

КАТЕГОРИЯ ИНСТИТУЦИОНАЛЬНОСТИ В ЖУРНАЛИСТИКЕ

В. И. Ивченко

*Белорусский государственный университет,
ул. Кальварийская, 9, 220004, г. Минск, Республика Беларусь,
diskurs03@mail.ru*

Рассматриваются вопросы институциональности журналистики на фоне нарастания коммуникативных рисков, особенностей медиапроизводства контента как информационно-коммуникационного продукта; методологии научного познания практической деятельности, направленной на исследование инструментов взаимодействия субъектов общественных отношений.

Ключевые слова: институциональный подход; контент; фактчекинг; медиапространство; информационный порядок.

CATEGORY OF INSTITUTIONALITY IN JOURNALISM

V. I. Ivchenkov

*Belarusian State University,
9, Kalvariyskaya Str., 220004, Minsk, Republic of Belarus
Corresponding author: V. I. Ivchenkov (diskurs03@mail.ru)*

The issues of institutionalization of journalism are considered against the backdrop of increasing communication risks, features of media production of content as an information and communication product; methodology of scientific knowledge of practical activities aimed at studying the tools of interaction between subjects of social relations.

Key words: institutional approach; content; fact checking; media space; information order.

В последние десятилетия в теорию журналистики активно внедряются институциональные исследовательские методологии, что вызвано кардинально новым взглядом на происходящее в медиапроизводстве,

на профессиональный статус журналиста и, главное, на ту роль, которую играет журналистика в начинающемся постинформационном укладе жизни. Если информационная эпоха породила автоматизацию процесса создания, передачи, структурирования, управления, анализа и потребления, упаковки медиаконтента, то что смогут нейросети? В современном обществе господствуют информационные технологии, в новообразующемся – будут царить ИИ-системы. В нем еще больше будет производиться информации, но этим в основном будет занят искусственный интеллект и ничтожно малая часть людей.

Журналистике предначертано институализироваться: «Путь к преодолению упрощенного понимания журналистики в технократическом ключе лежит через глубокое осмысление ее идентичности как социального института. Именно такая методология открывает существенные характеристики, которые при иных подходах неразличимы за покровом конъюнктурных случайностей и технологических подробностей» [1, с. 111]. Институциональность журналистики предполагает выведение ее многочисленных составляющих в исследовательское поле. Так, в докторской диссертации О. В. Лушинской в гиперо-гипонимической парадигме новой журналистики определена специфика формирования институционального статуса дискурса конвергентных средств массовой коммуникации в условиях медиаконвергенции [3]. А. В. Потребин справедливо замечает: «Как доказывают научно-теоретические источники в Беларуси, России и других странах за последние 15 лет, институциональный подход продуктивен как для понимания профессиональных творческих практик, так и при анализе медиасистем и медиаиндустрии» [4, с.17]. И далее: «При относительной неформальности журналистики как социального института ей присущи очень устойчивые институциональные основы... [4, с.18]. Такие подходы очень своевременны и ожидаемы. Появляются новые области, которые требуют применения методологии научного познания практической деятельности, направленной на исследование инструментов взаимодействия субъектов общественных отношений, квалификации их при соблюдении формальных и неформальных правил, а также оценки эффективности структур и институтов, которые по своему предназначению регулируют практику повседневной деятельности и в то же время получают импульсы развития из практики общественной жизни.

Внедрение интернета оказало кардинальное влияние на коммуникацию, которая стала двунаправленной – от производителя контента к его

потребителю. IT-продукт приобретает неуловимые черты, экстраполирующие его в виртуальное (потенциально фальшивое) событие, сконструированное ИИ-технологиями. В связи с этим особую актуальность приобретает проверка на соответствие действительности как информации, представленной в медиапространстве, так и самого пользовательского контента, несмотря на символическое его обозначение (использование специального символа – галочки верификации, которая означает, что аккаунт проверен соцсетью и что его действительно ведет организация или человек, который представлен в аккаунте).

