвае да сябе вельмі шмат увагі:

“Мільены іншых гледачоў, якія глядзяць тыя ж самыя перадачы, не адчуваюць падахвочвання пераймаць паводзіны персанажаў. Гэта значыць, што здзяйсненне ці не здзяйсненне злачынстваў пад уплывам тэлебачання вызначаецца такімі індывідуальнымі фактарамі, як схільнасць да гвалту, псіхічны стан, эмацыйная ўраўнаважанасць і інш.” [3, с. 95].

“Эфект дэзінгібіцыі”. Гэты механізм некаторыя вучоныя тлумачаць тым, што па меры звыкання аўдыторыі медыа да сцэн гвалту і жорсткасці, асабліва гвалту, які апраўдываецца сітуацыяй альбо санкцыянаванага грамадствам, паслабляецца дзеянне-стрыманне сацыяльных санкцый і забарон, што накіраваныя супраць выканання злачынстваў.

“Эфект апраўдання гвалту”. Асобна ў гэтым кантэксце хочацца адзначыць асвятленне ў прэсе злачынстваў, звязаных з сэксуальным гвалтам. Так, спосаб падачы матэрыялаў на гэту тэму можа незаўважна ўмацоўваць у грамадскай свядомасці пэўныя міфы і нават апраўданне злачынства.

“Нават вельмі жорсткі гвалт можна часам спісаць на праяву “жарсці” ці “кахання”. Але ці мае каханне што-небудзь агульнае з гэтымі злачынствамі?” - разважае даследчык Рычард Харыс [22, с. 315]. Амерыканскі даследчык Бенедыкт вызначыла на аснове свайго кантэнт-аналізу 2 тыпы апавядання пра выпадкі згвалтавання - і абодва скажаюць злачынства. Самы распаўсюджаны - апісанне жанчыны-вамп, якая вылікае ў мужчын жаданне, так што мужчына не ў стане кантраляваць сябе і гвалціць яе. Другі тып аповеду - гэта “нявінніца”, чыстая, нявінная жанчына, на якую нападае нібыта вар’ят. Бенедыкт вылучае некалькі фактараў, якія ўзмацняюць

верагоднасць таго, што прэса скарыстаецца аповедам у стылі “вамп”, то бок будзе абвінавачваць ахвяру. Гэтыя фактары ўключаюць наступнае: а) ахвяра была знаемая з крыўдзіцелям, б) не выкарыстоўвалася ніякай зброі, в) яна была маладая і прыгожая, г) у яе паводзінах былі заўважныя адхіленні ад традыцыйных сэксуальных роляў, д) яна была таго ж самага ці ніжэйшага ў параўнанні з гвалтаўнікам статусу, класа ці этнічнай групы. Чым больш гэтых умоў прысутнічае ў справе, тым верагодней, што рэпартаж будзе скажоным [22, с. 358]. А прычыны такога сваасаблівага пошуку апраўдання злачынства псіхолагі бачаць у тым, што негледзячы на спачуванне да ахвяры - і журналісты, і аўдыторыя спрабуюць сябе такім чынам упэўніць: гэта не можа адбыцца з намі, “бо мы не паводзім сябе падобным чынам”. Таму паводзінам і атрыбуцыі ахвяры надаецца часам больш значэння, чым сацыяльным фактарам, якія падштурхоўваюць людзей да злачынстваў.

Гэты аспект, на нашу думку, можа датычыцца злачынстваў, увогуле звязаных з гвалтам (не абавязкова - сэксуальным). Так, будзе апраўдана правесці паралель з асвятленнем двух нашумелых крымінальных спраў па забойстве ў Мінску Ганны Сярдзечкінай у жніўні 2013 года (пра што мы ўзгадвалі раней) і забойствам у сталіцы 18-гадовай Юліі Саламацінай у ліпені 2014 году. Большасць матэрыялаў па гэтых тэмах, натуральна, рыхтавалася журналістамі анлайн-выданняў. Дык вось эфект ад іх удзеяння часткова можна адсочыць і ацаніць па каментарыях да матэрыялаў з судовых паседжанняў. Так, пасля артыкулу пра забітую Сярдзечкіну некаторыя чытачы нібыта апраўдвалі ўчынак забойцы Канстанціна Казлова - ягонымі пачуццямі да былой жонкі і забаронай з яе боку бачыцца з сынам так часта, як таго хацеў. Усё гэта не зважаючы на жудасны характар забойства: на вачах свайго 4-гадовага сына і далейшым знішчэннем улік і цела забітай праз расчляненне. У выпадку з забойствам 18-гадовай Юліі Саламацінай можна было заўважыць акцэнтаванне некаторых журналістаў і часткі аўдыторыі на той факт, што ахвяра і забойца былі паміж сабой знаемыя, а дзяўчына нібыта сама справакавала злачынства - сваімі неабдуманнымі паводзінамі (калі адна адправілася да малазнаёмага хлопца), выглядам ды іншым. Некаторыя таксама акцэнтавалі ўвагу на сацыяльнай розніцы паміж ахварай (нараджэнкай невялікага гарадскога пасёлку, якая здымала кватэру ў Мінску падчас паступлення ва ўніверсітэт) і злачынцай (які жыў у сталіцы і нават меў сваю ўласную кватэру). Усе гэта, вядома, падлягае асобнаму вывучэнню для ўстанаўлення дакладных прычын і следстваў феномену.

“Эфект масавай панікі”. Гэта мадэль спачатку з’явілася ў даследваннях масавай камунікацыі, фіксуючы вынікі прапагандысцкіх намаганняў краін, што прымалі ўдзел у Першай сусветнай вайне, а апасля

падцвердзілася ў першым выпадку масавай панікі ў мірны час. Гэта была паніка, якую выклікала ў 1938 годзе напярэдадні Хэлоўіна вядомая ўжо радыапастаноўка па рамане Герберта Уэлса “Вайна сусветаў” пра ўварванне інапланецян на Зямлю.

“Ва ўмовах панікі ўзнікае трывожная маса, члены якой лёгка заражаюцца адзін ад аднаго, пашыраючы такім чынам сацыяльную падтрымку для распаўсюду самых неверагодных чутак, якія яшчэ больш павялічваюць хаос, і панічныя настроі нарастаюць, як снежны ком” [3, с. 315].

Хаця гісторыі вядомыя іншыя прыклады, калі інфармацыя ў СМІ прыводзіла да больш радыкальнай рэакцыі з боку грамадзян - так было, да прыкладу, падчас Вялікай дэпрэсіі ЗША ў 1930-я годы. Толькі за тыдзень біржавой панікі рынак страціў больш сродкаў, чым урад ЗША выдаткаваў падчас Першай сусветнай вайны. Гэта катастрафічнае падзенне спачатку не мела яркіх знешніх праяў. Але ў наступныя тыдні па ЗША пракацілася хваля суіцыдаў.

У кантэксце вывучэння эфекту масавай панікі нам хацелася б прывесці вельмі паказальны для Беларусі выпадак, дзе не апошнюю ролю маглі адыграць сродкі масавай камунікацыі і інфармацыі. Разгледзем яго больш падрабязна.

Размова ідзе пра валютны крызіс (у канцы 2014 года), пік якога прыйшоўся на 19 снежня (і атрымаў у народзе больш простае найменне - “чорная пятніца” - па аналогіі з папярэднім абвалам расійскага рубля “чорны аўторак”) і суботу 20 снежня. На фоне навін пра стагнацыю расійскай эканомікі і шматлікіх сцвярджэнняў беларускіх чыноўнікаў пра немагчымасць дэвальвацыі, валюта ў абменніках краіны ўсё ж пастулова пачала знікаць, 19 снежня Нацбанк увеў 30% збор на яе пакупку, пачаўся ўвод абмежаванняў па карыстанні карткамі за мяжой. Такія паведамленні ў інфармацыйнай прасторы разам з непрыемным вопытам беларусаў падчас папярэдняга крызісу ў 2011 годзе перайшлі ў актыўную рэакцыю - дзеянні. Па ўсей краіне абменнікі “атакаваліся” сотнямі людзей, якія гадзіны праводзілі ў абменніках, каб абмяняць свае грошы [42]. Па інфармацыі МУС Беларусі, актывізавалася нелегальная дзейнасць “валютчыкаў”, а людзі ажывілі забыты пасля 2011 году сайт нелегальнага абмену валют prokopovi.ch і запусцілі новы падобны рэсурс – dollarnash.com.

Больш за тое, нельга адмаўляць у развіцці падзей таго часу вялікі інфармацыйны ўплыў расійскіх СМІ, якія за некалькі тыдняў да беларускага крызісу асвятлялі эканамічныя праблемы ў сваей краіне - асабліва так званы

“чорны аўторак”, 16 снежня. Вось што тады паведамляла адно з вядучых анлайн-выданняў Расіі gazeta.ru у матэрыяле “Рэгіены накрывае паніка”:

“На фоне падзення курсу рубля шматлікія жыхары Масквы адправіліся ў крамы электронікі, імкнучыся паспець зрабіць пакупкі да таго, як рытэйлеры падымуць цэны, паколькі многія кампаніі ўжо абвясцілі аб такіх планах. Людзі, напалоханыя нестабільнасцю расійскай валюты, успамінаюць 1998 і імкнуцца перавесці свае грошы ў тавары. У крамах назіраецца небывалы ажыятаж - вялізныя чэргі не рассейваюцца нават да паўночы. Што датычыцца куплі валют, то масквічы безупынна стаяць у чэргах у банкі і абменныя пункты з самага пачатку крызісу” [55].

Гэта матэрыял за 17 снежня 2014 года, які апісвае падзеі так званага “чорнага аўторка” у Расіі. Праз некалькі дзен тое ж адбылося ў Беларусі, сцэнар быў падобны - людзі нібыта паўтаралі тое, што бачылі на экранах пры праглядзе расійскіх тэлеканалаў (у топ-5 тэлеканалаў Беларусі ўваходзяць 2 расійскіх, прычым адрыў іх аўдыторыі ад найбольш папулярный айчыных не перавышае 10% [13, с. 27]) альбо чытання сайтаў у інтэрнэце. Параўнаем гэта з апісаннем беларускіх падзей у матэрале інфармацыйнага партала TUT.BY за 20 снежня (на наступны дзень пасля так званай “чорнай пятніцы”):

“На гэтым тыдні беларусы апынуліся ў стане трывогі. Паслабленне расійскага рубля прывяло да таго, што адны сталі закрываць рублёвыя ўклады, іншыя пайшлі ў абменнікі скупляць даляры і еўра, а трэція - каму валюты ўжо не хапіла - рынуліся марнаваць рублі ў крамы бытавой тэхнікі <...>. Людзі скуплялі ўсё, пачынаючы ад тэлевізараў і халадзільнікаў і завяршаючы дробнай бытавой тэхнікай. Праўда, айчынныя вытворцы разыходзіліся дрэнна. Пакупнікі ў асноўным бралі імпартнае. Прычым хтосьці - адразу і халадзільнік, і тэлевізар, і яшчэ па дробязі” [49].

У дадзеным выпадку падзеі, звязаныя з валютным ажыятажам снежня 2014-года ў Беларусі, на нашу думку, вельмі выразна ілюструюць магчымасці медыяўплыву СМІ на аўдыторыю. Фактычна, інфармацыя пра негатыўныя працэсы ў эканоміцы стала штуршком для актыўных дзеянняў з боку грамадзян краіны.

“Эфект выбарачнага ўспрымання інфармацыі”. Гэты эфект вельмі звязаны з тэорыяй кагнітыўнага дысанансу Л. Фестынгера. Неадназначнымі апынуліся магчымасці ўдзеяння СМІ на аўдыторыю: высвятлілася, што людзі “бяруць тое, што супадае з іх меркаваннем і абвяргаюць тое, што не супадае”.

“Новую тлумачальную тэорыю ўздзеяння СМІ на аўдыторыю і ўспрыманне медыйнай інфармацыі прапанаваў выбітны амерыканскі псіхолаг Леон Фестынгер - тэорыю кагнітыўнага дысанансу. <...> Створаная

пад кіраўніцтвам Л. Фестынгера група даследчыкаў пачала працу з высвятлення прычын таго, чаму ў трывожнай сітуацыі нарастаюць чуткі пра пагрозу яшчэ большых бедстваў. Выснова: для напужаных людзей такога кшталту інфармацыя падцверджвала той стан, у якім яны знаходзіліся, то бок індывіды імкнуцца да атрымання інфармацыі, якая адпавядае іх стану і чаканням” [3, с. 317].

У сваю чаргу Л. Фэстынгер вылучыў дзве асноўныя гіпотэзы, якія тлумачаць працэс пошуку і ўспрымання інфармацыі: 1) узнікненне дысанансу, што спараджае псіхалагічны дыскамфорт, матывуе індывіда дасягнуць кансанансу; 2) у выпадку ўзнікнення дысанансу, апроч імкнення да яго памяншэння, індывід будзе актыўна пазбягаць сітуацыі і інфармацыі, якія могуць прывесці да яго павялічэння.

Значнасць тэорыі кагнітыўнага дысанансу для далейшых даследаванняў цяжка пераацаніць. Галоўная яе каштоўнасць - у эмпірычным доказе таго, што ўдзеянне (эфекты) СМІ найбольш ярка праяўляюцца ў сферы інфармавання, і вельмі нязначна ўплываюць на змену ўстановак індывіда.

Высновы. У другой главе нашай дыпломнай работы разгледжаны наступствы і эфекты магчымага медыяўздзеяння кантэнта негатыўнага характару на аўдыторыю СМІ.

Прааналізаваны 4 асноўных класы наступстваў медыяўздзеяння, якія паддаюцца ацэнцы: паводніцкія наступствы, установачныя наступствы, кагнітыўныя наступствы, фізіялагічныя наступствы.

Сістэматызаваны эфекты медыяўдзеяння прадукцыі СМІ, якія ў розныя перыяды вывучаліся даследчыкамі. Гэта «эфект страшнай рэальнасці», «эфект згуртавання», «эфект бяссілля», «эфект стомленасці спачуваць», «эфект пераносу актывацыі (узбуджэння)», «эфект прывыкання», «эфект злачынстваў-імітацый», «эфект дэзінгібіцыі», «эфект апраўдання гвалту», «эфект масавай панікі», «эфект выбарчага ўспрымання інфармацыі».

Аналіз кожнага эфекта медыяўздзеяння суправаджаецца тэарэтычнай высновай і аргументуюцца практыкай анлайнавых і традыцыйных СМІ у Беларусі і замежжы. Агульная сістэматыка магчымых эфектаў медыяўздзеяння зробленая ўпершыню. Падобныя спробы ў айчыннай і замежнай літаратуры адсутнічаюць.

ГЛАВА 3. ВІДЫ КАНТЭНТА НЕГАТЫЎНАГА ХАРАКТАРУ Ў ІНТЭРНЭТ-ЖУРНАЛІСТЫЦЫ

У заключнай главе нашай дыпломнай работы мы прааналізуем кантэнт негатыўнага характару на практыцы беларускіх анлайнавых выданняў, а таксама прыкладах з сусветнай вэб-журналістыкі. Для гэтага ў першым раздзеле мы прааналізуем меркаванні журналістаў і медыяэкспертаў адносна таго, як для сябе яны вызначаюць паняцце негатыўнага кантэнту, а таксама ці бачаць яны ў гэтай з'яве праблему у першую чаргу – для сваёй аўдыторыі. У другім раздзеле, на аснове аналізу СМІ мы вылучым аўтарскую класіфікацыю відаў кантэнта негатыўнага характару, аб'ядноўваючы іх у тры тэматычныя групы, і патлумачыўшы сутнасць кожнага. Для абгрунтавання прапанаванай класіфікацыі праведзены кантэнт-аналіз, з дапамогай якога вызначаецца аб'ём прысутнасці кожнага з відаў такога кантэнту ў двух вядучых інфармацыйных анлайнавых выданняў Беларусі. Аргументацыя аўтара абапіраецца на прыклады характэрных матэрыялаў па кожнай катэгорыі з практыкі беларускіх і замежных інтэрнэт-СМІ. Другі раздзел утрымлівае аналіз часткі кантэнта негатыўнага характару у сукупнасці самых важных інфармацыйных падзей Беларусі і свету ў 2013, 2014 годзе (на аснове дадзеных сацыяльнага даследавання ў 2013 годзе і аналізе “топавых” падзей 2014, складзенага на аснове статыстычных дадзеных вядучага анлайн-выдання Беларусі).

3.1 Практыка і праблематыка негатыўнага кантэнта ў беларускіх СМІ: меркаванне экспертаў

Для больш поўнага вывучэння сутнасці інфармацыі негатыўнага характару ў СМІ мы правялі экспертнае апытанне сярод журналістаў разнастайных беларускіх інтэрнэт-выданняў, а таксама медыяэкспертаў. Тлумачальная запіска і само пытанне гучала наступным чынам (адказы на пытанні даюцца на мове арыгіналу адказу).

“Час ад часу ў грамадстве падымаюцца тэмы пра багацце СМІ на "негатыў", які нібыта трэба нейкім чынам абмяжоўваць. Пры гэтым журналісты і аўдыторыя СМІ часам бачаць для сябе гэту з'яву зусім па-рознаму. Першыя заяўляюць, што ўсяго толькі адлюстроўваюць факты

рэчаіснасці (у тым ліку і негатыўныя), другія настойваюць на «застрашванні» аўдыторыі дрэннымі або страшнымі навінамі. У сувязі з гэтым пытанне:

Як бы Вы вызначылі панятак «інфармацыі негатыўнага характару» ў СМІ? Ці ёсць у гэтай з'яве праблема - у першую чаргу, для аўдыторыі?

(Магчыма, вы ўспомніце па гэтай тэме нейкія паказальныя прыклады з анлайн-выданняў за апошні год?)".

Вось адказы 7 экспертаў-практыкаў на гэта пытанне.

Яніна Мельнікава, рэдактар інфармацыйна-аналітычнага рэсурсу mediakritika.by, створанага камандай беларускіх медыяэкспертаў:

"Размовы пра тое, што аўдыторыя стамілася ад негатыву, які транслююць медыі, і што зараз для яе больш патрэбны інфатэймэнт (інфармацыя з элементамі гульні, забаўкі) ідуць досыць даўно. Памятаю, яшчэ 10-12 год таму некаторыя калегі пачалі рабіць калонкі "добрых" навінаў, спрабуючы збалансаваць тую колькасць "дрэнных" навінаў, якая непазбежна з'яўляецца ў СМІ. Пад "дрэннымі" звычайна разумелі навіны пра здарэнні, чалавечыя трагедыі, крымінальныя злачынствы і нават проста праблемныя артыкулы, у якіх былі "непрыемныя" навіны пра пагаршэнне якасці жыцця людзей, іхняга эканамічнага, сацыяльнага становішча і г.д.

На маю думку, калі ўжо і весці гаворку пра негатыўны характар пэўнай журналісцкай працы, то толькі ў кантэксце якасці гэтай самай працы. Самі па сабе навіны, аб чым бы яны не былі, не могуць быць ацэненыя як негатыўныя, ці пазітыўныя. Для журналістаў яны – набор фактаў. Канешне, гэты набор фактаў можа збянтэжыць аўдыторыю, стварыць ураджанне, што хутка "канец свету", "людзі звар'яцелі" і г.д.

