

В блогосфере «гражданский журналист» в основном базируется на своем рейтинге в числе зарегистрированных пользователей, при этом зачастую можно обнаружить видимую дифференциацию: автор (много материалов и его больше читают) – читатель (меньше рейтинг и читает больше он). В социальной сети соотношение медиамейкер – читатель может измениться в любой момент. Сегодня у обладателя заурядного аккаунта нет ни одной записи на стене и 100 человек в друзьях, а завтра он становится очевидцем невероятного события, пишет пост и набирает тысячи репостов со своей страницы за сутки. При этом, согласно проведенному нами социологическому исследованию, третья часть опрошенных готова испытать доверие к любому пользователю вне зависимости от характеристик его аккаунта и его личности, если запись вызовет интерес. Данный вопрос характеристики медиамейкера социальной сети нуждается в дальнейшем более подробном изучении, что, прежде всего, актуально с точки зрения медиабезопасности и рисков медиапотребления пользователей.

#### *Литература*

1. Браславец, Л. А. Социальные сети как средство массовой информации: к постановке проблемы / Л. А. Браславец // Вестник ВГУ. Серия Филология. Журналистика–2009. – № 1. – С. 125–132.
2. Морозова, Е. И. Путь Web2.0: от унификации с дифференциации и обратно / Е. И. Морозова // Информационные технологии в жизни современного человека: материалы Междунар. науч.-практ. конф. (17 апреля 2013 г.) /отв. ред. А. А. Зарайский. – Саратов: Издательство ЦПМ «Академия Бизнеса», 2013. – С. 91–94.
3. Хлебникова, Н. В. Citizen Journalism: History of the Term / И. В. Хлебникова // Медиаскоп: электронный научный журнал факультета журналистики МГУ им. М. В. Ломоносова [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.mediascope.ru/node/896#63>. – Дата доступа 08.09.2016.

**Елена Немчинова (Юдина)**

*Челябинский государственный университет  
(Россия)*

### **СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ И СМИ: ЭФФЕКТЫ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ**

Сегодняшнее мировое сообщество сложно представить без того или иного воздействия социальных сетей. Причем это воздействие не всегда является благотворным, а некоторые исследователи и вовсе опасаются,

что повальное распространение новых медиа может угрожать привычным средствам массовой информации. «С бурным ростом социальных сетей и их влияния на публичную сферу значимость института СМИ как «четвертой власти» стала подвергаться сомнению и в российских, и в зарубежных исследованиях» [1, с. 95].

Распространение социальных сетей, различных сообществ внутри них, появление гражданской журналистики – следствием всего этого является более быстрая передача информации общественности, за которой порой не успевают даже интернет-СМИ, не говоря уже и о традиционных, которые по своей оперативности уступают сетевым изданиям. В ходе этих процессов современные средства информации предприняли попытку взаимодействия с социальными сетями: создание сообществ и групп не только оказалось неотъемлемым шагом дальнейшего функционирования СМИ, но и создало новую форму обратной связи с аудиторией. Комментарии – не просто способ выявить уровень заинтересованности СМИ, увидеть гражданский активизм, а способ обнаружить те болевые точки, которые волнуют общество больше всего. Появление СМИ в социальных сетях сделало контакт между человеком и властью несколько проще и доступнее.

Тенденции современности побуждают СМИ к созданию как групп и сообществ для канала / радиостанции / газеты, так и для отдельных программ. Одной из таких программ является «Активация» на радиостанции «Вести ФМ – Челябинск». Это утреннее информационное шоу, суть которого заключается в том, что каждый будний день в течение часа в прямом эфире происходят обсуждение главных новостей и разговор на актуальную, общественно значимую тему. Ведущие шоу приглашают в студию важных лиц города, способных ответить на волнующие горожан вопросы. Каждый человек не только может позвонить в прямой эфир и рассказать свою историю, но и заранее задать вопросы в специально созданной группе «ВКонтакте». Как правило, сильную реакцию вызывают встречи с мэром Челябинска, под этим записями всегда много вопросов. Горожане задают самые насущные для города вопросы и, самое главное, получают на них ответы.

Премьер-министр России Д. Медведев назвал «интернет в целом и социальные сети в частности <...> элементом общей человеческой культуры» [2], объясняя, что рано или поздно исчезнут СМИ, которые не смогли найти себя в социальных сетях. На наш взгляд, в условиях эпохи Web 2.0, социальные сети и СМИ должны устанавливать такую взаимосвязь, которая смогла бы благотворно влиять на функционирование

как одной, так и другой системы. Ведь социальные сети и журналистика по сей день остаются достаточно мощными механизмами по формированию общественного мнения и сознания, а значит, им необходимо находить общий язык.

#### *Літэратура*

1. Джазоян, А. Е. Иллюзия «пятой власти»: как социальные сети модернизируют журналистику / А. Е. Джазоян // Ученые записки Забайкальского гос. ун-та. Сер. Филология. История. Востоковедение. – 2014. – № 2. – С. 93–100.
2. Президент прогнозирует исчезновение СМИ, не нашедших места в интернете [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.vesti.ru/doc.html?id=440425>. – Дата доступа: 08.09.2016.

**Таццяна Падаляк**

*Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт*

### **АКСІЯЛОГІЯ БЕЛАРУСКАЙ ЖУРНАЛІСТЫКІ: КАШТОЎНАСНЫЯ КРЫТЭРЫІ МЕДЫЯ**

На працягу апошніх дзесяцігоддзяў журналістыка вывучалася разнаветкара: з пункту гледжання тэорыі і метадалогіі, тэхналогіяў творчасці, гісторыі, жанравай сістэмы, лінгвістыкі і г. д. У XXI ст. усё больш актуалізуецца аксіялагічны, каштоўнасны ракурс даследавання – прычым не толькі ў журналістыцы, а ў навуцы наогул. Падставы для гэтага відавочныя. Інфармацыйна-камунікатыўныя тэхналогіі (ІКТ), працэсы глабалізацыі садзейнічаюць таму, што прадметам дынамічных змен становіцца фундаментальны каркас сацыяльнасці – каштоўнасці. Як вядома, менавіта каштоўнасці праграмуюць культуру, аднак парадаксальнасць сучаснай сітуацыі заключаецца ў тым, што ўсё часцей дывергенцыя выяўляецца непасрэдна ў сферы каштоўнасцей і сэнсаў, фундаментальнага экзістэнцыяльнага выбару.

Каштоўнасці, найважнейшыя сродкі падтрымання цэласнасці і ўстойлівасці грамадства, з'яўляюцца прадметам вывучэння аксіялогіі (ст.-грэч. *αξία* – каштоўнасць) – сацыяльна-філасофскай тэорыі, якая апошнім часам актыўна распрацоўваецца, тэарэтычна абгрунтоўваецца ў навуковай літаратуры на прадмет канцэптualaнага адзінства і катэгорыяльнага ўвасаблення. Для журналістыкі аксіялогію як інавацыйную сістэму ведаў правамерна разглядаць у якасці своеасаблівага маральнага кампаса, што вызначае адекватную траекторыю сацыяльных паводзін і дзейнасці ва ўмовах мадэрнізацыі сучаснага грамадства.