

Для научного исследования в области истории журналистики особое значение имеет аналитический инструментарий IA, который создавался в парадигме Big Data (Больших данных) – серии подходов, инструментов и методов обработки структурированных и неструктурированных данных огромных объёмов (volume) и значительного многообразия (variety) для быстрого (velocity) получения человеко-читаемых результатов, эффективных в условиях непрерывного прироста, распределения по многочисленным узлам вычислительной сети. Так, с его помощью легко установить, что в 1996 г. средняя страница интернет-СМИ имела вес 15 КВ и представляла собой статический текст с небольшим числом гиперссылок и одним графическим изображением. Для сравнения: в феврале 2013 г., для выборки популярных 300 000 сайтов, средняя страница имела вес 1280 КВ, состояла из 88 ресурсов (графика, css, js), использовала данные более чем из 30 сторонних сайтов. Каждый из этих показателей неуклонно растет в течение нескольких последних лет.

В образовательном контексте работа с Internet Archive является фактором формирования журналистской ответственности в условиях, когда все сделанное тобою становится легкодоступным для всех и навсегда.

Татьяна Крайникова

Институт журналистики

Киевского национального университета им. Т. Шевченко

(Украина)

СОВРЕМЕННОЕ МЕДИАПОТРЕБЛЕНИЕ: СВОБОДЫ И ОГРАНИЧЕНИЯ

Жизнь современного человека происходит в плотной информационной среде: он постоянно находится в пределах досягаемости источников информации, контакты с которыми не всегда являются для него желательными, а качество этих контактов не всегда удовлетворительным. Чтобы не выпасть из различных контекстов, человеку приходится постоянно пребывать в «информационном туннеле»: интересоваться событиями, которые считаются важными в обществе и его референтных социальных группах, обновлять свои пользовательские навыки работы с информацией и т. п. А ежедневный выбор потребителем информационных источников для его потребностей, в любом случае, становится выбором из предложенного СМИ. Медиапотребитель попадает в сложную систему взаимосвязей социальных коммуникаций, в пределах которых может только частично регулировать степень их жесткости.

Таким образом, актуализируется вопрос о свободе медиапотребления – свободе потребления в пределах информационной среды человека.

Исследование, целью которого было собрать и осмыслить эмпирические данные, отражающие восприятие украинских медиапотребителей уровня их свободы и ущемленности в процессах получения информации, контактов со СМИ, выполнено путем фокус-групповых дискуссий (ФГД) на тему «Что меня поражает в текстах украинских СМИ?». Участниками фокус-групп стали студенты 4 курса бакалаврата и 1 курса магистратуры специальности «украинский язык и литература» Института филологии Киевского национального университета имени Тараса Шевченко; Института филологии и журналистики Волынского национального университета имени Леси Украинки; Института филологии и журналистики Винницкого государственного педагогического университета имени Михаила Коцюбинского; факультета филологии и журналистики Херсонского государственного университета; филологического факультета Харьковского национального университета имени В.Н. Каразина; филологического факультета Черниговского национального педагогического университета имени Т.Г. Шевченко. Результаты ФГД подлежали рецептивному анализу.

В официальных источниках декларируется право человека на свободу слова. Европейская Конвенция о защите прав человека и основных свобод (принятая в 1950 г. и ратифицированная Украиной в 1997) в Статье 10 гласит: «Каждый имеет право на свободу выражения взглядов. Это право включает свободу придерживаться своего мнения, получать и распространять информацию и идеи без вмешательства органов государственной власти и независимо от границ» [1].

Свобода слова в Украине защищается Статьями 15, 34 Конституции, в частности, в Статье 34 сказано: «Каждому гарантируется право на свободу мысли и слова, на свободное выражение своих взглядов и убеждений. Каждый имеет право свободно собирать, хранить, использовать и распространять информацию устно, письменно или иным способом – по своему выбору» [2].

Свобода журналистской деятельности защищается на международном и национальном уровнях – это главнейшее задание организаций «Репортеры без границ» (Reporters sans frontières, RSF), Международного института прессы (International Press Institute; IPI), Национального союза журналистов Украины, Академии украинской прессы, Института массовой информации и др.

Проблематику свободы слова и свободы прессы изучают зарубежные и отечественные ученые О. Довженко, В. Карпенко, Т. Приступенко, В. Ризун и др. В частности В. Ризун анализирует особенности медиавлияния на современном этапе развития общества, определенную тупиковость диалога потребителя и СМИ в условиях демократизации: «Парадоксальность... заключается в том, что СМИ становятся “в доску своими”, им верят, к ним обращаются за помощью, но получается заколдованный круг: возникает так называемая “циркулярная реакция”, когда одни и те же эмоционально-аффективные состояния масс циркулируют по кругу – подхватываются людьми и через СМИ снова возвращаются к ним» [4, с. 127].

Проблема потребления с разных сторон изучается экономистами, социологами, философами, культурологами и остается актуальной в условиях «новой экономики», развития информационного общества. Английский ученый польского происхождения, исследователь постмодернистского консюмеризма З. Бауман (Zygmunt Bauman) утверждает: «В потребительском обществе внутренняя неспособность человека быть потребителем приводит к его социальной деградации и „внутренней ссылке“... Рынок потребительских товаров обставляет все таким образом, чтобы никто ни в коем случае не впал в отчаяние или чувство безутешности по причине, что “уже все перепробовал” и исчерпал все возможные удовольствия, которые может предложить жизнь» [5, с. 79].