Каб гэтага не атрымалася, сёння ў медыя зараджаецца новы трэнд – адказнай журналістыкі, якая не сканчаецца на пытаннях: Хто? Што? Дзе? Калі? Як? Чаму? Але і шукае адказ на пытанне: Што далей? Прыкладам, калі медыі вымушаныя пісаць пра гвалт, забойствы, іншыя крымінальныя ўчынкі грамадзян, яны шукаюць меркаванні экспертаў, якія б маглі даць людзям "надзею", адказаць на пытанні: што кожны з нас, грамадства і дзяржава, могуць зрабіць, каб у будучым пазбегнуць такіх рэчаў. І беларускія медыі ўжо ўключаюцца ў гэты трэнд. Прыкладам, мяне асабіста вельмі цешыць, калі нашыя цэнтральныя выданні (тая ж газета "Комсомольская правда в Беларуси") даючы навіны пра самагубствы, адначасова дае парады псіхолагаў, падказвае нумары тэлефонаў крызісных цэнтраў і г.д. То бок

разумее сваю адказнасць перад аўдыторыяй і спрабуе ўраўнаважыць той негатыў, пра які не можа не пісаць. Бо журналістыка – адлюстравае жыццё грамадства, а не малюе іншую рэальнасць, фільтруючы “добрую” і “дрэнную” інфармацыю”.

Марыя Вайтовіч, журналіст і выпускаючы рэдактар выдання naviny.by:

“Под негативной информацией можно понимать ситуации, связанные с социальным и экономическим неблагополучием, различными ДТП, болезнями, убийствами, смертями, войнами, климатическими катастрофами и другими несчастьями, которые происходят в мире и находят свое отражение в СМИ.

Принято считать, что журналист, работающий с подобными новостями, постепенно адаптируется к теме, становится менее восприимчивым, понимая - все это в порядке вещей, никуда не денешься и, если пропускать ежедневный негатив через себя, можно очень быстро подорвать собственное здоровье. Тем не менее, чтобы закрывать глаза абсолютно на все, нужно иметь стальные нервы, поэтому, заканчивая рабочий день, я не раз пребывала в состоянии, как в той известной серии Масяни: «Кругом война, а мы тут пьем». Отсюда - упадок сил, желание вЫходить накопившееся за день, и только потом возвращаться домой. Если периодически так не делать, в какой-то момент можно сорваться на близких людях, ведь каждой эмоции нужен выход.

Что касается отражения негативной информации, то, считаю, что это необходимо. Много лет назад, работая в газете, мне часто приходилось ездить по детским приютам и социально неблагополучным семьям. Иметь представление, что то или иное явление существует - одно, видеть своими глазами - совсем другое. В одном доме может жить несколько семей, в которых папа и мама лишены родительских прав. Я лично была знакома с мальчиком, который сбежал в приют, написав заявление на мать-наркоманку. Заброшенный детский садик, где пол усыпан стеклом и мусором, охраняет сторож, который за бутылку водки разрешает ребятне лазить по кабинетам. Люди много лет подряд мерзнут в частном секторе в Минске и носят воду из колонки, ожидая сноса. Семьи выселяют из центра на край города под предлогом сноса. В семье, где папа - деградирующий алкоголик, а мать работает на двух работах, чтобы вырастить дочь-отличницу, отключают свет за неуплату… Вот лишь некоторые примеры так называемого социального негатива (а его в десятки и даже сотни раз больше). Повторюсь: писать про такое необходимо. Публикуя подобные тексты, издание дает «звоночек».

Мол, что-то не так. Возможно, кто-то обратит на это внимание и поможет (да, такое случается), возможно, - кто-то задумается.

Пример: “В Минске число ВИЧ-инфицированных за четыре месяца 2015 года увеличилось более чем в три раза в сравнении с соответствующим периодом прошлого года. Большая часть заразившихся - наркоманы” [38].

Уверена, что вчитавшись в новость, многие ужаснутся, ведь никто осознано не хочет заболеть СПИДом. Даже если благодаря подобным публикациям 10 женщин напомнят своим партнерам о средствах защиты, а еще 5 подумают о том, с кем ложатся в постель, - это уже лучше, чем отсутствие информации. Считаю, что в таких случаях элемент устрашения имеет место быть, но, как и в любом другом новостном материале, все должно основываться на фактах.

То же самое можно говорить о ДТП - особенно, когда речь касается детей. Если одной новости об одном сбитом ребенке хватит на то, чтобы родители из трех других семей внимательно относились к своим детям, - это уже хорошо. И об этом нужно писать - правда, осторожно, чтобы не нанести моральный вред тем папам и мамам, которые уже потеряли своего ребенка. То есть к подаче текста надо подходить взвешенно. Для этого - просто ставить себя на место как читателей, так и героев публикации.

Вот еще пример: экономический кризис, повышение курса валюты. Я считаю преступлением - не писать про это, не объяснять людям, что происходит, ведь именно от незнания начинается паника. От умалчивания какой-либо информации проблема не исчезнет...

Отдельным пунктом хочется упомянуть войну в Украине. Публикуя статью или даже маленькую новость на эту тему, журналист должен максимально ее проверить (независимо от своих убеждений) и, главное, не превращать ее в чтиво, шоу, смакование и повод еще больше разладить общество. По-хорошему, война - это хроники: Что? Где? Когда? К сожалению, далеко не все участники рынка СМИ сегодня это понимают и порой, сами того не желая, сеют еще большую ненависть, которая аукается тысячами жертв. Зачастую, в этом виновата и политика издания, радио или ТВ-канала.

И в контексте вышеизложенного хочется добавить то, что я преднамеренно оставила на последний пункт. Любой журналист или редактор, работающий в онлайн-издании, знает: негативные новости обычно имеют больший рейтинг, чем, допустим, новость про доярку, которая живет в каком-нибудь Богом забытом селе. Это понимают и на телевидении

(вспомните страшные и запугивающие голоса некоторых ведущих программ НТВ (к слову, для меня это немыслимо), на радио и в печатных изданиях. Именно поэтому, гоняясь за рейтингом, важно не забывать: мы в ответе за все, что выпускаем в эфир - в том числе, за последствия, которые потом могут появиться”.

Ганна Рудзь, журналіст і рэдактар рэсурса “Аўто” на партале TUT.BY (auto.tut.by):

“Информация "негативного характера" - это такая же информация, как и "позитивного характера". Журналист - это в первую очередь транслятор, посредник между событиями и людьми. Он, на мой взгляд, не только не должен решать, какая инфо достойна опубликования, а какая - нет, - он просто не имеет права выбирать информацию для читателя по принципу "это его порадует, а это - расстроит". Мы пишем о жизни - а жизнь многогранна, в ней, к сожалению, есть негатив: смертельные аварии, громкие убийства, теракты, авиакатастрофы и прочее.

Единственный критерий отбора вот такого "негативного" контента, которым руководствуюсь лично я - насколько эта ситуация может "улечься в рамки" моего читателя, целевой аудитории издания. Пьяная Маша ткнула ножом пьяного Петю во время трехдневной попойки на кухне? Сразу нет. Пьяный бомж закурил и сгорел на теплотрассе? Сразу нет. Трагедия на Гая [62]? Да, она гипотетически могла коснуться каждого из нас. Сбитый насмерть в школьном дворе ребенок [41]? То же самое. Девушка, задушенная и расчлененная парнем и его матерью [45]? К сожалению, тоже да. Главное: журналисты не должны учить читателя убивать и убиваться. Они должны показать, что это есть, это рядом с вами, будьте осторожны”.

Ніна Шулякова, карэспандэнт “БелГазеты” (belgazeta.by):

“Я для себя четко разделяю чернушные тексты и критические. Я категорически против первых, вроде смакования подробностей катастроф и аварий. Их - ограничивать надо. Но вторые быть должны обязательно. Говорить о негативных вещах - о проблемах, косяках, об идиотских законопроектах, в конце концов - и искать пути их превращения в позитивные, разве не это основная задача журналистики? Другое дело, что надо критиковать, думая головой. Никому не нужно нытье или паникерство.

Для меня в этом плане “БелГазета” была идеальным примером качественной, нескучной и остроумной критики. И еще “Медуза” (meduza.io). И паблик “Чай з малинавым варэннем”. И часто “Куку” (kyky.org). Проблема не в обилии негатива, а в его нетрезвой подаче. Пример первый: про

демонизацию. Вводят налог на тунеядство. Абсурд. Но есть большая разница - писать об этом исходя желчью и с пеной у рта, покрикивая, что мы все умрем, или позвать экспертов, подготовить аналитику, посмеяться в конце концов, правда ведь? Пример второй: про излишнее расшаркивание. Проходит мероприятие, скажем, съезд ОГП перед ЧМ по хоккею. На нем партийцы предлагают в знак протеста режиму Лукашенко пустить во время матча в воздух воздушные шарики с портретом Статкевича, мол, это вызовет ого-го какой резонанс, поможет освободить из тюрьмы политзаключенных и прочее бла-бла-бла. И вот приходит корреспондент какого-нибудь оппозиционного СМИ и говорит: ну и ничего, что идея плохая, мы должны поддерживать оппозицию, поэтому мы напишем про них без всякого негатива. И на выходе читатель видит пустой текст: “состоялось заседание”, “позитивная динамика”, и “были приняты решения”. Вместо того, чтобы написать, что шарики (sic!) - это определенно не то, на что оппозиции нужно было бы тратить гранты и время перед выборами. Ну? и куча таких примеров со всеми, не только с оппозиционными СМИ, конечно.

А то, что много негативных новостей - не сказала бы. Какая страна, такие и новости. Меня вот куда больше печалит, что людей вызывают в суд за лайки в ФБ, СМИ получают тревожные предупреждения из Миниформа, а на “Медиакритике” всерьез проводят опрос “Считаете ли вы вычитку текстов обязательной?".

Арцем Мартыновіч, карэспандэнт “Еўрарадые” (euroradio.fm) выказаў свае меркаванне па тэме, адзначаючы, што яно можа не супадаць з пазіцыяй рэдакцыі:

“Чарнуха, забойствы, гвалт. Такіх навінаў за дзень цьма. Прычым, якраз такія навіны запатрабаваныя ў аудыторыі. Спрацоўвае прынцып: "О Божа, які жах, трэба пачытаць". Абмяжоўваць ці не - тут пытанне палітыкі рэдакцыі. Канешне, гэта ўплывае на аудыторыю, але гэта ўжо пытанне да псіхолагаў. Самае шкоднае - гэта прапаганда афіцыйных расійскіх СМІ сёння. Усё іншае - не шкодна, а можа нават і карысна (матэрыялы пра спайсы, нават жорсткія, могуць дапамагчы падлеткам - спужаюцца самі ці бацькі з імі пагавораць)”.

Кацярына Сінюк, журналіст-фрылансер:

“Негативная информация - это та информация, которая рассказывает большой аудитории о смертях/суицидах, насилии, авариях, чьих-то аморальных поступках и т.д. Однако занимаясь больше 10 лет подготовкой статей на общественно важные темы, я для себя уже давно определила, что

негативная информация и отрицательное влияние негативной информации – две разные темы. Тему негативного контента в СМИ и его реально негативного влияния на аудиторию я бы разделила на две части. Первая – когда СМИ сообщает негативную информацию без веских на то поводов. Совершенно необязательно сообщать о смертях, насилии, авариях, аморальных поступках и т.д., если они носят частный характер и публикуются лишь с целью привлечь читателей/трафика. Для разборок с аморальщиками и нарушителями существуют правоохранительные органы, а СМИ должны поднимать проблему. Поэтому любая частная информация негативного характера (а публикуется такой информации в медиа все больше) запугивает людей, но смысла в этом нет. Пояснение. Любую негативную информацию нужно публиковать только в том случае, если журналист/СМИ удостоверились, что за этой информацией стоит большая проблема, которая затрагивает интересы общества. Если в приемной семье вскрылись факты насилия приемных родителей над детьми-сиротами, которых они взяли на воспитание, то такую информацию сообщать стоит, поскольку СМИ должны поднять проблему, как такое могло случиться, кто за это в ответе и как сделать так, чтобы в других семьях такого не повторялось.

Если в стране резко увеличилось количество суицидов по сравнению с прошлым годом, то такая информация тоже должна быть опубликована, поскольку задает вопрос властям: они должны выяснить, почему так произошло, кто за это в ответе и как уменьшить их количество. Даже негативная информация, сообщающая о трагедиях, нужна СМИ, если ее конечный итог направлен на позитив, на решение проблемы и увеличение благ общества. Вторая – и она, на мой взгляд, самая негативная по своему воздействую на общество – когда СМИ под видом позитивных новостей/материалов забивают мозг читателей неважной информацией и способствуют тому, чтобы общество переставало искать реальные проблемы, а занималось лишь развлечением. Если на главном независимом ресурсе страны вместо острых общественно важных тем, публикация которых должна способствовать позитивным и важным изменениям в обществе, публикуются в основном отчеты о том, как хорошо работают власти, параллельно не поднимая тех проблем, которые они НЕ решают, то это негативно влияет на все общество, а также снижает ответственность власти перед обществом.

Негативное воздействие позитивных материалов на примере портала TUT.BY.: 1) "Дай вам Бог здоровья решать вопросы, которые от нас идут!" О чем просят люди Семена Шапиро” [28]. Этот материал вышел вместе с

остальными более, чем ста материалами, опубликованными в течение суток. Однако материалов, поднимающих реально важную общественную проблему, в этот день вышло только три: “В деревне, где старики и дети воевали с МАЗами, наводят порядок. Жители: "Ощущение, что для галочки" [38], “Отбиться от сноса: жители улицы Вильямса объединяются с жителями других районов частной застройки” [54], “Социальная напряженность на рынке труда Беларуси выросла в 4 раза” [60]. При этом анализ этих проблем, который можно назвать приемлемым для общенационального портала, виден только в первых двух материалах, в последнем - лишь констатация того, что социальная напряженность на рынке труда Беларуси выросла в 4 раза.

2) "Я уже везде писала. Только на вас надежда осталась". Зачем люди ходят на разговор к вице-премьеру” [32]. В день выхода этого материала я не увидела каких-либо серьезных, поднимающих важную проблему для общества, материалов. На фоне остальной развлекательной/запугивающей/констатирующей слабо понятные по своей важности информации, этот текст выглядит таким же бесполезным, забивающим голову людей ненужной информацией.

3) "Списывать не давал". В день встречи выпускников Михаил Мясникович навестил родную школу” [29]. Хвалебный материал премьеру на фоне всех остальных опубликованных за этот день материалов на портале выглядит пропагандой, чем СМИ заниматься не должны. Из всей массы материалов, опубликованных в этот день, серьезных, затрагивающих проблему в обществе, вышло только два, один из которых – серия "Экономика на пальцах". Внешние факторы показывают, что кризис может продлиться два года” [30] и “Мнение. Юлия Чернявская. "Отживший материал", или За три пачки масла” [51]. Пояснение. Если объективная критика, которая должна способствовать позитивным переменам в обществе и стране, в СМИ сводится к минимуму, а основная масса материалов общественно-политического издания – это статьи, которые не поднимают реальных проблем, то это и есть самый опасный негативный контент. В государственных СМИ проблему такого рода можно встретить еще чаще. Хотя последняя тенденция в медиа, на мой взгляд, показывает, что точно также оппозиционные и независимые издания все интенсивнее злоупотребляют информацией, которая имеет негативный оттенок, но не поднимает проблем в обществе, соответственно, не должна быть опубликована, поскольку плохо влияет на общество и не способствует улучшению жизни в нем”.

Міхаіл Маціеўскі, беларускае тэлеграфнае агенцтва (belta.by):

«Я считаю, что негативной информации в СМИ слишком много: сгорел, утонул, убили, пострадал и так далее. Конечно, это можно списать на то, что спрос формирует предложение, людям нравится читать, что вокруг плохо, а лично у них все хорошо. С другой стороны, мне кажется, что предложения тоже может формировать спрос. Конечно, если издание изначально писало о негативном, а потом вдруг стало писать о позитивном, оно потеряет свою аудиторию. Кроме того, мне кажется, что как только начинают писать о самоубийтсвах - увеличивается число самоубийств, о разбойных нападениях - увеличивается число разбойных нападений. Так что проблема для аудитории есть».

На аснове гэтых адказаў мы можам прыйсці да высновы, што нават сярод журналістаў няма аднолькавага ўяўлення пра кантэнт негатыўнага характару, аднак ёсць шэраг пэўных характарыстык, якія падпадаюць пад дадзенае намі раней азначэнне. Вылучым **асноўныя тэзісы** паводле меркавання экспертаў – далей мы ўлічым іх пры складанні сваёй сістэмы відаў:

- пад дрэннымі навінамі звычайна разумеюць матэрыялы пра здарэнні, чалавечыя трагедыі, крымінальныя злачынствы, а таксама праблемныя артыкулы пра пагаршэнне якасці жыцця людзей, іх эканамічнага, сацыяльнага становішча;

- навіны не могуць быць ацэненыя як негатыўныя альбо пазітыўныя, для журналіста яны – набор фактаў, хаця гэты набор фактаў можа збянтэжыць аўдыторыю;

- пад негатыўнай інфармацыяй можна разумець сітуацыі, звязаныя з сацыяльным і эканамічным заняпадам, разнастаўнымі ДТЗ, хваробамі і забойствамі, смерцю, войнамі, кліматычнымі катастрофамі ды іншымі няшчасцямі;

- тэмы сацыяльнага негатыву неабходна асвятляць у СМІ – гэткім чынам выданне звяртае ўвагу на праблему для яе далейшага вырашэння ці перадухілення ў будучыні;

- не пісаць і не тлумачыць крытычныя з'явы для грамадства – злачынства для СМІ, ад замоўчвання праблема не вырашыцца;

- журналіст – транслятар і пасрэднік паміж падзеямі і людзьмі, ен не мае права выбіраць інфармацыю для чытача па прынцыпу «гэта парадуе, а гэта – расстроіць;

- СМі пішуць пра жыццё, а жыццё шматграннае – у ім ёсць смяротныя аварыі, гучныя забойствы, тэракты, авіякатастрофы ды іншае; але журналісты не павінны вучыць чытача забіваць ці забівацца – яны павінны паказаць, што гэта ёсць побач, і трэба быць асцярожней;

- трэба размяжоўваць тэксты «чарнушныя» і «крытычныя» - тэксты, у якіх «смакуюцца» падрабязнасці катастроф ці аварый, патрабуюць абмежаванняў; тэксты крытычныя павінны быць абавязкова;

- асноўная задача журналістыкі – шукаць шляхі ператварэння негатыўных з'яў у пазітыўныя праз іх паказ у СМІ;

- «якая краіна – такія і навіны»;

- абмежаванне інфармацыі пра забойствы, злачынствы і гвалт – пытанне палітыкі рэдакцыі (у некаторых выпадках такая інфармацыя хоць і жорсткая, але карысная); самае шкоднае – уплыў прапаганды;

- негатыўная інфармацыя – гэта тая, што расказвае пра смерць/суіцыды, гвалт, аварыі, чыесьці амаральныя ўчынкі;

- негатыўная інфармацыя і адмоўны ўплыў негатыўнай інфармацыі – дзве розныя тэмы;

- неабавязкова паведамляць пра смерць, аварыі, гавалт, амаральныя ўчынкі, калі яны носяць прыватны характар; любую негатыўную інфармацыю трэба публікаваць, калі за гэтай інфармацыяй стаіць вялікая праблема, што закранае інтарэсы грамадства;

- негатыўная інфармацыя, якая паведамляе пра трагедыі, патрэбная СМІ, калі яе вынік накіраваны пазітыў, вырашэнне праблемы і павялічэнне дабротаў грамадства;

- негатыўны ўплыў СМІ – гэта калі пад выглядам пазітыўных навін «забіваецца галава» чытача непатрэбнай інфармацыяй – у выніку гэта спрыяе таму, кааб грамадства не шукала рэальныя праблемы, а займалася толькі забаўленнем;

- прапанова кантэнта негатыўнага характару («згарэў, патануў, забілі, пацярпеў і г.д.) фарміруе попыт аўдыторыі; сярод непажаданых эфектаў уплыву можа апынуцца павялічэнне самагубстваў, разбойных нападаў пасля паведамленняў пра падобныя здарэнні.

