

ИССЛЕДОВАНИЕ ПУТИ РАСПРОСТРАНЕНИЯ НОВОСТЕЙ С ТОЧКИ ЗРЕНИЯ ПЛАТФОРМЫ КОСМОПОЛИТИЗМА

Ляо Мэнфань

*Белорусский государственный университет,
ул. Кальварийская, 9, 220004, г. Минск, Республика Беларусь,
565939463@qq.com*

*Научный руководитель – М. А. Вальковский,
кандидат филологических наук, доцент*

В этом материале рассматриваются пути распространения новостей с точки зрения платформы космополитизма. Включая теоретическое исследование платформы космополитизма, а также разграничение и исследование пути распространения новостей с позиции платформы космополитизма и традиционного пути распространения новостей.

Ключевые слова: сетевая платформа; платформы космополитизма; путь распространения новостей.

RESEARCH ON NEWS DISSEMINATION FROM THE PERSPECTIVE OF PLATFORM OF COSMOPOLITANISM

Liao Mengfan

*Belarusian State University,
9, Kalvariyskaya Str., 220004, Minsk, Republic of Belarus
Corresponding author: Liao Mengfan (565939463@qq.com)*

*Research advisor – M. A. Valkovsky, candidate of Philology,
associate professor*

This material examines news dissemination from the perspective of platform of cosmopolitanism. The author makes the theoretical research of the platform of cosmopolitanism, as well as comparison of news dissemination from the perspective of platform of cosmopolitanism and traditional approach.

Key words: online platform; platform of cosmopolitanism; news dissemination paths.

С ростом популярности цифровых коммуникационных технологий и платформенной экономической модели традиционные медиа постепен-

но трансформируются в платформенные медиа. Однако дифференциация между сетевой структурой и участниками платформы привела к противоречиям и конфликтам интересов, что усугубило сложность и неопределенность распространения информации. В результате китайский ученый Ши Аньбинь предположил, что международное общение переходит от «этноцентризма» (ethnocentrism) к «платформенному космополитизму» (platform cosmopolitanism) [1].

Постоянно появляются новые коммуникационные технологии, приводящие к серьезным изменениям в информационно-коммуникационных средах, они изменили глобальную информационную сеть и международное информационное пространство [2]. Платформа – основанная на данных интерактивная цифровая инфраструктура с отдельными лицами, организациями и государственными учреждениями в качестве основных участников [3], является настоящим «глобальным медиа» (global media).

Платформа включает в себя процесс цифровой информации и социального взаимодействия и является центром глобального сбора и распространения информации. Согласно статистике, по состоянию на 2022 год количество пользователей социальных сетей в интернете во всем мире достигло 4,62 млрд. По сравнению с 3,46 млрд в 2019 году (до пандемии ковида), количество пользователей интернета во всем мире возросло на 33,5 %, а среднее ежедневное время онлайн-пользователей увеличилось на 20 минут в день (5 %) [4]. Большая часть этого трафика приходится на платформы социальных сетей и платформы видеогиг.

С макроперспективы платформенные медиа имеют естественные преимущества в слиянии информационных ресурсов, а также играют важную роль в практике внешней коммуникации. «Платформенный космополитизм» подчеркивает использование логики платформенных медиа для изучения космополитизма. Он отличается от неупорядоченности и спонтанности «виртуального космополитизма» (virtual cosmopolitanism), при платформенном космополитизме множество субъектов из разных стран и регионов участвуют в диалоге и общаются друг с другом на равных, образуя своего рода «у меня есть ты, у тебя есть я» глобальную коммуникационную систему.

С микроперспективы изменения, внесенные платформой в традиционные медиа, касаются не только технического уровня. Что касается общения, то платформа существует в виде данных, а его форма общения – «массовое межличностное общение» (mass interpersonal communication). То есть платформенные медиа превзошли по широте массовую межличностную коммуникацию, онлайн-аудитория является не только получателем информации, но и предустановленной персонифицированной аудиторией

платформы [5], а также выступает «привратником» платформенных медиа. Таким образом, международное распространение информации на основе платформ превратилось в процесс взаимной интеграции и игры между пользователями платформ, такими как правительства, лидеры общественного мнения в интернете и медиаорганизации.