Верификации информации стала вызовом для современной журналистики. Возникла базовая платформа реализации институционального процесса: а) наличие неотложной потребности, удовлетворение которой требует совместных действий всего социума; б) формирование общественных целей и обновление норм, в частности правовых, для обеспечения взаимодействия субъектов медиакommunikации; в) необходимость установления системы сдерживающих барьеров в целях обеспечения коммуникативной безопасности, а именно соблюдение норм и правил дистрибуции пользовательского контента. Постановке данной проблемы, не нашедшей до недавнего времени в отечественной теории журналистики своевременного решения, и введение ее в разряд задач государственной значимости посвящена диссертационная работа белорусского ученого И. А. Королева [2]. В ракурс внимания молодого исследователя вошли задачи системного и комплексного изучения методов, инструментов верификации информации как базового элемента предотвращения массового распространения недостоверных сведений в медиапространстве.

Доступ к источникам информации в прошлом веке был облегчен в силу неразвитого инструментария как введения в журналистский материал лжи, подлога, так и его вскрытия, фактического распознавания. Действовали традиционные механизмы работы с источниками. В новом информационном порядке процессы верификации по-прежнему опираются на инструментарий традиционных медиа и включают сбор, обработку и распространение информации, однако они (процессы) прирастают возможностями цифровых ресурсов. Верификация информации включает как привычные инструменты (звонок, поиск первоисточника, поиск альтернативного источника и т. д.), так и возникшие относительно недавно благодаря возможностям интернета (проверка подлинности аккаунта в социальных сетях, анализ метаданных, вери-

фикация локальная, темпоральная и объектная, например, создания видео и т. д.). В новой веб-среде, как показывают последние десятилетия, возникает необходимость проверять не только источник информации, но и сам контент, подлинность его содержания, особенно если речь идет о пользовательском контенте.

В борьбе за внимание аудитории, а отсюда и за монетизированный комфорт, применяются а) привлекательная упаковка контента, б) развлекательная режиссура материала, сконструированная в результате анализа медиаизмерителей, в) трансмедийные тактики продвижения медиапродуктов на удобных для аудитории площадках, г) конкуренция с нежурналистским контентом. Последний вектор имеет особое значение в процессе институционализации и указывает на полярные расположения а) массовости и б) персонифицированности инфопродукта: сопоставление информационно-коммуникационной деятельности с соответствующими требованиями или спецификациями, подтверждение соответствия путем проверки и обеспечение доказательств того, что заданные требования выполнены.

На X Форуме молодых журналистов «Журналистика сегодня: территория ответственности» министр информации Владимир Перцов констатировал: «Наши оппоненты ведут агрессивную информационную политику по завоеванию сердец и умов молодых людей, которые, листая ленту соцсетей, не всегда могут отделить правду от неправды. Особенно это положение опасно сейчас, когда скорость превалирует над качеством, над фактчекингом, к которому мы еще недавно так рьяно прибегали и не выдавали информацию, предварительно ее не проверив. Сегодня, пользуясь коварными алгоритмами соцсетей, оппоненты ведут достаточно агрессивную работу по продвижению своей информации, которая ни на чем не основана, но, тем не менее, вызывает негативные эмоции у людей, побуждающие их совершать проступки» (<https://www.belta.by/society/view/pertsov-my-derzhim-informpovestku-no-protiv-nas-rabotaet-serjeznaja-tehnologichnaja-mashina-s-605382-2023/>).

Проверка информации становится самостоятельным и существенным звеном в деятельности журналистов и СМИ. Идет бурное развитие индустрии фактчекинга, что предполагает его институционализацию в журналистике. Последнее потребовало научного осмысления сущностных свойств факта в журналистике, таких как дискретность, достоверность, принципиальная верифицируемость и гносеологический характер. Обращение к данной проблематике открывает перспек-

тивы к институциональному формированию новой исследовательской области в теории и практике журналистики с точки зрения научного осмысления сущностных свойств факта в журналистике.

Библиографические ссылки

1. *Корконосенко С. Г.* Журналистика в модусе культуры: институциональный взгляд // Социально-гуманитарные знания. 2020. № 4. С. 109–119 .
2. *Королев И. А.* Верификация информации в журналистике: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.01.10 / И. А. Королев; Белорус. гос. ун-т. Минск. 2023. 24 с.
3. *Луцинская О. В.* Дискурс конвергентных средств массовой коммуникации: теория, методология и современное моделирование. Минск : БГУ. 2021. 271 с
4. *Потребин А. В.* Журналистика и медиалогия: институциональные аспекты синтеза наук, изучающих СМИ // Журнал Белорусского государственного университета. Журналистика. 2022. №1. С. 12–21.