3.2 Віды кантэнта негатыўнага характару: сутнасць і прыклады

Сярод навукоўцаў, медыяэкспертаў, журналістаў і звычайных грамадзян, што карыстаюцца прадукцыяй СМІ, ёсць абагуленае (і часткова яно супадае) уяўленне пра найбольш негатыўны па характары кантэнт. Гэта могуць быць як увогуле тэмы матэрыялаў, так і іх складнікі (тэкст, фота, відэа, ілюстрацыі, аўдыёзапісы); іх пабудова; стылістыка; пабочныя прадукты (напрыклад, каментарыі на форумах). Найбольшую цікаўнасць для нас прадстаўляе класіфікацыя кантэнта негатыўнага характару па відах і абагульняючых групах паводле тэматычнай скіраванасці.

У гэтым раздзеле мы паспрабуем сфармуляваць на аснове ранейшага тэарытычнага аналізу аўтарскую сістэму відаў такога кантэнта. Гэта прыкладна акрэсленыя намі катэгорыі (віды), якія аб'ядноўваюць у сабе матэрыялы падобнай тэматыкі. Для больш лагічнага падзелу на віды кантэнта мы аб'яднаглі іх у группы паводле таго, што менавіта ў такім кантэнце можа выклікаць негатыўную рэакцыю з боку чытача.

На аснове прапанавай намі класіфікацыі кантэнта негатыўнага характару (далей – КНХ) можна аналізаваць аб'ём прысутнасці такой інфармацыі ў СМІ не толькі анлайнавых, але і традыцыйных.

Трэба адзначыць, што на паказчык прысутнасці КНХ у СМІ уплывае шэраг фактараў. У першую чаргу, гэта рэдакцыйная палітыка. Па-другое, наяўнасць пэўных тэматычных рубрык (кшталту «крымінал», «здарэнні», «ДТЗ» альбо «аўто» ды іншае). Па-трэцяе, інфармацыйная абвестка дня.

Так, падчас судовых працэсаў па гучных крымінальных справах у выданнях, натуральна, павялічваецца колькасць матэрыялаў на тэму злачынстваў. Як прыклад, можна прывесці шырокае асвятленне ў СМІ судовага працэсу у верасні - лістападзе 2011 года над Дзмітрыем Канавалавым і Уладзіславам Кавалёвым па справе аб тэракце ў мінскім метро 11 красавіка 2011 года і навінах адносна іх далейшага растрэлу; суд над жыхаром Гомеля Аляксандрам Груновым у студзені – лютым 2013 года па забойстве 22-гадовай Наталлі Ямельянчыкавай і навіны адносна яго растрэлу; судовага працэсу па справе Паўла Сялюна ў маі-чэрвені 2013 года, які быў прызнаны вінаватым у забойстве супругі і яе палюбоўніка ў жніўні 2012 года і быў асуджаны да растрэлу; судовы разгляд на працягу сакавіка – снежня 2014 года справы па забойстве 23-гадовай Марыны Аляксандравай, дзе абвінавачванымі праходзіў жыхар Гомеля і яго знаёмая шлюбная пара;

суд над забойцам лучніцы Ганны Сярдзечкінай, што праходзіў у лютым 2014 года; судовы працэс у чэрвені – ліпені 2014 года па жорсткім забойстве мінчанкі Таццяны Слонімскай летам 2013-га; суд над мінчанамі Цыняўскімі ў студзені-лютым 2015 года па жудасным забойстве 18-гадовай Юліі Саламацінай летам 2014 года; працэс над жыхаром Рэчыцы ў сакавіку 2015 года за згвалтаванне і забойства 19-гадовай Алесі Атаманчук у жніўні 2013-га (быў асуджаны да растрэлу) ды іншыя працэсы (суды па аўтатранспартных здарэннях мы разгледзім пазней).

Па-чацвертае, пасля пэўнага здарэння СМІ могуць звяртацца да адной тэмы на працягу некалькіх дзён і тыдняў для таго, каб адсачыць далейшае развіццё падзей (ліквідацыя наступстваў розных прыродных бедстваў ці тэхнагенных катастроф, расследаванне прычын трагедый ці аварый, вырашэнне пэўных сацыяльных альбо эканамічных праблем, урэгуляванне міжнародных ці ўнутраных канфліктаў ды іншае). Як прыклад можна прывесці матэрыялы, прысвечаныя тэмам: крушэння ў ліпені 2014 года Боінгу-777 кампаніі MalaysiaAirlines у Данецкай вобласці Украіны (і далейшага міжнароднага расследавання прычын катастрофы); авіякатастрофы 26 сакавіка 2015 года з самалётам авіякампаніі Germanwings, дзе (па версіі следчых) з-за наўмысных дзянняў другога пілота Андрэаса Лубіца загінулі 150 чалавек; санкцыям Еўразвязу ў дачыненні да Расіі і далейшага ўводу з боку апошняй гандлёвага эмбарга на цэлы шэраг тавараў Еўропы; валютны ажыятаж Расіі і Беларусі ў снежні 2014 года і яго далейшае развіццё у 2015 годзе, ды іншыя глабальныя, міжнародныя, рэспубліканскія і рэгіянальныя тэмы.

У наступных падраздзелах мы апішам вылучаную намі сістэму відаў КНХ, прывядзем тыповыя прыклады матэрыялаў па кожнай з катэгорый на аснове праведзенага намі кантэнт-аналізу і прывядзем паказчыкі прысутнасці відаў такой інфармацыі ў двух прааналізаваных намі анлайн-выданнях Беларусі.

Мы лічым патрэбным аб’яднаць усе віды КНХ у тры групы паводле фактараў, якія і могуць вылікаць негатыўную рэакцыю збоку чытача на той ці іншы матэрыял.

Гэта **“псіхічны фактар”** (матэрыялы, якія дэманструюць рэальную, верагодную альбо ўяўную пагрозу жыццю, фізічнаму ці псіхічнаму здароўю чалавека), **“сацыяльны фактар”** (матэрыялы, што дэманструюць “сацыяльны беспарадак”, які патрабуе вырашэння; альбо спараджаюць яго наўмысна), а таксама **“аксіялагічны фактар”** (матэрыялы, якія

дэманструюць альбо спараджаюць аксіялагічны канфлікт – ці канфлікт каштоўнасцяў).

Каб падмацаваць вылучаную намі класіфікацыю відаў КНХ, мы правялі кантэнт-аналіз адных з вядучых інфармацыйных анлайнавых выданняў Беларусі. Гэта беларускі партал **TUT.BY** (самы папулярны рэсурс Байнэта) і праект інфармацыйнай кампаніі БелаПАН – **Naviny.by** (да слова, першая беларуская інтэрнэт-газета, якая цяпер уваходзіць у топ-5 вэб-СМІ краіны). Мы абралі для вывучэння перыяд для кожнага выдання ў два месяцы (люты-студзень для tut.by і сакавік-красавік для naviny.by). Выбарка складае 1 дзень праз два. Такім чынам, гэта ўлічвае разнастайнасць напаўнення з улікам будніх і выходных дзён. Для кожнага выдання мы прааналізавалі ў выніку архівы [34, 35] на працягу двух месяцаў для кожнага [ДАДАТАК А, Б]. Агульная колькасць прааналізаванага кантэнту склала больш за 2700 матэрыялаў. Мы будзем разглядаць вынікі даследвання разам з прапанаванай класіфікацыяй.

Такім чынам, у кожнай з катэгорый (відаў) негатыўнага кантэнта мы спачатку будзем прыводзіць іх абагуленую назву, потым раскрываць сутнасць катэгорыі, суправаджаючы ўсё гэта тэарытычнымі высновамі. У канцы кожнага падраздзелу прыводзяцца тыповыя прыклады (у выглядзе назвы і спасылкі на артыкул). Матэрыялы будуць абірацца як з агульнага масіва прааналізаваных у кантэнт-аналізе, так і выбарачнага пошуку на сайтах выданняў па ключавых словах. Акрамя таго, апісанне віду кантэнта можа суправаджацца парадамі метадычнага характару – якія моманты трэба ўлічваць журналістам пры распрацоўцы матэрыялаў такой тэмы.

Загаддзя можам падсумаваць, што паводле вынікаў праведзенага намі кантэнт-аналізу, частка матэрыялаў негатыўнага характару ва усім аб'ёме прааналізаваных навін складае: на партале TUT.BY 17,7% (у студзені) і 15,2% (у лютым 2015 года), а на сайце Naviny.by – 21,7% (сакавік) і 26,5% (красавік). Такім чынам, аб'ём КНХ займае па меншым рахунку пятую частку ад усяго кантэнту інфармацыйных выданняў, аднак не пераважную большасць.

3.2.1 Група відаў кантэнта негатыўнага характару «псіхічны фактар»

Да групы **"псіхічны фактар"** адносяцца матэрыялы, якія тым ці іншым чынам дэманструюць рэальную, верагодную альбо ўяўную пагрозу жыццю, фізічнаму ці псіхічнаму здароўю чалавека. Сюды ўключаюцца наступныя віды.

1) «Жортскасць, агрэсія і гвалт, гвалтоўная смерць». Матэрыялы пра такія факты найчасцей выклікаюць негатыўныя эмоцыі (бо падсвядома могуць ўспрымацца чалавекам-спажыўцом інфармацыі як пагроза для сябе ці сваіх родных). Сюды мы ўключаем і тэмы, звязаныя са смерцю людзей у выніку гвалтоўных дзеянняў. Можна адзначыць, што пераважная большасць матэрыялаў дадзенага віду прысвечана тэмам крымінальных здарэнняў. Іншыя факты могуць не ўваходзіць у катэгорыю крымінальна каральных, аднак несці ў сабе адмоўныя

Даследчыкі Уільямс, Цабрэк і Джой выкарыстоўваюць такое вызначэнне гвалту: "...паводзіны, што наносяць шкоду, ці фізічную, ці псіхічную, уключаючы прыхаваную альбо адкрытую пагрозу як у вербальных, так і невербальных паводзінах". Іншыя даследчыкі - Потэр, Сміт, Блументаль, Грэй, Лінц, Донэрштайн, Кункель і Вільсан сфармулявалі панятак агрэссіі наступным чынам: гэта любая адкрытая выява верагоднай пагрозы фізічнай сілы альбо актульнага прымянення такой сілы. Яна накіраваная на нанясенне фізічнай шкоды жывой істоце альбо групе істот. Гвалт таксама ўключае ў сябе пэўныя сцэны паслядоўных дзеянняў з нанясеннем фізічнай шкоды, як выніка гвалтоўных дзеянняў" [4, с. 191].

З улікам пералічаных азначэнняў можна падсумаваць, што гвалт - гэта любое дзеянне, што наносіць шкоду ў фізічным, псіхічным, сацыяльным альбо эмацыянальным сэнсе [Тамсама]. Пры гэтым шкода можа быць нанесеная чалавеку, жывёле, аб'екту альбо грамадству.

Тыповымі матэрыяламі гэтай катэгорыі, як мы ўжо казалі, з'яўляюцца артыкулы пра крымінальныя здарэнні (напрыклад, забойствы, гвалт, замах на злачынства), тэмы жорсткага абыходжання з грамадзянамі (напрыклад, сілавое падаўленне дэманстрацый, мітынгаў), жорсткае абыходжанне з жывёламі і іншымі аб'ектамі жывой прыроды (іх калецтва/пашкоджанне альбо знішчэнне) і прадметамі (знішчэнне, вандалізм). Да таго ж, сюды можна аднесці матэрыялы, якія расказваюць аб праявах агрэсіі ў грамадстве (канфлікты паміж людзьмі, унутры пэўных сацыяльных групп ды іншага). Даследаваннем уздзеяння такіх тэм на аўдыторыю займаецца псіхалогія і сацыялогія журналістыкі (а таксама масавых камунікацый). У прыватнасці, гэта тэма разглядаецца у галіне даследванняў пад абагульняючай назвай "медыягвалт".

Асобна пры разглядзе гэтага віда КНХ варта адзначыць інфармацыю ў СМІ, якая ўжо паводле свайго азначэння з'яўляецца негатыўнай для аўдыторыі - матэрыялы пра тэрарызм. Сама па сабе гэта з'ява ўзнікла як сродак застрашвання грамадства і дзяржавы ў палітычных мэтах. І, па

сутнасці, амаль кожны сюжэт альбо тэкст, які распавядае пра чарговы акт тэрарызму, дасягае гэтай мэты і ў большай частцы аўдыторыі выклікае адмоўныя і непрыемныя эмоцыі. Галоўнай мэтай тэрарызму з'яўляецца не забойства канрэтных асоб, а менавіта ўздзеянне на пачуцці вялікай колькасці людзей. Тэрарызм - гэта сродак псіхалагічнага ўплыву, а яго галоўны аб'ект - не тыя, хто стаў ахвярай, а той, хто застаўся жывым.

На нашу думку, з'явы такога кшталту не могуць заставацца без увагі прэсы, але павінны заўседы аналізавацца праз прызму этычных прынцыпаў кожнага работніка СМІ. Тут будзе дарэчным ўзгадаць цікавы выпадак з позывам у суд на французскі тэлеканал BFMTV і яшчэ некалькі СМІ, якія падчас захопу тэрарыстам Амедам Кулібалі супермаркета кашэрнай ежы ў Парыжы 9 студзеня 2015 года транслявалі падзеі ў прамым эфіры. Абурэнне былых закладнікаў тэрарыста выклікала тое, што у рэальным часе дэманстраваліся кадры, на якіх бачна, дзе хаваліся людзі.

«Метады працы сродкаў масавай інфармацыі ў гэтай сітуацыі можна назваць прымушэннем да здзяйснення злачынства (...). Калі б Кулібалі ведаў пра тое, што перадаюць журналісты тэлеканала BFMTV ў прамым эфіры, жыццю людзей, якія хаваліся ад ісламістаў, пагражала б вялікая небяспека », - расказваў СМІ адвакат пазоўнікаў Патрык Клюгман [40]. Такім чынам, журналісты паставілі пад пагрозу жыццё іншых людзей.

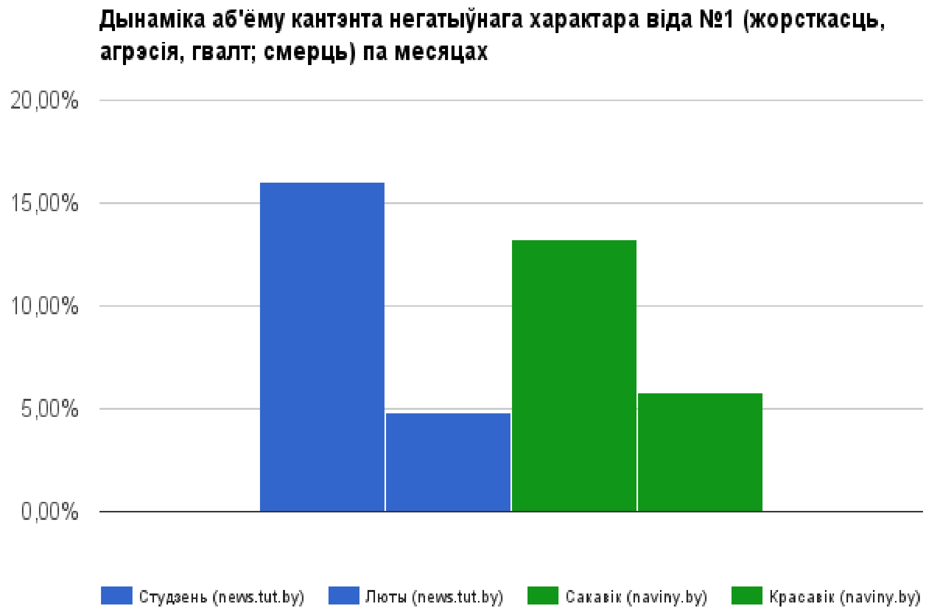
Некаторыя даследчыкі ўвогуле мяркуюць, што тэрарызм і СМІ звязаныя паміж сабой назаўседы, як бы жудасна гэта не гучала. "Сучасны тэрарызм - родны брат тэлебачання. Бамбардзіроўкі Ірака, растрэл Дома Саветаў ці напад на вежы Гандлёвага цэнтра ў Нью-Ёрку не мелі б сэнсу, калі б тэлебачанне не данесла б іх у кожны дом", - разважае ў сваей кнізе "Манипулирование сознанием" расійскі вучоны Сяргей Кара-Мурза.

Час ад часу ў медыяасяроддзі ўзнікаюць пытанні адносна "дазіраванасці" аб'ёму інфармацыі пра тэрарызм ў СМІ. Гэтак, напрыклад, здарылася пасля серыі жудасных забойстваў у 2014-2015 гадах, выкананых прыхільнікамі міжнароднай тэрарыстычнай арганізацыі "Ісламская дзяржава". Кожнае злачынства (жудасныя забойствы людзей) запісвалася на камеру і потым распаўсюджвалася праз інтэрнэт. А далей кадры (з некаторымі карэктыроўкамі) трансляваліся на тэлеканалах, сайтах інфармацыйных агенцтваў і анлайнавых выданняў у суправаджэнні з асабістай інфармацыяй пра ахвяр. Галоўныя дыскусіі, што разгарнуліся вакол гэтай тэмы - не сама прысутнасць інфармацыі пра падзею ў СМІ, але яе насычанасць дэталямі.

На жаль, інфармацыйныя сродкі ў інтэрнэце маюць багата інструментаў, каб напаўняць свае матэрыялы разнастайным кантэнтам амаль без абмежаванняў у памеры. Так, на сайце тэлеканала Foxnews і цяпер дасяжнае поўнае відэа казні пілота іарданскіх ВВС Муаз аль-Касасбеха [33], знятае ў студзені гэтага году групоўкай "Ісламская дзяржава". На працягу некалькіх хвілін у роліку дэманструецца, як чалавек гіне, пакуль яго трымаюць у клетцы і падпальваюць. Усе пакуты знятыя дастаткова блізка, у пэўны момант камера нават паказвае твар, ахоплены полымем і перадсмяротнай агоняй. У давяршэнне злачынцы абрынаюць на клетку з мужчынам тоны каменняў і зямлі з экскаватара. Усе гэта без ніякай рэтушы ці мантажу было перадрукавана на сайт вядомым амерыканскім тэлеканалам.