Традиционные новости обычно представляют собой информационные сообщения в газетах, аудиовизуальных СМИ. Следует отметить, что до рождения интернета не существовало такого понятия или термина, как традиционные новости. Поскольку развитие интернета привело к революционным изменениям во всей экологической структуре СМИ, люди постепенно позиционировали или называли «традиционные новости» типом новостей, предшествующим интернету. Традиционный путь распространения новостей относительно однообразен с точки зрения выражения и взаимодействия, тогда как платформенные медиа в процессе развития ослабили национальные границы [1], способствуя трансформации международного распространения информации из «монологического» в «диалоговый» режим.

Путь распространения новостей с точки зрения платформенного космополитизма постепенно изменился от традиционной односторонней коммуникации с низкой обратной связью – к форме коммуникации, которая сочетает в себе разнонаправленную интерактивную коммуникацию и целенаправленную индивидуализированную коммуникацию.

Разнонаправленный интерактивный коммуникационный путь предоставляет новостной аудитории пространство для самостоятельного выбора, и аудитория перешла от пассивного получения новостной информации к активному поиску и участию в обсуждении новостного контента. Многонаправленное интерактивное распространение является активной формой взаимодействия. Однако поскольку «медиаплатформа» не очень хороша в производстве новостного контента, ее преимущество заключается в распространении информации. Поэтому контроль над производством контента не сильный. Согласно последнему опросу Statista в 2022 году, доверие пользователей глобальной сети к новостям в социальных сетях упало до 35 % [6]. В отчете «Обзор и основные выводы отчета о цифровых новостях за 2022 год», опубликованном Reuters Research, в среднем только 42 % людей на 46 рынках по всему миру согласны с тем, что они могут доверять «большинству новостей большую часть времени» [7], а новостная информация на социальных платформах занята разного рода ложной информацией, что значительно ослабляет доверие людей к новостям. Более того, «интерактивное пространство», созданное платформенными медиа, не реализовало в полной мере информационную демократию. Среди различных платформ Google, Instagram, Facebook и Twitter стали важными

каналами распространения новостей из-за их огромной пользовательской базы. Многие технологические компании, представленные ими, контролируют право людей выбирать новости. Обладая сильными рыночными позициями, они быстро утвердили новый набор журналистских правил. Поможет ли это новое правило пользователям осуществить свободную и гармоничную жизнь или ограничить среду обитания людей информационным коконом и внедрить технологическое правило, это вопрос, который предстоит определить.

Что касается целенаправленной и индивидуализированной коммуникации, этот канал коммуникации адаптирует коммуникационный контент в соответствии с их предпочтениями, удовлетворяя потребности конкретной аудитории. Однако из-за того что он слишком таргетирован, контент высокопрофессионален, и существуют определенные трудности при чтении для обычной аудитории, не относящейся к этой смежной отрасли.

Коммуникационный путь новостей с точки зрения платформенного космополитизма – это коммуникативный путь, который сочетает в себе разнонаправленную интерактивную коммуникацию и целенаправленную индивидуализированную коммуникацию. Характеристика заключается в том, что на основе целевого и индивидуального общения с учетом методов выражения и логики выражения различных платформ в полной мере используются преимущества многонаправленного интерактивного общения и улучшается его собственная экспозиция и удобочитаемость.

Библиографические ссылки

1. *Ши Анбин*. Тонг Тонг: Подъем теории и практики межкультурной коммуникации с точки зрения платформенного космополитизма / Китай: Исследования межкультурной коммуникации. 2021. № 1. С. 31–50.
2. *Morley D., Robins K.* Spaces of Identity: Global Media, Electronic Landscapes and Cultural Boundaries London: Routledge. 1995.
3. *Srnicek Nick.* Platform capitalism / John Wiley & Sons. 2017.
4. DIGITAL 2022: GLOBAL OVERVIEW REPORT [Electronic resource]. URL: <https://datareportal.com/reports/digital-2022-global-overview-report> (data of access: 20.11.2022).
5. *Вэй Лу*. Цинь Сюань: Новые концепции, новые теории и новые модели исследований в области международной новостной коммуникации / Китай: Современная коммуникация. 2022. № 3. С. 11–17.
6. Social media as a news source worldwide 2022 [Electronic resource]. URL: <https://www.statista.com/statistics/718019/social-media-news-source/> (data of access: 03.12.2022).
7. Overview and key findings of the 2022 Digital News Report [Electronic resource]. URL: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2022/dnr-executive-summary> (data of access: 09.12.2022).