Да слова, тэма крымінальных здарэнняў (праблем), як адзін са складнікаў віда негатыўнага кантэнта, уваходзяць у своеасаблівы топ-5 самых папулярных тэм у СМІ сярод беларускай аўдыторыі. Так можна сказаць, зыходзячы з вынікаў сацыялагічнага даследавання ў 2013 годзе па пытанні сярод чытачоў газет: "Какие темы в белорусских печатных СМИ Вас более всего интересуют?". Згодна з дадзенымі Інфармацыйна-аналітычнага цэнтра пры Адміністрацыі Прэзідэнта Рэспублікі Беларусь, самыя папулярныя тэмы ў СМІ сярод беларусаў: 1) міжнародныя падзеі, 2) мясцовыя навіны, 3) унутрыпалітычная сітуацыя, 4) сацыяльныя пытанні, 5) крымінальныя праблемы, 6) праблемы эканамічнага развіцця ды іншае [56, с. 109].

Паводле вынікаў праведзенага намі кантэнт-аналізу, можна зрабіць выснову, што сярод усіх вылучаных матэрыялаў негатыўнага характару гэта катэгорыя складае ў аб'ёме прааналізаваных навін (малюнак 3.1)на партале TUT.BY 16,1% (у студзені) і 4,8% (у лютым 2015 года), а на сайце Naviny.by – 13,2% (сакавік) і 5,7% (красавік).



Малюнак 3.1

Як прыклад навін такога віду можна прывесці наступныя публікацыі: “Тело убитого 27-летнего директора одного из фермерских хозяйств обнаружили в лесу в Ивановском районе» ад 13 студзеня 2015, "Ребенок предположительно был задушен": СК сообщил подробности о найденном в Гомеле мумифицированном трупе младенца» ад 14 студзеня, «13 человек пострадали при взрыве у здания харьковского суда» ад 19 студзеня, «Суд по убийству 18-летней Юлии Соломатиной: циничное предложение закончилось жестокой расправой» ад 22 студзеня, «23-летний парень избил до смерти бомжа из-за сигареты» ад 22 студзеня, «В Петербурге изнасиловали бразильского музыканта” ад 2 сакавіка 2015, «В Гродно бывший десантник избил студента» ад 2 сакавіка.

2) “Палітычныя ўзрушэнні”. Да гэтай катэгорыі мы можам аднесці матэрыялы пра палітычныя падзеі, якія могуць прадстаўляць пагрозу мірнаму, спакойнаму і бяспечнаму жыццю людзей, грамадства, пэўнай супольнасці, краіны і г.д.. Сюды можна аднесці і такія канкрэтныя тэмы, як войны і ўзброеныя канфлікты ўнутры адной ці паміж некалькімі краінамі, рэвалюцыі ці захоп улады, прыгнёт людзей, тэрарызм, сепаратызм і экстрэмізм, палітычныя беспарадкі (мітынгі, акцыі) ды іншае.

Варта памятаць, што паведамленні СМІ часам могуць спрыяць нарастанню ступені напружанасці ў міжнацыянальных адносінах ва ўмовах канфлікту: умацоўваць у масавай свядомасці негатыўныя нацыянальныя стэрэатыпы, што перашкаджаюць фарміраванню ўстановак цярпімасці і ўзаемапаразумення; нагнятаць пачуцце страху, недаверу, весці да адсутнасці дыялогу, што вядзе да пераходу канфлікта ў латэнтную фазу.

Таму журналістам, якія асвятляюць палітычныя канфлікты, раяць: 1) устрымацца ад публікацыі матэрыялаў, заснаваных на неправераных дадзеных, ад апраўдання жорсткасці, тэрору, незалежна ад таго, якія мэты абазначаюць асобы, у іх віноўныя; ад ужывання правакуючых і абразлівых тэрмінаў; 2) своечасова і поўна інфармаваць грамадскасць пра дакументы, што рэгламентуюць прававую сітуацыю ў канфліктных рэгіенах; 3) спрыяць пошуку мадэляў урэгулявання, што забяспечваюць трывалы мір [4, с. 90].

З пачатку палітычных узрушэнняў ва Украіне апошнія некалькі год многія журналісты (у тым ліку і беларускія) сутыкнуліся з праблемай: у якім фармаце лепш за ўсе падаваць навіны па тэме, каб пры гэтым заставацца максімальна аб'ектыўнымі да падзей і іх ўдзельнікаў. Палітычная сфера вельмі насычаная на праявы эмоцый, таму падыход да асвятлення навін такой тэматыкі павінен быць вельмі ўзважаным і сур'ёзным, усведамляючы ўсю адказнасць перад грамадствам.

З улікам спецыфікі працы над такімі тэмамі даследчыкі раней ужо распрацавалі *мадэлі інфармацыйнага суправаджэння канфлікту* - ідэальную (пазітыўную) і рэальную (негатыўную). Так, першая мадэль складаецца з перадачы (апісання, паказу, адлюстравання) рэальных праблем, якія выклікалі канфлікт; рэалістычнага адлюстравання стадый канфлікту; аб’ектыўнага вобразу абодвух бакоў канфлікту і адсутнасць стэрэатыпаў; а таксама поўная рэтраспектыва канфлікту з выкарыстаннем альтэрнатыўных крыніц інфармацыі. Акрамя таго - патрабуецца дакладнае і поўнае інфармаванне пра канфліктныя падзеі, усе ініцыятывы і крокі па ўрэгуляванні канфлікту, падтрымка сацыяльных тэхналогій рэдукцыі (то бок паслаблення) канфлікту [5, с. 91]. Другой - рэальнай (альбо негатыўнай

мадэллю) прынята лічыць падыход, калі перадаюцца мнімыя (ілжвыя альбо ўяўныя) праблемы канфлікту, непраўдзівая трактоўка стадый канфлікту (непасрэднае канфліктнае ўзаемадзеяннне падмяняецца ўяўленнем пра “барацьбу ідэй” ці драматызуецца сутыкненнем меркаванняў, пазіцый). У такім выпадку напружанасць адносін выдаецца за варожасць ці агрэсію, а канкурэнты - за ворагаў; адбываецца акцэнтаванне негатыўнай стэрэатыпізацыі аднаго боку і пазітыўнага вобразу іншага боку канфлікта, пры гэтым складаецца скажоны вобраз удзельнікаў. Гэтай мадэлі таксама ўласціва выбарчая рэтраспектыва канфлікту, адмова ад выкарыстання альтэрнатыўных крыніц інфармацыі і, наадварот, зварот да пнеўданавуковых работ [5, с. 91]. Галоўная небяспека такой мадэлі – у выбарчым адлюстраванні дзеянняў па ўрэгуляванні канфлікту, і да таго ж падтрымка ідэй, якая вядзе да эскалацыі канфлікту і павышэння яго градусу. Тым не менш, далёка не ўсе СМІ выкарыстоўваюць аптымальную мадэль суправаджэння канфлікту. Гэта, на нашу думку, можна назіраць па матэрыялах пэўнай часткі дзяржаўных СМІ Расіі пры асвятленні «украінскай тэматыкі».

Палітыка - гэта сфера, якая выклікае пераважную большасць дыскусій у грамадстве. І негледзячы на тое, што часта можа станавіцца прычынай разгалосся, з'яўляецца адной з ключавых тэм у інфармаванні аўдыторыі. Так, паводле сацыялагічнага апытання [56, с. 109] сярод чытачоў газет у Беларусі (якое мы ўжо ўзгадвалі раней) тэматыка «унутрыпалітычнай сітуацыі» займае сярод цікаўнасцяў аўдыторыі сталае трэцяе месца.

“З прафесійнага пункту гледжання, паведамляючы пра канфлікт, журналіст (рэдакцыя, прэса альбо СМІ ўвогуле), як правіла, інфармуе сваю аўдыторыю аб прадмеце канфлікту, то бок пра аб’ектыўна існуючую ці мажлівую (уяўляльную) праблему, якая становіцца прычынай разыходжання ў поглядах, ацэнках і мэтах апанентаў. Канешне, прэса не абыходзіць увагай тых людзей, грамадскія групы, структуры ўлады ці іншыя групы ўплыву, якія з’яўляюцца ўдзельнікамі канфлікту, то бок канфліктуючымі бакамі. Іншымі словамі, прэса ўдзельнічае ў ідэнтыфікацыі непасрэдных (яўных альбо неяўных) удзельнікаў канфліктных падзей - суб’ектаў канфлікту, паказвае іх ва ўзаемадзеянні”, - адзначае расійскі даследчык Н.Л. Валкоўскі [5, с. 86].

Ёсць пэўныя метады, якія павялічваюць альбо паслабляюць эмацыйнае ўдзеянне на аўдыторыю пры асвятленні падзей тэматыкі палітычных узрушэнняў (ды, часткова, іншых падзей).

Паводле расійскай даследчыцы Н.П.Свянціцкай, павялічваюць эмацыйнае ўдзеянне: 1) *натуралізм* у апісаннях і паказе забітых, пацярпелых,

які выклікае негатыўнае стаўленне да падзей; 2) *індывідуалізацыя* задзейнічаных асоб; 3) *гераізацыя; 4) матурызацыя; 5) салідарызацыя* з адным з бакоў шляхам прамога вызначэння (“нашы”, “свае”) ці ўскосных намёкаў - садзейнічае стварэнню ўражання пра збліжэнне аўтара і героя, атаясамліванню іх пазіцый; 6) *глабалізалізацыя* канфлікту - пагроза яго распаўсюду за межы пэўнай тэрыторыі, несумненна, пужае асабістым уцягваннем у сферу ваенных дзеянняў. Таксама існуе некалькі метадаў, каб наадварот мінімізаваць эмацыйнае ўдзеянне: 1) *стрыманасць*; 2) *дэперсаналізацыя* дзеючых асоб - удзельнікі не называюцца па іменах, без выразных асобасных характарыстык; 3) *мізерызацыя* (паказ людзей ва ўмовах, што вылікаюць спачуванне); 4) *інфантылізацыя* (супрацьлеглае матурызацыі); 5) *адасобленасць* - выкарыстанне прамых ці ўскосных указанняў (“гэта краіна”, “гэта армія”); 6) *лакалізацыя* падзей дазваляе сачыць за імі і выпрацоўваць свае адносіны да іх без асабістай зацікаўленасці [5, с. 88].

Усе часцей даследчыкі, медыяэксперты, журналісты і простая аўдыторыя СМІ звяртаецца да паняцця *“інфармацыйная вайна”*, якое выкарыстоўваюць у дачыненні да асвятлення падзей пэўнага палітычнага кшталту. Так, неаднначасова ад медыяэкспертаў гучалі заявы наконт інфармацыйнай вайны вакол падзей украінскага Еўрамайдану, расійскай алімпіяды ў Сочы ў 2014 годзе ці нават скандальнага рэйтынгу CNN пра самыя вwebродлівыя манументы свету, куды быў уключаны і манумент «Мужнасць» у Брэсцкай крэпасці [27]. Гэта паняцце на працягу шматлікіх гадоў узнікае ў беларускай анлайн-прэсе падчас абвастрэння адносін паміж афіцыйным Мінскам і Масквой яшчэ з 2010 года [47].

Апошнім часам медыяэксперты надаюць шмат увагі аналізу так званай інфармацыйнай вайны паміж Расіяй і Украінай, куда, на іх думку, ўцягнута і Беларусь [63]. Да слова, гэта не адмаўляюць і ўлады нашай краіны. Так, 29 студзеня 2015 года прэзідэнт краіны Аляксандр Лукашэнка заявіў:

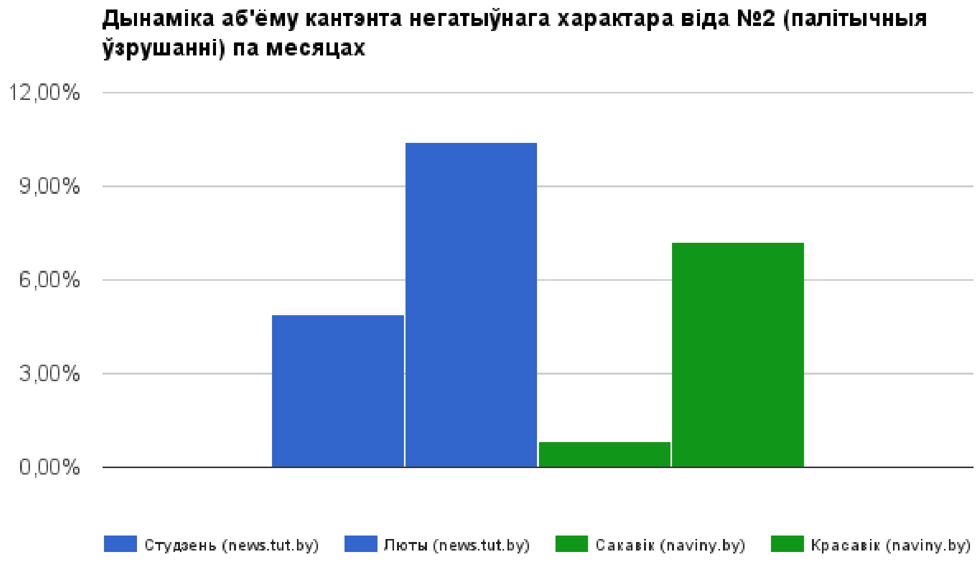
“Сёння ідзе найжорсткая канкурэнцыя за перадзел свету, сродкі масавай інфармацыі як ніколі ўцягнутыя ў інфармацыйную вайну <…>. Мы яшчэ чакаем не вайны (вось гэтай вогненнай, як на Украіне з боепрыпасамі і выбухамі), а мы чакаем вайну ў кіберпрасторы. З'яўляюцца новыя выклікі, і мы вымушаныя на іх рэагаваць.Таму не час шарахацца” [50].

У гэтым кантэксце будзе варта ўзгадаць, што ўрадам дзяржаў-членаў Шанхайскай арганізацыі супрацоўніцтва (дзе Беларусь выступае партнёрам па дыялогу) у 2009 годзе было прынята Пагадненне аб супрацоўніцтве ў галіне забеспячэння міжнароднай інфармацыйнай бяспекі. Так, у другім

артыкуле гэтага пагадення пералічаныя асноўныя пагрозы - гэта распрацоўка і прымяненне інфармацыйнай зброі, а таксама вядзенне інфармацыйнай вайны; інфармацыйны тэрарызм і злачыннасць. Яшчэ адным важным пунктам сярод пераліку пагроз з’яўляецца выкарыстанне дамінуючага становішча ў інфармацыйнай прасторы ў шкоду інтарэсам і бяспецы дзяржаў. І апошняе - распаўсюд інфармацыі, што наносіць шкоду грамадска-палітычный і сацыяльна эканамічнай сістэме, духоўнаму, маральнаму і культурнаму асяроддзю іншых дзяржаў.

У дакуменце ШАС даецца азначэнне паняццю "інфармацыйная вайна" - гэта змаганне паміж двума або большай колькасцю дзяржаваў ў інфармацыйнай прасторы з мэтай нанясення шкоды інфармацыйным сістэмам, працэсам і рэсурсам, крытычна важным і іншым структурам, падрыву палітычнай, эканамічнай і сацыяльнай сістэм, масіраванай псіхалагічнай апрацоўкай насельніцтва для дэстабілізацыі грамадства і дзяржавы, а таксама прымусу дзяржавы да прыняцця рашэнняў у інтарэсах супрацьстаялага боку.

Паводле вынікаў праведзенага намі кантэнт-аналізу, можна зрабіць выснову аб тым, што сярод усіх вылучаных матэрыялаў негатыўнага характару гэта катэгорыя (від) складае ў аб'ёме прааналізаваных навін (малюнак 3.2) на партале TUT.BY 4,9% (у студзені) і 10,4% (у лютым 2015 года), а на сайце Naviny.by – 0,8% (сакавік) і 7,2% (красавік).



Малюнак 3.2

Як прыклад навін такога віду можна прывесці наступныя публікацыі:

«В Армении прошли акции протеста с требованием выдать российского военнослужащего, расстрелявшего 6 человек» ад 14 студзеня 2015, «Взлетно-осадная полоса. Чем закончатся бои за донецкий аэропорт» ад 16 студзеня, «Полиция Бельгии уничтожила исламистов, планировавших крупный теракт в стране» ад 16 студзеня 2015 года, « Госдепартамент США ввел санкции против "Белвнешпромсервиса"» ад 22 студзеня, «Украина обратится в Гаагу по поводу "преступлений против человечности" ад 25 студзеня 2015 года на партале TUT.BY.

3) Траўмы, фізічныя недахопы і адхіленні, хваробы і эпідэміі, смерць.Матэрыялы дадзенай тэматыкі вельмі часта ўспрымаюцца аўдыторыяй СМІ негатыўна, бо падсвядома чалавек можа расцэньваць іх як патэнцыйную пагрозу для сябе ці сваіх родных. Аб’ектам такіх з'яў можа выступаць не толькі чалавек, але жывёлы ды астатні навакольны свет. Сюды ж уваходзяць паведамленні пра смерць людзей (не гвалтоўнага характару).

Паводле Дж. Кантор, у рэальным жыцці спалоханасць выклікаюць тры катэгоры раздражняльнікаў: 1) featureрознага роду небяспека і калецтвы; 2) скажэнні натуральных форм; 3) успрыманне небяспекі і страха праз вопыт іншых людзей. Яшчэ адным раздражняльнікам, які выклікае спалоханасць, можа служыць паказ знаёмых аб’ектаў ці арганізмаў у скажоным ці знявечаным выглядзе [3, с. 244].

Матэрыялы такой тэматыкі могуць набываць для чытача выразна негатыўны характар, калі ўтрымліваюць у сабе вельмі падрабязнае апісанне з’явы, яе дэманстрацыю праз фота, відэа альбо гук. Акрамя таго, эмацыйнае ўдзеянне павялічваецца па меры так званай “прысутнасці” ў матэрыяле непасрэднай ахвяры - яе імя і выявы, каментароў, апісання пачуццяў. Таму праца журналістаў з такімі тэмамі патрабуе паважлівага стаўлення да героя свайго матэрыялу з улікам этычных прынцыпаў.

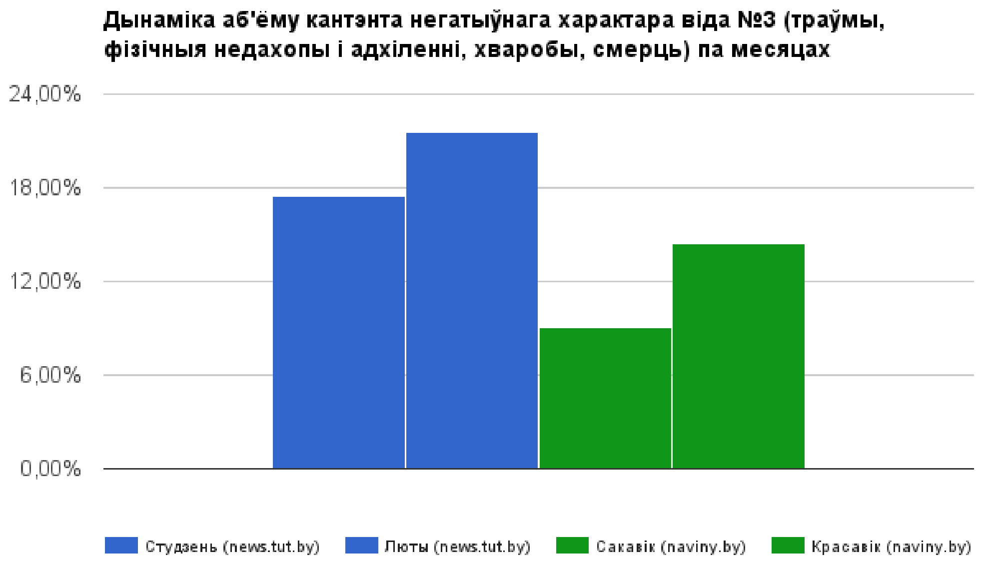
Калі падрабязнасці матэрыяла выглядаюць вельмі праўдападобна, то эмацыйная рэакцыя гледачоў, як правіла, бывае назвычай бурнай. Гэты феномен атрымаў назву *генералізацыі раздражняльнікаў.* Чым большае падабенства паміж рэальнымі падзеямі і тым, што адлюстроўваецца ў СМІ, тым больш інтэнсіўным будзе генералізаваны раздражняльнік і, суадносна, страх ці іншая эмацыйная рэакцыя. Феномен генералізацыі раздражняльніка тлумачыць, чаму людзі мацней рэагуюць на дакументальныя сцэны гвалту, чым, напрыклад, на сцэны гвалту з мультфільмаў ці лялечных спектакляў.

Калі канкрэтызаваць тэмы гэтага віду КНХ, то гэта матэрыялы пра хваробы, эпідэміі ці наступствы такіх з'яў. Тут можна прывесці прыклад з

надзвычай важнай цяпер тэмай распаўсюду ліхаманкі Эбала у Заходняй Афрыцы і заражэнні жыхароў іншых кантынентаў; па дадзеных Сесветнай арганізацыі аховы здароўя колькасць хворых дасягнула 20 тысяч чалавек, а 7 тысяч загінулі. Таксама як прыклад такога віду матэрыялаў можна прывесці тэмы распаўсюду ў свеце птушынага грыпу ў 2013 годзе ці афрыканскай чумы свіней (АЧС), якая панавала ў шматлікіх беларускіх рэгіёнах у 2013-2014 гадах. Таксама да гэтай катэгорыі негатыўнага кантэнта можна аднесці паведамленні пра смерць людзей, жывёл альбо іншых жывых аб'ектаў прыроды (адзначым, не гвалтоўную – гэтыя матэрыялы адносяцца да катэгорыі №1). Да гэтага ж віду КНХ мы адносім матэрыялы, якія расказваюць пра траўмы, атрыманыя ў выніку нейкага здарэння ці хваробы; фізічныя адхіленні.

Трэба адзначыць важнасць прысутнасці такіх тэм у СМІ, бо часта яны перадасцярагаюць грамадства ад небяспечных з'яў, што могуць пагражаць іх жыццю ці дабрабыту. У адваротным выпадку (напрыклад, падчас эпідэмій) пры недахопе інфармацыі можа павялічвацца эмацыйная напружанасць і занепакоенасць (як тое было падчас эпідэміі АЧС у Беларусі), а ў крайніх выпадках - не выключаныя масавая паніка і беспарадкі (як гэта было ў выпадку з Эбалай, дзе нават пачаліся сутыкненні паміж мясцовым насельніцтвам з аднаго боку, і лекарамі ды праваахоўчымі органамі – з іншага).

Паводле вынікаў праведзенага намі кантэнт-аналізу, можна зрабіць выснову аб тым, што сярод усіх вылучаных матэрыялаў негатыўнага характару гэта катэгорыя (від) складае ў аб'ёме прааналізаваных навін (малюнак 3.3) на партале TUT.BY 17,5% (у студзені) і 21,6% (у лютым 2015 года), а на сайце Naviny.by – 9% (сакавік) і 14,4% (красавік).



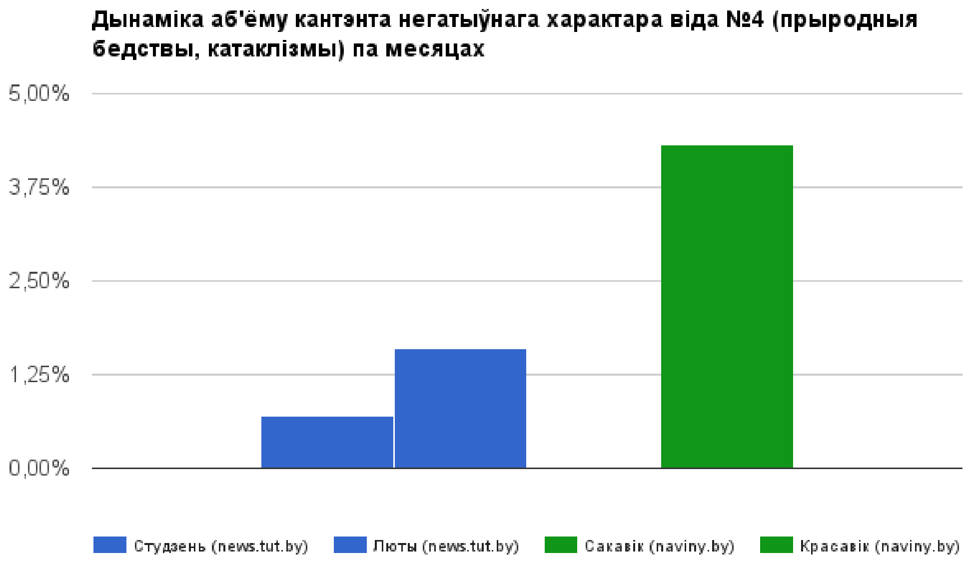
Малюнак 3.3

Як прыклад навін такога віду можна прывесці наступныя публікацыі: “Скончалась народная артистка России Римма Маркова” ад 16 студзеня, «На станции метро "Купаловская" умер мужчина», «Сепаратисты сообщили о гибели 30 мирных жителей Горловки», “Полуторагодовалый ребенок умер от менингококковой инфекции в Барановичской больнице», «16-летний учащийся Гомельского областного лицея найден погибшим» ад 19 студзеня, «ООН: в Украине погибло 6 тыс. человек» і «Ушла из жизни народная артистка Беларуси Виктория Мазур» ад 2 сакавіка 2015.

4) Прыродныя бедствы, катаклізмы.Стыхійнае бедства - гэта прыродная з'ява, якая носіць надзвычайны характар і прыводзіць да парушэння нармальнага жыцця насельніцтва, гібелі людзей, разбурэння і знішчэння матэрыяльных каштоўнасцяў. Катаклізмам прынята называць рэзкі пералом у характары і ўмовах арганічнага жыцця на шырокай прасторы зямной паверхні пад уплывам разбуральных працэсаў (у прыродзе ці грамадстве). Такія навіны нярэдка трапляюць у “топы” навінавых выпускаў, бо, на жаль, часта суправаджаюцца вялікай колькасцю ахвяр і ўплываюць на жыццё тысяч людзей. На шчасце, падобныя з’явы здараюцца не так часта, як тыя, што мы разглядалі ў мінулых выпадках.

Паводле вынікаў праведзенага намі кантэнт-аналізу, можна зрабіць выснову аб тым, што сярод усіх вылучаных матэрыялаў негатыўнага характару гэта катэгорыя (від) надзвычай рэдкая - складае ў аб'ёме прааналізаваных навін (малюнак 3.4) на партале TUT.BY 0,7% (у студзені) і

1,6% (у лютым 2015 года), а на сайце Naviny.by – 0% (сакавік) і 4,3% (красавік). Як характэрны прыклад навін такога віду можна прывесці публікацыю “Во Французских Альпах при сходе лавины погибли 6 человек” ад 25 студзеня.



Малюнак 3.4

5) Надзвычайныя сітуацыі: транспартныя здарэнні, няшчасныя выпадкі.Матэрыялы дадзенай тэматыкі нярэдка набываюць негатыўны характар для чытача, бо паведамляюць пра чалавечыя трагедыі. Аднак карыстаюцца пэўным попытам - такую выснову можна зрабіць з таго, што шматлікія анлайнавыя выданні вылучаюць пад такую інфармацыю асобныя рубрыкі. Як мы ўзгадвалі раней, на павышэнне эмацыйнага ўспрымання такіх матэрыялаў можа ўплываць натуралістычнасць (у апісанні дэталяў падзеі, дэмантрацыі фота ці відэа з выявамі пацярпелых альбо іншых характэрных для здарэння разрушэнняў), персаніфікацыя (калі сюжэт утрымлівае ў сабе персанальную інфармацыю пра пацярпелых альбо загінулых, пашкоджанні і г.д.).

Характэрныя для гэтай катэгорыі (віда) КНГ – гэта паведамленні пра шматлікія аварыі на транспарце (прыватны аўтатранспарт і грамадскі; аўто, чыгунка, авіяцыя, водны транспарт, падземны, электратранспарт ды іншае). Гэткія матэрыялы нярэдка друкуюцца ў анлайн-выданнях у спецыяльных тэматычных рубрыках (кшталту, auto.tut.by, auto.onliner.by – адныя з самых папулярных рэсурсаў Беларусі па аўтамабільнай тэматыцы). Сюды ж уваходзяць паведамленні пра няшчасныя выпадкі, якія часцей за ўсе датычацца сферу дзейнасці надзвычайных служб – медыкаў і

выратавальнікаў (так, асноўным «пастаўшчыком» інфармацыі пра здарэнні для беларускіх СМІ выступае прэс служба Міністэрства па надзвычайных сітуацыях - mchs.gov.by).

Найбольшы рэзананс у прэсе (і разам з гэтым верагодную негатыўную рэакцыю) атрымліваюць:

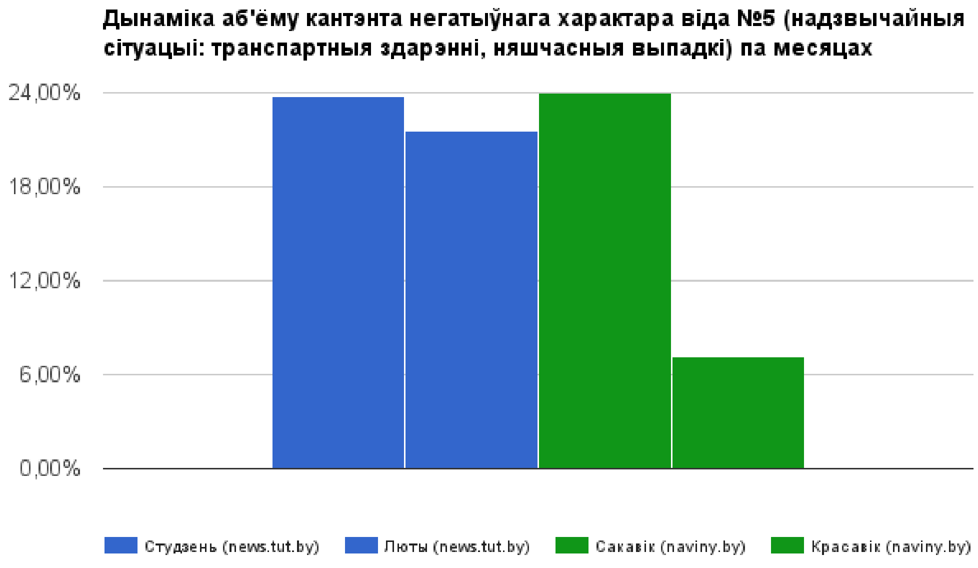
- здарэнні незвычайныя (якія выбітныя пэўнымі абставінамі, пры якіх адбыліся) ці рэдкія. Напрыклад, навіны паводле інфармацыі МНС «Спасатели достали мужчину из мусоропровода» [61], «Велосипедист погиб от удара молнии в Столинском районе» у маі 2015 [39], «Селфи стало причиной крушения самолета Cessna 150K» ад 4 лютага 2015 года [57], «В Бобруйске водитель автобуса засунул руку в механизм стеклоочистителя. Потребовалась помощь МЧС» [37] ды іншыя;

- здарэнні з вялікай колькасцю ахвяр (напрыклад, шэраг авіякатастроф самалётаў міжнародных кампаніі Malaysia Airlines і трагедыя з разбітым самалётам кампаніі Germanwings);

- здарэнні, у якіх пацярпелі дзеці ці жанчыны (трагічная аварыя ў лістападзе 2012 года каля сталічнай школы №23, дзе пад коламі Porsche Cayenne загінуў 9-гадовы хлопчык; наезд на 10-гадовага хлопчыка на бульвары Шаўчэнка ў Мінску ў сакавіку 2014 – дзіцёнак загінуў, кіроўца быў у выніку асуджаны на 4,5 гады пазбаўлення волі);

- здарэнні з вядомымі асобамі (напрыклад, навіна пра гібель у транспартным здарэнні на ўзлётнай паласе расійскага аэрапорта «Внуково» старшыні нафтагазавай кампаніі TotalКрыштофа дэ Маржэры ў сакавіку 2015 года) ды іншыя фактары.

Паводле вынікаў праведзенага намі кантэнт-аналізу, можна зрабіць выснову, што сярод усіх вылучаных матэрыялаў негатыўнага характару гэта катэгорыя (від) складае ў аб'ёме прааналізаваных навін (малюнак 3.5) на партале TUT.BY 23,8% (у студзені) і 21,6% (у лютым 2015 года), а на сайце Naviny.by – 23,9% (сакавік) і 7,2% (красавік). Гэты від кантэнта займае адну з найбольшых частак сярод аб’ёму усіх вызначаных намі матэрыялаў негатыўнага характару.



Малюнак 3.5

Як прыклад навін такога віду можна прывесці наступныя публікацыі:

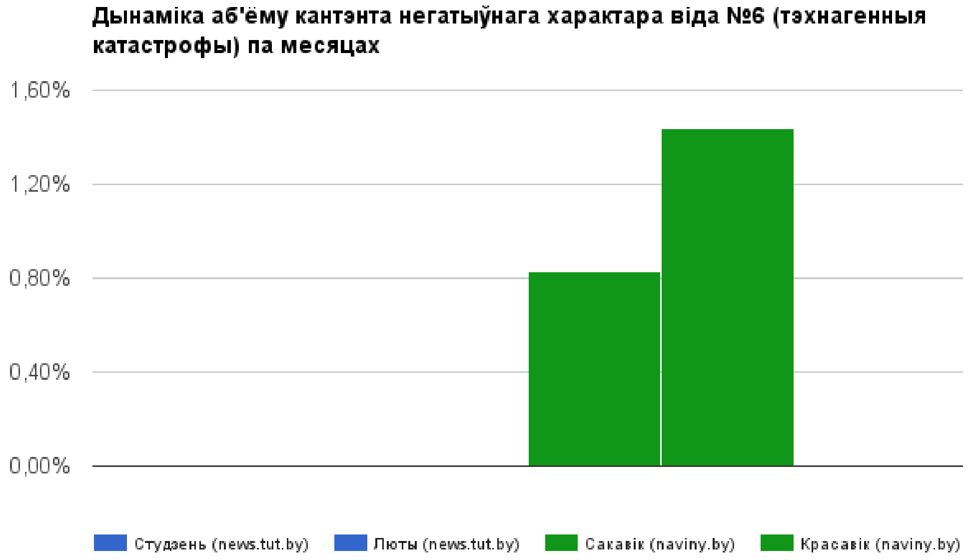
“В Могилеве женщина на Mercedes протаранила машину ГАИ, врезалась в Ford, а затем - в дерево”, матэрыял «В Минской области пьяный водитель Land Rover врезался в попутный VW”, “Работница мебельной фабрики в Слониме получила сильные ожоги”, “В Минске на зебре сбили двух пешеходов” ад 14 студзеня, «Под Клецком мотоциклист врезался в прицеп трактора и погиб” ад 19 студзеня, “Лобовое столкновение автомобилей в Лидском районе: пострадали двое детей”, «Минчанина затянуло под товарняк воздушным потоком” ад 2 сакавіка, «Под Брагином семейная пара провалилась под лед” ад 2 сакавіка.

6) Тэхнагенныя катастрофы. Час ад часу ў свеце адбываюцца буйныя аварыі на тэхнагенных аб'ектах, што цягнуць за сабой масавую гібель людзей і нават экалагічную катастрофу. Адной з асаблівасцяў тэхнагеннай катастрофы з'яўляецца яе выпадковасць, да таго ж яна зычайна супрацьпастаўляецца прыродным катастрофам. Па суб'ектыўных адносінах, тэхнагенныя катастрофы могуць быць выліканы халатнасцю абслугоўваючага персаналу («чалавечы фактар»), знешнія фактары і неспадзяваныя (непажаданыя) наступствы штатнага функцыянавання тэхналагічных сістэм.

Такія здарэнні, на шчасце, вельмі рэдкія для Беларусі. Калі ж казаць пра міжнародныя падзеі, то можна прывесці прыклад па тэме пра нядаўні разрыў нафтаправоду ў Каліфорніі (ЗША) у мае 2015 года, дзе выніку быў

аб'яўлены рэжым надзвычайнай сітуацыі – аб'ём разлітай нафты дасягнуў 400 тысяч літраў, пацярплела прырода і жывыя істоты.

Паводле вынікаў праведзенага намі кантэнт-аналізу, можна зрабіць выснову аб тым, што сярод усіх вылучаных матэрыялаў негатыўнага



характару гэта катэгорыя (від) складае ў аб'ёме прааналізаваных навін (малюнак 3.6) на партале TUT.BY 0% (у студзені) і 0% (у лютым 2015 года), а на сайце Naviny.by – 0,8% (сакавік) і 1,4% (красавік). Гэты від кантэнта займае найменьшую часціну сярод аб’ёму усіх вызначаных намі матэрыялаў негатыўнага характару.

Малюнак 3.6

Як прыклад навін такога віду можна прывесці публікацыю “Из отстойника Минского городского клинического онкодиспансера произошла утечка радиоактивного йода” ад 20 сакавіка 2015 года.

3.2.2 Група відаў кантэнта негатыўнага характару «сацыяльны фактар»

Група **“сацыяльны фактар”** – матэрыялы ў СМІ па тэмах, што дэманструюць “сацыяльны беспарадак” (які патрабуе вырашэння) – сюды мы уключаем віды “грамадскія праблемы” і “эканамічная праблематыка”, а таксама самі матэрыялы, што падрываюць “сацыяльны парадак” наўмысна (катэгорыя “фабрыкацыі фактаў, хлусня і прапаганда).

7) «Грамадскія праблемы»

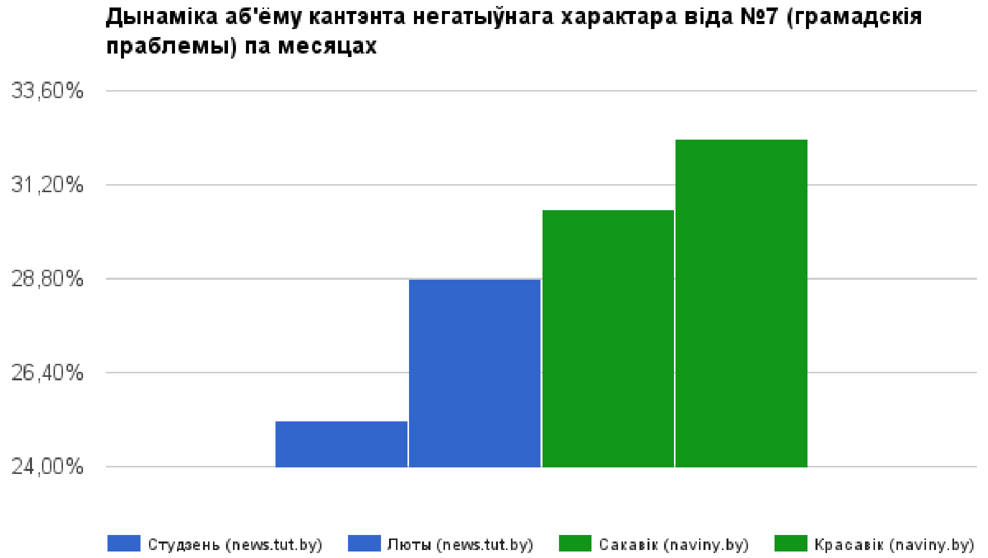
Амерыканскі даследчык Г. Ганэ на аснове вывучэння нацыянальных навін сцвярджаў, што СМІ надаюць асаблівае значэнне сюжэтам пра прыродны, маральны, сацыяльны “безпарадак” і яго ліквідацыю. Журналісты ў пэўнай ступені лічаць сябе (а часам гэта меркаванне падтрымлівае аўдыторыя) “вартаўнічымі сабакамі”, што стараюцца папярэдзіць астатнюю частку грамадства пра існуючыя і патэнцыйныя праблемы, садзейнічаць ажыццяўленню сацыяльнага кантролю [3, с. 342].

Грамадскія і эканамічныя праблемы, якія найбольш турбуюць беларусаў, можна адсочыць па сацыялагічных даследаваннях. У некаторай ступені яны карылююцца з тэмамі, якія асвятляюцца ў СМІ.

У гэтым плане цікавыя вынікі апытання “Какие из перечисленных проблем вызывают у Вас наибольшее беспокойство?”, што прыводзіць Інфармацыйна-аналітычны цэнтр пры Адміністрацыі Прэзідэнта Рэспублікі Беларусь у сваім зборніку [56, с. 134]. Апытанне (адкрытага тыпу) праводзілася ў 2013 годзе сярод маладых людзей. Сярод усіх удзельнікаў апытання 54% адзначылі праблему узроўня коштаў на тавары і паслугі, 41,5% - матэрыяльныя складанасці, 40% - нізкая забяспечанасць жытлом, 39% - п’янства і наркаманія, 32% - праблемы з працаўладкаваннем, 18,5% - праблемы сям’і і шлюбу, 18% - праблемы са здароўем, 16% - нізкі ўзровень праваой абароны, 16% - распаўсюджванне карупцыі, па 15% таксама адзначылі тэмы недасканаласці заканадаўства, немагчымасць рэалізоўваць свае творчыя здольнасці, высокі ўзровень злачыннасці, 14% - цяжкасці ў атрыманні вышэйшай адукацыі, па 9% - тэмы незабяспечанасці палітычных правоў і свабод асобы, абмежаваных магчымасцяў для правядзення вольнага часу, а таксама праблем з заняццем фізічнай культурай і спортам, 8% - праблемы побытавага абслугоўвання, 6,5% - праблемы рэалізацыі сацыяльна-эканамічных гарантый, 6% - праблемы духоўнага самаадчування і развіцця, 4% - адсутнасць неабходных умоў для актыўнага ўдзелу ў грамадска-палітычным жыцці.

На аснове дадзенага апытання можна зрабіць здагадку, якія сацыяльныя тэмы, верагодна, могуць быць найбольш негатыўнымі для большасці беларускай аўдыторыі - бо СМІ выконваюць не толькі ролю фарміравання павесткі дня, але і нясуць функцыю рэакцыі на найбольш важныя праблемы грамадства.

Паводле вынікаў праведзенага намі кантэнт-аналізу, можна зрабіць высновушто сярод усіх вылучаных матэрыялаў негатыўнага характару гэта катэгорыя (від) складае ў аб'ёме прааналізаваных навін (малюнак 3.7) на партале TUT.BY 25,2% (у студзені) і 28,8% (у лютым 2015 года), а на сайце



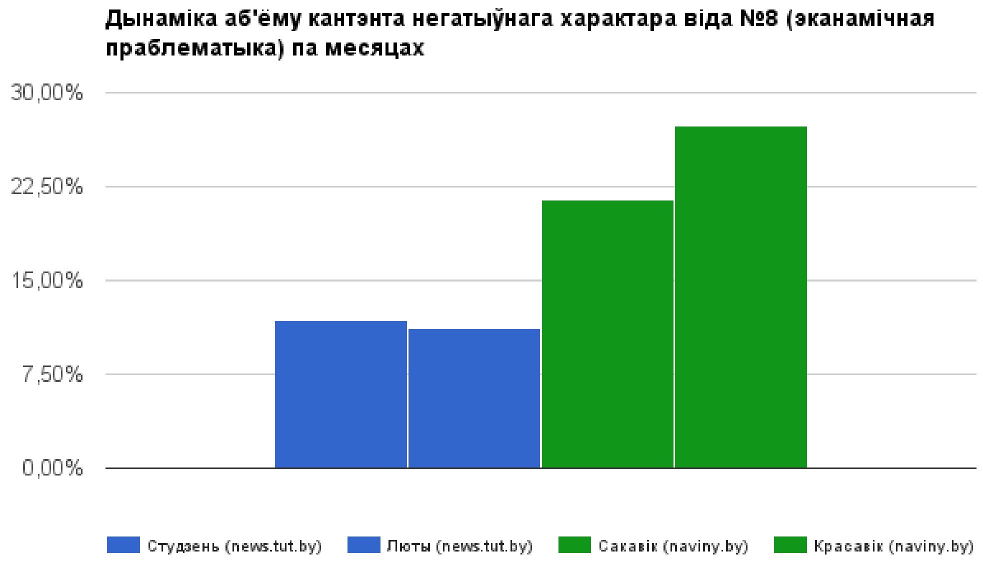
Naviny.by – 30,6% (сакавік) і 32,4% (красавік). Гэты від кантэнта займае найбольшую частку сярод аб’ёму усіх вызначаных намі матэрыялаў негатыўнага характару.

Малюнак 3.7

Як прыклад навін такога віду можна прывесці шэраг публікацый: “Государство тратит неимоверные средства". Лечение наркоманов в прошлом году обошлось в 4,4 млн долларов”, «В Минске задержали наркоторговцев с килограммом спайса” ад 14 студзеня, «В столице неизвестный грозился покончить жизнь самоубийством” ад 16 студзеня, “Столичные правоохранители с помощью одного только взгляда смогли "раскусить" вора-гастролера из Гомеля”, «КГБ задержал начальника отдела образования Брестского райисполкома по подозрению во взятке” ад 19 студзеня, “По подозрению в коррупции задержаны должностные лица госпредприятия «Белтаможсервис», “Замдиректора строительной организации в Могилеве строил свой дом за счет государства” ад 2 сакавіка.

8) “Эканамічная праблематыка”. Тэмы, звязаныя з праблемамі эканамічнага росту і развіцця ў дачыненні да асобнаўзятага чалавека, пэўнай супольнасці, грамадства, краіны; арганізацый ці структур. Сюды могуць уваходзіць матэрыялы, прысвечаныя такім эканамічным катэгорыям, як інфляцыя, карупцыя, эканамічныя крызісы, пазыкі, размеркаванне фінансавых сродкаў, банкруцтва, сацыяльная няроўнасць, фінансавыя піраміды ды іншае.

Улічваючы своеасаблівы шлях развіцця беларускай эканомікі - шматлікія фінансавыя крызісы, а таксама амаль пастаяннае абясцэньванне беларускага рубля, тэмы эканамічнай праблематыкі застаюцца аднымі з



самых важных для беларусаў (6-я пазіцыя ў своеасаблівым рэйтынгу самых цікавых тэм для чытачоў у СМІ [56, с. 109]).

Паводле вынікаў праведзенага намі кантэнт-аналізу, можна зрабіць выснову, што сярод усіх вылучаных матэрыялаў негатыўнага характару гэта катэгорыя (від) складае ў аб'ёме прааналізаваных навін (малюнак 3.8) на партале TUT.BY 11,9% (у студзені) і 11,2% (у лютым 2015 года), а на сайце Naviny.by – 21,5% (сакавік) і 27,3% (красавік). Гэты від кантэнта займае адну з самых вялікіх часцін сярод аб’ёму усіх вызначаных намі матэрыялаў негатыўнага характару.

Малюнак 3.8

Як прыклад навін такога віду можна прывесці шэраг публікацый: “Экспорт основных белорусских товаров в Россию сократился на 1 млрд долларов” , «На торгах 13 января доллар подорожал еще на 20 рублей” ад 13 студзеня, “ЕБРР прогнозирует падение экономики Беларуси на 1,5% в 2015 году” ад 19 студзеня, «Очередные коррупционеры. Миллионный ущерб от бухгалтера больницы и миллиардный - от "выигрыша" в закупках”, “В феврале снова подорожают сигареты: некоторые на 100 рублей, некоторые - на 1000” ад 19 студзеня, “Впервые за 15 лет безработица в Беларуси может превысить «естественные» 6%”, «Бизнесмен из Бреста обвиняется в хищении миллиарда рублей с банковских счетов с помощью поддельных карточек” ад

5 сакавіка, “В феврале снова подорожают сигареты: некоторые на 100 рублей, некоторые - на 1000” ад 28 студзеня.

9) “Фабрыкацыі фактаў, хлусні і прапаганды”.

Да гэтага віда КНХ адносяцца матэрыялы, што падрываюць “сацыяльны парадак” наўмысна. Гэта самая небяспечная, з пункту гледжання наступстваў медыяўздзеяння, катэгорыя кантэнту. Пагроза прысутнасці такога кантэнту ў СМІ заключаецца ў тым, што ён можа выступаць сродкам маніпуляцыі грамадства і інфармацыйнай вайны (пра гэту з’яву мы ўжо ўзгадвалі вышэй). Разам з гэтым трэба адразу ж зазначыць, што выяўленне такіх матэрыялаў у СМІ – досыць складаны працэс, які патрабуе строгіх методых і апрацоўкі вялікага масіву дадзеных, а таксама разгляду шматлікіх знешніх фактараў у кантэксце палітычных, эканамічных, сацыяльных ці ідэалагічных умоваў.

Прыклады жудаснага ўплыву такога кантэнту паказала неаднойчы гісторыя, у прыватнасці, Другая сусветная вайна. Так, асноўныя метады фабрыкацыі фактаў былі адпрацаваныя ўжо ў ведамстве Гебельса - рэйхсміністра народнай асветы і прапаганды Германіі ў 1933-1945 годзе.

“Яны былі шмат у чым наватарскімі і ставілі ў тупік заходніх спецыялістаў. Так, фашысты ўвялі прыем падстрахоўкі ілжывых паведамленняў праўдзівымі, нават вельмі для іх непрыемнымі. У такой “упакоўцы” хлусня праходзіла безадмоўна. Вялікая ўвага надавалася правакацыям з адзінай мэтай - зняць “праўдзівы” прапагандысцкі фільм. Так, жыхарам акупаванага Краснадара было аб’яўлена, што праз іх горад правядуць калону савецкіх палонных і што ім можна будзе перадаць прадукты. Сабралася вялікая колькасць людзей з кошыкамі, поўнымі прадуктаў. Замест палонных праз натоўп правезлі машыны з раненымі нямецкімі салдатамі - і знялі фільм пра “радушную” сустрэчу” [11, с. 347], - расказвае ў свае кнізе адзін з найлепшых расійскіх даследчыкаў маніпуляцыі ў сродках масавай камунікацыі Сяргей Кара-Мурза.

Адно з важнейшых правілаў маніпуляцыі свядомасцю, адзначае даследчык, заключаецца ў тым, што поспех залежыць ад таго, наколькі поўна атрымалася ізаляваць адрасата ад старонняга ўплыву. Ідэальнай сітуацыяй для гэтага была бы татальнасць ўздзеяння - поўная адсутнасць альтэрнатыўных і некантраляваных крыніц інфармацыі і меркавання.

“І справа тут не ў тым, што альтэрнатыўная інфармацыя бывае дастатковай, каб пераадолець аргументы і даць аўдыторыі магчымасць зрабіць разумны выбар паміж пазіцыямі. Хутчэй прычына ў тым, што гэты

незалежны голас, нават вельмі кароткае яго гучанне можа вылікаць магічны эфект - ен здымае “насланне” [5, с. 347].

У гэтым кантэксце важна адзначыць, што па сваёй сутнасці анлайнавыя сродкі масавай інфармацыі найменш могуць абмяжоўваць інфармацыйную прастору чытача. Бо сама аўдыторыя пры карыстанні інтэрнэтам абірае пажаданую крыніцу інфармацыі і канрэтныя матэрыялы на аснове сваіх асабістых цікаўнасцяў. Нярэдка можна пачуць меркаванні звычайных чытачоў аб большай незалежнасці ці свабодзе інтэрнэт-СМІ (маючы на ўвазе, хутчэй, іх свабоды выбар і доступ), што яшчэ не азначае большую якасць інфармацыі пэўных анлайн-выданняў у параўнанні з іншымі традыцыйнымі сродкамі.

Калі казаць пра магчымасць хлусні ці прапаганды ў СМІ, то некаторыя інтэрнэт-выданні могуць быць не менш падвержанымі іх уплыву. Разам з гэтым “інфармацыйная рэвалюцыя” змяніла характар масавай камунікацыі - і дадзеныя хлуслівага, прапагандысцкага характару, на нашу думку, у анлайн-прасторы могуць хутчэй выкрывацца і станавіцца вядомымі большай частцы аўдыторыі, чым гэта бывае з традыцыйнымі СМІ. Прычынай гэтаму - вялікая разнастайнасць анлайн-выданняў, актыўны ўдзел аўдыторыі ў іх дзейнасці (канцэпцыя Вэб 2.0) і інфармацыйная насычанасць інтэрнэт-прасторы ў сукупнасці.

Што ж датычыцца прыкладаў прапаганды, хлусні ці фабрыкацыі фактаў у сучаснай інтэрнэт-журналістыцы, то тут досыць цяжка прыводзіць канрэтныя і абаснаваныя прыклады. Дарэчным будзе адзначыць, што ўжо на працягу прыкладна паўтара года Украіна і Расія абвінавачваюць адзін аднаго ў выкарыстанні СМІ як сродка сваёй палітычнай прапаганды, для чаго выкарыстоўваюецца фальсіфікацыя фактаў і хлусня. Такія прэтэнзіі, напрыклад, не раз гучалі падчас асвятлення журналістамі абодвух краін (і не толькі) расследавання па факце крушэння самалёту пад Данецкай вобласцю Украіны.

Час ад часу, выкрыць хлусню сапраўды атрымліваецца. Так, напрыклад, было з сюжэтам пра «распятага хлопчыка», які выйшаў у эфіры «Первого канала» Расіі, а таксама быў апублікаваны ў інтэрнэце ў ліпені 2014 года – пад назвай «Беженка из Славянска вспоминает, как при ней казнили маленького сына и жену ополченца” [36]. Дарэчы, яно і пасля скандалу размяшчаецца на сайце тэлеканала.

У сюжэце нейкая Галіна Пышняк, ураджэнка Заходняй Украіны, маці і жонка «апалчэнца» расказвае жудасную гісторыю з Славянску. "Узялі дзіцяці

трох гадоў, хлопчыка маленькага ў трусіках, у футболцы, як Ісуса на дошку аб'яваў прыбілі ... А потым узялі маму, прывязалі да танка без прытомнасці і па плошчы тры круга правялі. А круг плошчы - кіламетр". Інфармацыя не была падмацавана фактамі, аднак выклікала хвалю абурэння ў Расіі ды шэрагу іншых краін. Толькі ў снежні падчас прэс-канферэнцыі Уладзіміра Пуціна журналістка тэлеканала "Дождь" Ксенія Сабчак спыталася, чаму ніхто так і не папрасіў прабачэння за "фэйкавы" сюжэт. Апасля, у эфіры "Першага канала" вядучая Ірад Зяйналава паведаміла, што ў журналістаў сапраўды не было і няма доказаў апісанай у сюжэце гісторыі . Выбачэнняў, зрэшты, не было.

"У той момант, і па гэты дзень, Славянск кантраляваўся украінскімі ваеннымі, ні пацвердзіць, ні абвергнуць гэтую інфармацыю магчымасці не было. Бо расійскім федэральным тэлеканалам ў акрэдытацыі ў зоне АТА было адмоўлена. І Першы канал апярэдзіў шакавальны аповяд словамі карэспандэнта: "Розум адмаўляецца зразумець, як падобнае наогул магчыма ў нашы дні ў цэнтры Еўропы. Сэрца не верыць, што такое магло адбыцца". У журналістаў не было і няма доказаў гэтай трагедыі, але гэта рэальны аповяд рэальна існуючай жанчыны, якая бегла з пекла ў Славянску. Тое, пра што яна казала, ўстала ў адзін шэраг, звяно ва ўжо бясконцай ланцужку сведчанняў. Пра лёсы дзясяткаў дзяцей, разарваных снарадамі, расстраляных пры спробе бегчы, якія загінулі пры авіяналёту і артабстрэлаў" [46], - такім чынам журналісты тэлеканала ў сюжэце ад 21 снежня 2014 года прызналі, што доказаў здарэння не было.

Аднак, парушаючы ўсе законы логікі, тут жа адзначаюць, што гэта – рэальная гісторыя рэальна існуючай жанчыны. Другая частка сюжэту-адказу суправаджаецца жудаснымі кадрамі загінулых падчас ваеннага канфлікту на Данбасе дзяцей, а таксама забітых людзей падчас трагедыі ў адэскім Доме прафсаюзаў 2 мая. Гэткім чынам журналісты, на нашу думку, выкарысталі адзін з маніпулятыўных сродкаў, каб перанесці ўвагу гледача ў эмацыйную прастору (хоць, мажліва, і паказваючы рэальныя кадры з месца ваенных падзей:

"Чаму гэтыя кадры і гэтыя трагедыі не зацікавілі тых, хто называе сябе апазіцыйнымі СМІ, тлумачыць не нам [размова, відавочна, пра тэлеканал "Дождь" і пытанне Ксеніі Сабчак]. Жыццё апынулася страшней фантазіі. Калі балючай фантазіяй жанчыны, чыя псіхіка не вытрымала пекла кругласутачных абстрэлаў Славянска, апынуўся аповяд луганскай уцякачкі" [46], - такімі словамі завяршаецца сюжэт "Первого канала" у адказ на абвінавачванні ў хлусні.

Яшчэ адзін прыклад хлуслівай інфармацыі ў СМІ – сюжэт тэлеканала НТВ, які выйшаў у эфір 2 лістапада, а потым быў апублікаваны на сайце выдання (і дагэтуль размяшчаецца там) пад назвай “Нацгвардейцы со шприцами сделали из донецкого мальчика мишень для ракет” [53]. Журналісты ў сваім сюжэце распявядаюць, нібыта украінскія вайскоўцы збілі бацькоў хлопчыка Стаса і загадалі яму знайсці месца дыслакацыі блокпастоў апалчэнцаў Данбасу. Для гэтага, адзначаецца ў сюжэце, хлопчыка “нашпігавалі” яго датчыкамі для навядзення артылерыі, а таксама наркотыкамі. Пасля таго, як у інтэрнэце паднялася хваля абурэння сюжэтам, СМІ высвятлілі, што насамрэч дзіцёнка вышуквае ўкраінская міліцыя – ён сыйшоў з дому яшчэ 12 кастрычніка, да таго ж мае "лёгкую ступень разумовай адсталасці" і схільны да бадзяжніцтва. Аднак прабачэнняў тэлеканала за няпраўдзівую інфармацыю так і не было.

Два вышэй узгаданых прыклады напрамкі датычацца інтэрнэт-журналістыкі, бо менавіта анлайнавыя выданні адрэагавалі на няпраўдзівыя сюжэты, што выйшлі ў традыцыйных СМІ і былі размешчаныя ў сеціве, ды зрабілі свой значны ўнёсак у выкрыццё хлусні. Адзначым – негледзячы на тое, што два ўзгаданых прыклады звязаныя з расійскімі выданнямі, кантэнт негатыўнага характару дадзенай катэгорыі можна прысутнічаць і ў выданнях любых іншых краін. Гэта, на нашу думку, патрабуе ўсебаковага вывучэння з боку даследчыкаў і медыяэкспертаў.

3.2.3 Група відаў кантэнта негатыўнага характару «аксіялагічны фактар»

Да групы інфармацыі негатыўнага характару **“аксіялагічнага фактара”** адносяць матэрыялы, якія дэманструюць альбо спараджаюць аксіялагічны канфлікт – ці канфлікт каштоўнасцяў.

Гэта самая суб’ектыўная тэматычная група, бо закранае вельмі адносныя крытэрыі, заснаваныя на асабістых каштоўнасцях кожнага асобнаўзятага чалавека, альбо пэўнай супольнасці, грамадства, краіны; каштоўнасных установках пэўнай культуры ды іншага. Назва дадзенай групы інфармацыі негатыўнага характару ўтвораная на аснове паняцця аксіялогіі - тэорыі каштоўнасцяў і аднаго з раздзелаў філасофіі. Аксіялогія вывучае пытанні, звязаныя з прыродай каштоўнасцяў, іх месцам у рэальнасці і структурай каштоўнаснага свету. Падчас працэсу ўспрымання і апрацоўкі атрыманай у СМІ інфармацыі чалавек супастаўляе яе са сваімі каштоўнаснымі ўстаноўкамі, у выніку чаго матэрыял можа прыняць для яго негатыўны характар - і гэтаму працэсу некаторыя даследчыкі нават знайшлі свае тлумачэнне.

Эфектыўнасць уздзеяння, адзначаюць навукоўцы, звязана з адрозненнямі паміж першапачатковым меркаваннем аўдыторыі і меркаваннем, што ўтрымлівае матэрыял СМІ. Чым больш адрозненняў у меркаваннях, тым большы дыскамфорт адчувае аўдыторыя. Так, паводле тэорыі Г. Ласуэла, людзі выбіраюць тое, што супадае з іх меркаваннем, і абвяргаюць тое, што не супадае. Увогуле ж група матэрыялаў негатыўнага характару паводле аксіялагічнага фактару найбольш непрадказальная сярод іншых, бо, па сутнасці, вызначэнне яе праходзіць для кожнага асобнаўзятага чалавека індывідуальна і суб’ектыўна. Каб паўнавартасна ўяўляць сабе фактары, якія ўплываюць на ўспрыманне інфармацыі паводле аксіялагічнага фактару, разбярэмся ў сутнасці паняцця каштоўнасцяў і іх відах.

Паводле “Псіхалагічнага слоўніка”, каштоўнасць - гэта любы «аб'ект», які мае жыццёва важнае значэнне для суб'екта (індывіда, групы, пласта, этнасу). У больш вузкім значэнні прынята казаць пра каштоўнасці як духоўныя ідэі, што заключаюцца ў паняццях, якія маюць высокую ступень абагульнення. Фарміруючыся ў свядомасці, гэтыя каштоўнасці спасцігаюцца ў ходзе асваення культуры.

Шматлікія дэфініцыі базавых каштоўнасцяў укладаюцца ў дзве асноўныя парадыгмы. Гаворка ідзе альбо пра дастаткова абстрактна выяўленыя канцэпцыі таго, што найбольш пажадана, эмацыйна прывабна, здольна апісаць ідэальны стан быцця людзей («свабода», «бяспека», «дастатак», «сэнс жыцця»), альбо гэтак жа глыбока эмацыйна для чалавека («сумленны», «лагічны», «акуратны»).

За традыцыйнай класіфікацыяй каштоўнасці падзяляюць на *матэрыяльныя* (каштоўнасці, якія існуюць у форме рэчаў - вопратка, прадукты харчавання, тэхніка, храм, карціна), а таксама *духоўныя*. Пры гэтым матэрыяльнымі каштоўнасцямі (іх часам называюць выгодамі) лічаць эканамічныя, тэхнічныя і вітальныя (стан здароўя, экалогіі) каштоўнасці, якія задавальняюць цялеснае быццё чалавека, а духоўнымі - рэлігійныя (святасць), маральныя (дабро), эстэтычныя (выдатнае), прававыя (справядлівасць), філасофскія (ісціна), палітычныя (карысць грамадства) каштоўнасці, якія робяць быццё чалавека людскім, гарантуюць яго існавання як духоўнага істоты [23].

Гэта найбольш суб’ектыўная катэгорыя кантэнту негатыўнага кшталту, аднак прадстаўляецца, на нашу думку, самай цікавай для даследаванняў.

Прывядзем адзін прыклад, які вельмі выразна ілюструе суб’ектыўны падыход у вызначэнні негатыўнага характару інфармацыі. У студзені 2014

года на сайце расійскага тэлеканала “Дождь” было праведзенае апытанне на тэму: “Ці варта было здаць Ленінград, каб зберагчы сотні тысяч людзей”. Пытанне, відавочна, не мае выразных прыкмет праяў агрэсіі, каб яго можна было дакладна аднесці да траўмуючага кантэнту. Але яно апынулася непрыемным для пэўнай часткі аўдыторыі (то бок негатыўным па характары), бо закранула этычныя і маральныя ўстаноўкі грамадзян. Напрыклад, амаль усе фракцыі дзяржаўнай Думы Расіі асудзілі апытанне пра блакаду Ленінграда, называючы яго “блюзнерскім і абражаючым памяць ветэранаў Вялікай Айчынай вайны”. Канфлікт з непрыемным пытаннем стаў падставай для прапановы з боку партыі ЛДПР увесці закон аб крымінальнай адказванасці за абразу памяці падзей вайны. Больш за тое, пытанне тэлеканала пра Ленінград выклікала прапанову з боку Асацыяцыі кабельнага тэлебачання Расіі пра адключэнне тэлеканала “Дождь” ад вяшчання - у выніку ТБ-аператары паступова пачалі адмаўляцца ад яго трансляцыі, а для тэлеканала гэта апынулася вялікімі эканамічнымі праблемамі [58].

І хаця ў выніку тэлеканал “Дождь” прынес свае прабачэнні і прызнаў апытанне памылкай, а пэўная частка аўдыторыі нават выказвала сваю падрымку (у тым ліку і былыя блакаднікі Ленінграду пасля сустрэчы з кіраўніцтвам канала) – гэта ўсё роўна пакінула ў аўдыторыі і супрацоўнікаў рэдакцыі непрыемныя ўспаміны. Прычым відавочна, што рэакцыя на гэта пытанне апынулася зусім нечаканай для абодвух бакоў. Гэты прыклад паказвае праблему вызначэння негатыўнага характару інфармацыі, у якім вельмі часта маецца вялікая доля суб’ектывізму. Няма ніякага агульнага метаду вызначэння негатыўнасці інфармацыі, хаця есць пэўныя віды кантэнту, якія часцей за ўсе бываюць адмоўнымі для аўдыторыі.

Праблему суб’ектыўнасці ў вызначэнні негатыўнага характару пэўнай інфармацыі паказаў і трагічны выпадак, які здарыўся ў рэдакцыі парыжскага карыкатурнага штотыднёвіка CharlieHebdo раніцай 7 студзеня. Тады некалькі ўзброеных людзей растралялі 10 супрацоўнікаў выдання і яшчэ двух паліцэйскіх. Па словах сведкаў, нападалыя выкрыквалі ісламісцкія лозунгі і абяцалі адпомсціць за абразу прарока Мухамеда. Напярэдадні часопіс выйшаў з перадавіцай пра новы раман французскага пісьменніка Мішэля Уэльбека “Пакорлівасць”, у якім апавядаецца пра перамогу ў выбарах Францыі прэзідэнта-мусульманіна, а таксама ісламізацыю Еўропы. А за некалькі гадзін да нападу ў Twitter-акаўнце выдання з’явілася карыкатура на лідэра “Ісламскай дзяржавы” Абу Бакр аль-Багдадзі. Трэба адзначыць, што ўвогуле матэрыялы гэтага выдання заўседы мелі востры, часам правакатыўны характар. І пасля тэракту погляды ў грамадстве значна разыйшліся: адныя выказвалі думку, што кантэнт такога характару не павінен

з’яўляцца на старонках выдання (некаторыя часопісы Еўропы, напрыклад, адмовіліся на нейкі перыяд маляваць карыкатуры на рэлігійную тэму), іншыя акцэнтавалі ўвагу на першаснай ролі свабоды слова ў дэмакратычным грамадстве (з гэтай нагоды ў штатлікіх краінах прайшлі акцыі ў падтрымку рэдакцыі і французскай супольнасці). Пэўная частка аўдыторыі ўспрыняла гэтыя карыкатуры непрыемнымі і абразлівымі, іншая частка аўдыторыі негатыўнага характару такой інфармацыі не бачыла (альбо адмаўлялася бачыць). Відавочна, што і прычына тэракту, і далейшая на яго рэакцыя звязаныя з аксіялагічнай сферай (дзе сутыкнуліся каштоўнасці рэлігійныя і этычныя).

Аднак пакуль увага даследчыкаў накіраваная, па большым рахунку, на вывучэнне ўплыву досыць выразных форм матэрыялаў негатыўнай тэматыкі – вайсковых канфліктаў, крымінальных злачынстваў альбо катаклізмаў. І амаль не закранае вывучэнне кантэнту, які можа ўспрымацца негатыўна з-за пэўных каштоўнасных установак кожнага спажыўца прадукцыі СМІ.

У гэтым жа кантэксце цікава вывучэнне рэакцыі на кантэнт негатыўнага характару групы “аксеалагічны фактар”. Тут будзе дарэчным узгадаць два прыклады з расійскіх СМІ, якія адбыліся

Так, ролік танца падобнага да стылю “тверк” у выкананні некалькіх школьніц, апублікаваны на шэрагу інтэрнэт-рэсурсаў Расіі, выклікаў масу дыскусій у красавіку 2015 года. Так, пэўную частку аўдыторыі абурыла месца, абранае для выканання танцу – каля мемарыялу “Малая зямля”, прысвечанага героям Вялікай Айчыннай вайны [43]. Пасля таго, як шматлікія карыстальнікі інтэрнэта пачалі выказваць свае прэтэнзіі ў сеціве (некаторых абурыў досыць вольны стыль самаго танцу і абранае месца), пракуратура Краснадарскага краю ініцыявала праверку па факце хуліганства, а школьніцы былі арыштаваныя на тэрмін ад 10 да сутак. У дачыненні да танцорак былі распачатыя адміністрацыйныя справы па артыкуле "дробнае хуліганства".

Да гэтага выпадку ў красавіку гэтага ж году інтэрнэт захіснуў іншы, падобны скандал – спачатку на Youtube.com, а потым і на сайтах анлайнавых СМІ быў апублікаваны ролік з выступам маладых выпускніц Арэнбургскай танцавальнай школы-студыі [59]. На ім прадэманстраваны танцавальны нумар пад назвай "Пчолкі і Віні-Пух", падчас якога непаўналетнія дзяўчыны ў адкрытых строях выконваюць групавы танец, які нагадвае так званы твэркінг - дынамічны эратычны танец (адным з галоўных элементаў якога з'яўляюцца рух сцёгнамі). Пасля гэтага інтэрнэт-скандалу прадстаўнікі Следчага камітэта РФ па Арэнбургскай вобласці пачалі праверку, а пасля нарады ў мэрыі Арэнбурга было вырашана прыпыніць працу танцавальнай

студыі. Следчыя ўбачылі ў выступе прыкметы складу злачынства, прадугледжанага арт. 135 КК РФ (“Распусныя дзеянні”). Хаця адначасова з праціўнікамі гэтага выпадку знаходзіліся і тыя, хто выступаў у абарону танцорак. Усе гэта, зноў жа, стала як для саміх удзельніц канфлікту, так і ў некаторый ступені для журналістаў, нечаканай рэакцыяй на матэрыял, што закранае аксеалагічны бок жыцця.

Да матэрыялаў негатыўнага характару паводле “аксіялагічнага фактара” можна аднесці і публікацыі пра акцыю расійскага фемінісцкага панк-рок-гурта PussyRiot у лютым 2012 года. Нагадаем, удзельніцы гурта забеглі на амбон і салею храма Хрыста Збавіцеля ў Маскве, дзе паспрабавалі выканаць свае песні і ўвесь час хрысціліся. У сваёй песні “Богородица, Путина прогони!» дзяўчыны крытыкавалі патрыярха Кірыла (Гундзяева) у сувязі з расійскімі спецслужбамі і кіраўніцтвам краіны. Акцыя працягвалася толькі 20 секунд, а заяршылася рэальнымі тэрмінамі пазбаўлення волі для усіх удзельніц. Гэта гісторыя падзяліла ў меркаваннях не толькі простых грамадзян, але і цэлыя СМІ, якія па-рознаму трактавалі падзею. У гэтым выпадку адбыўся аксіялагічны канфлікт паміж рэлігійнымі, свецкімі і дэмакратычнымі каштоўнасцямі.

Высновы. Мы вывучылі меркаванні экспертаў (журналістаў дзяржаўных і прыватных выданняў, анлайнавых і тых, што маюць інтэрнэт-версію; медыяэкспертаў) па пытанні таго, што для іх значыць тэрмін “кантэнту негатыўнага характару”, і ці бачаць яны ў гэтым праблему (у першую чаргу – для аўдыторыі СМІ). Вывелі асноўныя тэзісы паводле атрыманых адказаў. Усё гэта, разам з папярэднім аналізам тэарэтычнай літаратуры па тэме, аналізам практыкі беларускіх і некаторых замежных вэб-СМІ мы стварылі аўтарскую класіфікацыю відаў кантэнта негатыўнага характару. Для сістэматычнасці прапанаванай класіфікацыі мы размеркавалі ўсе віды на тры групы паводле фактараў, якія вызначаюць магчымую негатыўную рэакцыю чытача на інфармацыю.

Першая група “псіхічны фактар” (матэрыялы, якія дэманструюць рэальную, верагодную альбо ўяўную пагрозу жыццю, фізічнаму ці псіхічнаму здароўю чалавека), да якой адносяцца віды: “”жорсткасць, агрэсія, гвалт; смерць гвалтоўная”, “палітычныя ўзрушэнні”, “траўмы, фізічныя недахопы і адхіленні, хваробы”, “прыродныя бедствы, катаклізмы”, “надзвычайныя сітуацыі: транспартныя здарэнні, няшчасныя выпадкі”, “тэхнагенныя катастрофы”.

Другая група - “сацыяльны фактар” (матэрыялы, што дэманструюць “сацыяльны беспарадак”, які патрабуе вырашэння; альбо спараджаюць яго наўмысна). Да яго адносяцца два віды кантэнту - “грамадскія праблемы” і “эканамічная праблематыка”.

Трэцяя група - “аксіялагічны фактар” (матэрыялы, якія дэманструюць альбо спараджаюць аксіялагічны канфлікт – ці канфлікт каштоўнасцяў).

Праведзены кантэнт-аналіз двух інфармацыйных выданняў Беларусі (з топ-5 самых папулярных у Байнэце) дазволіў абгрунтаваць прадстаўленасць кантэнта негатыўнага характару ў гэтых СМІ, яго разнастайнасць паводле прапанаванай сістэмы відаў. Прааналізаваныя матэрыялы беларускіх і замежных СМІ, дэманструюцца самыя выразныя прыклады па кожнай з катэгорый (відаў) кантэнта.

ЗАКЛЮЧЭННЕ

Сярод даследчыкаў, журналістаў, разнастайных інстытутаў грамадства і аўдыторыі СМІ адсутнічае агульнае ўяўленне пра сутнасць паняцця “кантэнт негатыўнага характару”, што ўяўляе сабой праблему. З дапамогай аналізу даследаванняў па блізкіх тэмах і практыкі СМІ дадзена аўтарскае азначэнне паняццю.

Прысутнасць кантэнта негатыўнага характара ў СМІ і цікаўнасці да такой інфармацыі з боку аўдыторыі можна патлумачыць шэрагам прычын, сярод якіх варта ўзгадаць тэорыю катарсісу, тэорыю “прагі да разрушэнняў”, эмпатыю, а таксама іншыя тлумачэнні з’явы, такія як «жаданне паспяховага перажывання страху», «адчуванне сваёй бяспекі праз небяспечнае становішча іншых» і «спробу кампенсаваць нуду».

У дыпломнай рабоце зроблена спроба абагуліць вынікі ўсіх ранейшых даследаванняў па тэме медыяўдзеяння СМІ. Найлепш паддаюцца ацэнцы 4 асноўных класа наступстваў медыяўздзеяння: паводніцкія наступствы, установачныя наступствы, кагнітыўныя наступствы, фізіялагічныя наступствы. Цікавымі прадстаўляюцца эфекты медыяўдзеяння прадукцыі СМІ, якія ў розныя перыяды вывучаліся даследчыкамі: «эфект страшнай рэальнасці», «эфект згуртавання», «эфект бяссілля», «эфект стомленасці спачуваць», «эфект пераносу актывацыі (узбуджэння)», «эфект прывыкання», «эфект злачынстваў-імітацый», «эфект дэзінгібіцыі», «эфект апраўдання гвалту», «эфект масавай панікі», «эфект выбарчага ўспрымання інфармацыі». Аналіз практыкі беларускіх анлайнавых СМІ паказвае, што такія эфекты медыяўздзеяння маюцца і ў айчыннай медыяпрасторы.

У заключнай главе на аснове аналізу тэарэтычнай базы, практыкі беларускіх і замежных анлайнавых выданняў і экспертнага апытання вылучана аўтарская класіфікацыя відаў кантэнта негатыўнага характару.

Віды негатыўнага кантэнту можна аб’яднаць ў групы паводле фактараў, якія ўплываюць на вызначэнне характару інфармацыі ў СМІ (у дадзеным выпадку – негатыўнага, сярод астатніх пазітыўнага і нейтральнага). Так, першая група “псіхічны фактар” (матэрыялы, якія дэманструюць рэальную, верагодную альбо ўяўную пагрозу жыццю, фізічнаму ці псіхічнаму здароўю чалавека), уключае ў сябе віды: “”жорсткасць, агрэсія, гвалт; смерць гвалтоўная”, “палітычныя ўзрушэнні”, “траўмы, фізічныя недахопы і адхіленні, хваробы”, “прыродныя бедствы, катаклізмы”,

“надзвычайныя сітуацыі: транспартныя здарэнні, няшчасныя выпадкі”, “тэхнагенныя катастрофы”. Другая група - “сацыяльны фактар” (матэрыялы, што дэманструюць “сацыяльны беспарадак”, які патрабуе вырашэння; альбо спараджаюць яго наўмысна) уключае ў сябе віды кантэнту: “грамадскія праблемы” і “эканамічная праблематыка”. Трэцяя група - “аксіялагічны фактар” (матэрыялы, якія дэманструюць альбо спараджаюць аксіялагічны канфлікт – ці канфлікт каштоўнасцяў).

Праведзены кантэнт-аналіз двух папулярных інфармацыйных інтэрнэт-выданняў Беларусі паказаў тэматычную разнастайнасць дадзенага кантэнта ў айчыннай інтэрнэт-журналістыцы; аб’ём інфармацыі такога кшталту ў разгледжаных СМІ. Так, сярод атрыманых вынікаў можна ўзгадаць той факт, што ўяўленне пра пераважную большасць у СМІ інфармацыі негатыўнага характару не адпавядае рэальнасці. А найбольш папулярным відам негатыўнага кантэнта з’яўляецца тэматыка грамадскіх і эканамічных праблем. Найменш выразным і непрадказальным – група матэрыялаў паводле “аксіялагічнага фактару”, а самай складанай для аналізу і вызначэння – катэгорыя “фабрыкацыя фактаў, хлусня і прапаганда”.

Сістэмны падыход у вывучэнні з’явы, на думку аўтара, дапамог паўнавартасна вывучыць праблему. Даследаванне можа быць карысным ў практычным плане і дапамагчы вырашаць праблемы ўзаемадзеяння аўдыторыі СМІ, журналістаў і разнастайных інстытутаў грамадства. Прапанаваная сістэматыка можа прадстаўляць цікаўнасць для даследчыкаў і работнікаў СМІ.

СПІС ВЫКАРЫСТАНАЙ ЛІТАРАТУРЫ

1. Аронсон, Э. Общественное животное. Введение в социальную психологию / Э. Аронсон. — 7-ое изд. — М.: Аспект Пресс, 1998. — 517 с.
2. Березкина, О.П. Социально-психологическое воздействие СМИ: учебное пособие для студентов высших учебных заведений / О.П. Березкина. — М.: Академия, 2009. — 240 с.
3. Брайант, Д. Основы воздействия СМИ / Д. Брайант, С. Томпсон. — М.: Вильямс, 2004. — 432 с.
4. Винтерхофф-Шпурк, П. Медиапсихология. Основные принципы / П. Винтерхофф-Шпурк. — Харьков: Гуманитарный центр, 2007. — 288 с.
5. Волковский, Н.Л. Психология журналистики: учебное пособие / Н.Л. Волковский, А.Н. Гришанина. — СПб., 2010. — 190 с.
6. Гуськова, А.П. Популярный словарь русского языка. Толково-энциклопедический / А.П. Гуськова, Б.В. Сотин. — М.: Русский язык-Медиа, 2003. — 869 с.
7. Должен ли закон ограждать от негатива в СМИ? [Электронный ресурс]. — М., 2012. — Режим доступа: http://www.pravmir.ru/dolzhen-li-zakon-ograzhdat-ot-negativa-v-smi/#ixzz3bNWK4Pp3. — Дата доступа: 30.04.2015.
8. Ефремова, Т.Ф. Новый толково-словообразовательный словарь русского языка / Т.Ф. Ефремова. — М.: Дрофа, 2000. — 1233 с.
9. Зачем отменили презумпцию недостоверности? [Электронный ресурс]. — Минск, 2015. — Режим доступа: http://blog.liga.net/user/slobko/article/17351.aspx. — Дата доступа: 30.04.2015.
10. Информация отрицательная(негативная) [Электронный ресурс]. — Ростов н/Д, 2011. — Режим доступа: http://www.ling-expert.ru/library/slovar/negatinfo.html. — Дата доступа: 30.04.2015.
11. Кара-Мурза, С.Г. Манипуляция сознанием. Учебное пособие / С.Г. Кара-Мурза. — М.: Алгоритм, 2004. — 528 с.
12. Кондаков, И.М. Психологический словарь [Электронный ресурс] / И.М. Кондаков. М., 2000. — Режим доступа: http://psychology.academic.ru/5489. — Дата доступа: 30.04.2015.
13. Медиасфера Беларуси. Социологический аспект [Электронный ресурс]. — Минск, 2014. — Режим доступа:

http://iac.gov.by/sbornik/Mediasfera_Belarusi.pdf. — Дата доступа: 30.04.2015.

14. Ожегов, С.И. Толковый словарь русского языка / С.И. Ожегов, Н.Ю. Шведова. — 4-ое изд. — М.: Азбуковник, 1997. — 944 с.
15. Олешко, В.Ф. Психология журналистики. Учебное пособие / В.Ф. Олешко. — СПб.: Издательство Михайлова В.А., 2006. — 240 с.
16. Пацлаф, Р. Застывший взгляд. Физиологическое воздействие телевидения на развитие детей / Р. Пацлаф. — М.: Evidentis, 2003. — 164 с.
17. Позитивные и негативные эмоции [Электронный ресурс]. — М., 2014. — Режим доступа: http://www.psychologos.ru/articles/view/pozitivnye_i_negativnye_emocii. — Дата доступа: 30.04.2015.
18. Толковый словарь русского языка / Д.В. Дмитриев [и др.]; под общей редакцией Д.В. Дмитриева. — М.: АСТ, 2003. — 1582 с.
19. Томенко: Изъятие из законодательства понятия «негативная информация» поможет работе журналистов [Электронный ресурс]. — Киев, 2013. — Режим доступа: http://censor.net.ua/news/229924/tomenko_izyatie_iz_zakonodatelstva_ponyatiya_negativnaya_informatsiya_pomojet_rabote_jurnalistov. — Дата доступа: 30.04.2015.
20. Филатова, О.Г. Социология массовой коммуникации / О.Г. Филатова. — М.: Гардарики, 2006. — 304 с.
21. Фомичева, И.Д. Социология СМИ: учебное пособие для студентов вузов / И.Д. Фомичева. — М.: Аспект Пресс, 2007. — 335 с.
22. Харрис, Р. Психология массовых коммуникаций / Р. Харрис. — СПб.: прайм-ЕВРОЗНАК, 2001. — 448 с.
23. Хлебодарова, О.Д. Общая характеристика ценностей человека, их роль и место в структуре личности / О.Д. Хлебодарова // Молодой ученый. — 2012. — №6. — С.357-361.
24. Ценность [Электронный ресурс]. — М., 2013. — Режим доступа: http://psychology.net.ru/dictionaries/psy.html?word=1098. — Дата доступа: 30.04.2015.
25. Черных, А.И. Социология массовых коммуникаций: учебное пособие / А.И. Черных. — М.: ГУ ВШЭ, 2008. — 451 с.
26. Эмпатия [Электронный ресурс]. — Режим доступа: https://ru.wikipedia.org/wiki/Эмпатия. — Дата доступа: 30.04.2015.
27. «Амплитуда». Информационные войны вокруг Евромайдана и Олимпиады - результат эмоционального накала журналистов, но не

ситуации [Электронный ресурс]. — Минск, 2015. — Режим доступа: http://news.tut.by/society/386374.html. — Дата доступа: 30.04.2015.
28. «Дай вам Бог здоровья решать вопросы, которые от нас идут!» О чем просят люди Семена Шапиро [Электронный ресурс]. — Минск, 2015. — Режим доступа: http://news.tut.by/society/449161.html. — Дата доступа: 30.04.2015.
29. «Списывать не давал». В день встречи выпускников Михаил Мясникович навестил родную школу [Электронный ресурс]. — Минск, 2015. — Режим доступа: http://news.tut.by/society/434779.html. — Дата доступа: 30.04.2015.
30. «Экономика на пальцах». Внешние факторы показывают, что кризис может продлиться два года [Электронный ресурс]. — Минск, 2015. — Режим доступа: http://news.tut.by/economics/434330.html. — Дата доступа: 30.04.2015.
31. «Эсеры» защитят россиян от показа катастроф по ТВ [Электронный ресурс]. — М., 2012. — Режим доступа: http://izvestia.ru/news/541220. — Дата доступа: 30.04.2015.
32. «Я уже везде писала. Только на вас надежда осталась». Зачем люди ходят на разговор к вице-премьеру [Электронный ресурс]. — Минск, 2015. — Режим доступа: http://news.tut.by/society/448825.html. — Дата доступа: 30.04.2015.
33. WARNING, EXTREMELY GRAPHIC VIDEO: ISIS burns hostage alive [Электронныйресурс]. — 2015. — Режимдоступа: http://video.foxnews.com/v/4030583977001/warning-extremely-graphic-video-isis-burns-hostage-alive/?#sp=show-clips. — Датадоступа: 30.04.2015.
34. Архив новостей [Электронный ресурс]. — Минск, 2015. — Режим доступа: http://news.tut.by/archive. — Дата доступа: 30.04.2015.
35. Архив новостей [Электронный ресурс]. — Минск, 2015. — Режим доступа: http://naviny.by/archive. — Дата доступа: 30.04.2015.
36. Беженка из Славянска вспоминает, как при ней казнили маленького сына и жену ополченца [Электронный ресурс]. — М., 2014. — Режим доступа: http://www.1tv.ru/news/world/262978. — Дата доступа: 30.04.2015.
37. В Бобруйске водитель автобуса засунул руку в механизм стеклоочистителя. Потребовалась помощь МЧС [Электронный ресурс]. — Минск, 2015. — Режим доступа: http://auto.tut.by/news/accidents/376194.html. — Дата доступа: 30.04.2015.

38. В деревне, где старики и дети воевали с МАЗами, наводят порядок. Жители: «Ощущение, что для галочки» [Электронный ресурс]. — Минск, 2015. — Режим доступа: http://auto.tut.by/news/road/449291.html. — Дата доступа: 30.04.2015.
39. Велосипедист погиб от удара молнии в Столинском районе [Электронный ресурс]. — Минск, 2015. — Режим доступа: http://news.tut.by/accidents/450055.html. — Дата доступа: 30.04.2015.
40. Во Франции бывшие заложники исламиста Кулибали подали в суд на СМИ [Электронный ресурс]. — М., 2015. — Режим доступа: lenta.ru/news/2015/04/03/hostages_sue/. — Дата доступа: 30.04.2015.
41. Возле столичной школы №23 Porsche Cayenne насмерть сбил 9-летнего ребенка [Электронный ресурс]. — Минск, 2012. — Режим доступа: http://auto.tut.by/news/accidents/320324.html. — Дата доступа: 30.04.2015.
42. Вспомнить все: как на валютный ажиотаж реагировали чиновники, население и курсы в обменниках [Электронный ресурс]. — Минск, 2015. — Режим доступа: http://finance.tut.by/news434645.html. — Дата доступа: 30.04.2015.
43. Девушек, танцевавших у мемориала "Малая земля", арестовали на 15 суток [Электронный ресурс]. — М., 2015. — Режим доступа: www.mk.ru/social/2015/04/25/devushek-tancevavshikh-u-memoriala-malaya-zemlya-arestovali-na-15-sutok.html. — Дата доступа: 30.04.2015.
44. Дело об убийстве лучницы: 4-летнего сына убитой допросили в суде. Приговор огласят 11 февраля [Электронный ресурс]. — Минск, 2014. — Режим доступа: http://news.tut.by/society/385679.html. — Дата доступа: 30.04.2015.
45. Дело об убийстве Соломатиной [Электронный ресурс]. — Минск, 2015. — Режим доступа: http://news.tut.by/tag/1883-delo-ob-ubiystve-solomatinoy.html?utm_source=news-bottom-block&utm_medium=news-tags&utm_campaign=news-tags. — Дата доступа: 30.04.2015.
46. Журналисты Первого отвечают на обвинения во лжи в связи с сюжетом про убийство ребенка в Славянске [Электронный ресурс]. — М., 2014. — Режим доступа: http://www.1tv.ru/news/about/274369. — Дата доступа: 30.04.2015.
47. Информационная война между Минском и Москвой [Электронный ресурс]. — Минск, 2015. — Режим доступа: http://naviny.by/popular/ic_popular_240_175/popular-0-50/. — Дата доступа: 30.04.2015.
48. Информация о закрытии магазинов вызвала больший интерес, чем кризис [Электронный ресурс]. — Минск, 2015. — Режим доступа:

http://euroradio.fm/ru/informaciya-o-zakrytii-magazinov-vyzvala-bolshiy-interes-chem-krizis. — Дата доступа: 30.04.2015.
49. Как белорусы пережили ажиотаж: Ради любимой тещи я готов простоять в очереди 4 часа [Электронный ресурс]. — Минск, 2014. — Режим доступа: http://finance.tut.by/news428866.html. — Дата доступа: 30.04.2015.
50. Лукашенко: сегодня идет жесточайшая конкуренция за передел мира [Электронный ресурс]. — Минск, 2015. — Режим доступа: http://naviny.by/rubrics/politic/2015/01/29/ic_news_112_453195/. — Дата доступа: 30.04.2015.
51. Мнение. Юлия Чернявская. “Отживший материал”, или За три пачки масла [Электронный ресурс]. — Минск, 2015. — Режим доступа: http://news.tut.by/society/434763.html. — Дата доступа: 30.04.2015.
52. Наркоманы испортили статистику по ВИЧ [Электронный ресурс]. — Минск, 2015. — Режим доступа: http://naviny.by/rubrics/society/2015/05/20/ic_articles_116_188924/. — Дата доступа: 30.04.2015.
53. Нацгвардейцы со шприцами сделали из донецкого мальчика мишень для ракет [Электронный ресурс]. — М., 2014. — Режим доступа: http://www.ntv.ru/novosti/1258211/?fb#ixzz3bhcIY3GB. — Дата доступа: 30.04.2015.
54. Отбиться от сноса: жители улицы Вильямса объединяются с жителями других районов частной застройки [Электронный ресурс]. — Минск, 2015. — Режим доступа: http://realty.tut.by/news/offtop-realty/449257.html. — Дата доступа: 30.04.2015.
55. Регионы накрывает паника [Электронный ресурс]. — М., 2014. — Режим доступа: http://www.gazeta.ru/social/2014/12/17/6350229.shtml. — Дата доступа: 30.04.2015.
56. Республика Беларусь в зеркале социологии [Электронный ресурс]. — Минск, 2014. — Режим доступа: http://iac.gov.by/sbornik/007.pdf. — Дата доступа: 30.04.2015.
57. Селфи стало причиной крушения самолета Cessna 150K [Электронный ресурс]. — Минск, 2015. — Режим доступа: http://42.tut.by/434197. — Дата доступа: 30.04.2015.
58. Ситуация вокруг телеканала "Дождь" [Электронный ресурс]. — М., 2014. — Режим доступа: http://ria.ru/trend/tv_tain_scandal_280182014/. — Дата доступа: 30.04.2015.
59. Следственный комитет нашел «развратные действия» в танце оренбургских «пчелок» [Электронный ресурс]. — М., 2015. — Режим доступа:

http://tvrain.ru/news/sledstvennyj_komitet_nashel_razvratnye_dejstvija_v-385703/. — Дата доступа: 30.04.2015.
60. Социальная напряженность на рынке труда Беларуси выросла в 4 раза [Электронный ресурс]. — Минск, 2015. — Режим доступа: http://finance.tut.by/news449230.html. — Дата доступа: 30.04.2015.
61. Спасатели достали мужчину из мусоропровода [Электронный ресурс]. — Минск, 2015. — Режим доступа: http://news.tut.by/accidents/448806.html. — Дата доступа: 30.04.2015.
62. Трагедия на улице Гая в Минске [Электронный ресурс]. — Минск, 2014. — Режим доступа: http://auto.tut.by/tag/1853-tragediya-na-ulice-gaya-v-minske.html?utm_source=news-bottom-block&utm_medium=news-tags&utm_campaign=news-tags. — Дата доступа: 30.04.2015.
63. Чему научила Беларусь информационная война? [Электронный ресурс]. — Минск, 2015. — Режим доступа: bdg.by/news/politics/29819.html. — Дата доступа: 30.04.2015.

ДАДАТАК А

Праграма кантэнт-аналітычнага даследавання тэматычнага профілю інфармацыйных інтэрнэт-выданняў Беларусі

Аб’ект даследавання – інфармацыйныя інтэрнэт-выданні Беларусі: партал TUT.BY(news.tut.by)і праект інфармацыйнага агенцтва БелаПАН - Naviny.by.

Прадмет даследавання – кантэнт негатыўнага характару.

Генеральная сукупнасць матэрыялаў – архівы пералічаных інфармацыйных выданняў за перыяд з 1 студзеня па 30 красавіка гэтага году (чатыры месяцы).

Элементы генеральнай сукупнасці кантэнт-аналітычнага даследавання – артыкулы, пад якімі разумеюцца журналісцкія публікацыі, незалежна ад жанру, апублікаваныя ў вышэй узгаданых выданнях і за пэўны прамежак часу. Мінімальны аб’ём матэрыялу, які дазваляе класіфікаваць яго як артыкул, не устанаўліваецца.

Адзінка аналізу – асобны матэрыял.

Адзінка ліку – кожны матэрыял, уключаны ў папуляцыю выбаркі.

Тып выбаркі – шматступенчатая сістэматычная выбарка.

На першым этапе шляхам поўнага адбору вылучаюцца ўсе дні з архіву навін за пазначаны перыяд. На другім этапе, мы падзяляем для разнастайнасці аналізу (каб пазбегнуць уплыву такіх фактараў, як аднолькавая інфармацыйная павестка) для кожнага выдання перыяд у два месяцы (пры гэтым месяцы ідуць не адзін за адным, а перамяжоўваюцца з перыядамі для аналізу іншага выдання). На трэцім этапе мы сярод агульнай колькасці дзён месяцу абіраем для аналізу па кожным выданні падборку навін за кожны дзень праз два дні. Такім чынам, у нас канструюецца набор розных дзён тыдню, што ўлічвае розніцу ў інфармацыйным насычанні ў будні і выходныя.

Мэта аналізу – вызначыць, якую часціну ад агульнай колькасці ўсіх матэрыялаў складае кантэнт негатыўнага характару. Акрамя таго – вызначыць, у якім аб’ме прадстаўленыя розныя яго віды.

Дадатковая інфармацыя. Для прагляду навін за вызначаны перыяд выкарыстоўваюцца архівы матэрыялаў анлайн-выданняў. Для TUT.BY – архіў news.tut.by/archive [40] і архіў naviny.by/archive–для Naviny.by[41].

Тып выдання: tut.by – рэспубліканскі, naviny.by– рэспубліканскі.

Форма маёмасці: tut.by – недзяржаўная, naviny.by – недзяржаўная.

Колькасць унікальных наведнікаў за апошні месяц (карыстальнікі, якія наведалі сайт хаця б адзін раз): tut.by – 3 млн 746 тысяч, naviny.by – 420 тысяч.

Колькасць праглядаў старонак (сумарная колькасць зваротаў да старонак дадзенага сайта ўсімі наведнікамі): tut.by – 49 млн 282 тысячы, naviny.by – 2 млн 608 тысяч.

Катэгорыі кантэнт-аналізу:

1) Від кантэнта негатыўнага характару: 1) “жорсткасць, агрэсія, гвалт; смерць”; 2) “палітычныя ўзрушэнні”; 3) “траўмы, фізічныя недахопы, адхіленні, хваробы, смерць”; 4) “прыродныя бедствы, катастрофы”; 5) “надзвычайныя сітуацыі: транспартныя здарэнні, няшчасныя выпадкі”; 6) “тэхнагенныя катастрофы”; 7) “грамадскія праблемы”; 8) “эканамічная праблематыка”.
2) Дата публікацыі.
3) Колькасць матэрыялаў агульная за суткі.
4) Колькасць матэрыялаў негатыўнага характару за суткі.