Но в источниках слишком мало внимания уделяется вопросам свободы медиапотребления.

Для национальной медиакультуры важен не только уровень свободы прессы, свободы слова, но и свободы медиапотребления. Последнюю мы понимаем как уровень тех ли иных возможностей, которые имеются у медиапотребителя, как отсутствие ограничений, препятствующих его информированности и коммуникативной активности.

Далее перечислим те свободы, которые, по нашему мнению, определяют доступ, интенсивность и качество контактов современного потребителя со СМИ в демократическом обществе:

свобода выбора (экономическая): возможность беспрепятственно реализовывать свои информационные потребности в полной мере, не ощущая информационного дефицита;

идейная свобода: возможность получать информацию идейно плюралистическую и выбирать из сосуществующих конкурирующих информационных продуктов те, чьи концепции наиболее близки к собственному миропониманию;

организационная свобода: возможность пользоваться информацией (которая не защищается как государственная, коммерческая или другая тайна) в законном порядке, не нарушая авторских прав, – хранить собранные данные, распространять и обмениваться ними;

технологическая свобода: возможность пользоваться различными носителями информации, переходя от платформы к платформе. При этом технологическая свобода обуславливает также свободу времени: возможность «пользователей нескольких экранов» экономить время, используя онлайн-сервисы библиотек, информационных хранилищ, распределять время по своему усмотрению, работая с данными на различных мобильных устройствах;

коммуникационная свобода: возможность диалога со СМИ, другими медиапотребителями, органами власти, ведающими вопросами информационной политики, доступа к публичной информации и др.;

языковая свобода: возможность потреблять информацию на различных языках в условиях постоянного культурного обмена и повышения лингвистической компетентности населения;

творческая свобода: возможность самостоятельно создавать сообщения, предлагать их СМИ, публиковаться в блогах, социальных сетях, участвовать в коллективных творческих интернет-проектах.

Ощущение, осознание и использование этих свобод мотивируют человека прагматичнее относиться к СМИ, быть более самостоятельным и критичным в оценках медиапродуктов - ориентироваться на компетентность, полезность, интересность информации.

В международных исследованиях (к примеру, ежегодный отчет Американской правозащитной организации Freedom House [3], Украина вместе с такими государствами, как Российская Федерация, Никарагуа, Пакистан, Парагвай, Нигер и др., определяется как «частично свободная» страна. Таким же и признан и уровень свободы прессы в Украине.

В проблематике проводимых нами фокус-групповых дискуссий нас интересовало: насколько свободными чувствуют себя украинские медиапотребители? Ведь одна из участниц киевской ФГД сказала: «Вот эти новости. Если человек более или менее образованный, он имеет право... Он может фильтровать: что выбирать для себя, сравнивать, синтезировать». И это, безусловно, слова медиапотребителя, у которого есть достоинство, ощущение собственной свободы в контактах со СМИ.

Далее излагаем положения ФГД, определяющие отношение участников к тем или иным аспектам свободы медиапотребления.

В частности остановимся на тех, к которым участники проявили наибольший интерес.

Экономическая и идейная свобода. Киевляне аналитически и критически воспринимают медиаинформацию: интересуются новостями, сравнивают новостные выпуски на разных каналах, осознают интересы политических и деловых сил, стоящих за СМИ. «Я смотрю новости по “5-му”, затем “1+1”, “Интер” и ТВі ... И еще ... иногда Первый национальный... Там отличаются новости. А ТВі отличается кардинально от всех. Они могут показать такие вещи - съемки, которые на других каналах просто бы обрезали»,- рассказывает о своих привычках и выводах М (21 г.).

По мнению участников ФГД, такой разброс концепций, однако, имеет как тематические рамки, так и идеологические ограничения, приводящие к деструкциям общественного мнения.

Таким образом, свободу выбора, как и идейную свободу, украинские медиапотребители оценивают неоднозначно.

Технологическая свобода. Подавляющее большинство участников ФГД использует различные источники информации. Но главным при этом признан интернет. Последнее интересно в том плане, что речь идет о молодежной аудитории, которая определяет логику развития медиапотребления.

Так, харьковчанка А. (20 лет) рассказывает: «Мне удобнее электронная книга: ты можешь в любое время, где бы ты не находилась, если ты хочешь почитать... Но, конечно, и традиционная книга – это ощущение книги, это даже запах новой книги – это также очень важно. Я пользуюсь и тем и другим».

Коммуникационная и языковая свобода. Коммуникационная свобода в обществе признана таковой, что ограничивается, прежде всего, сами же людьми. Медиапотребители отмечают падение уровня доверия в обществе и объясняют это тем, что каждый человек ведет обособленный образ жизни, не считая нужным посвящать других в свои проблемы, чувства и т. п.

Такая же «недоговоренность» отмечена медиапотребителями и в поведении СМИ. Харьковчанка А. (20 лет) сетует: «Событие, которое происходит в мире, оно какое-то время находится у всех на слуху, но потом у нас нет информации, как оно завершилось. И в результате мы не имеем итога».

Также участники ФГД выделили темы социальной, культурной жизни, истории Украины, развития украинского языка, которые, по их мнению, слишком мало освещаются в медиа. И это делает общественный диалог по этим важным вопросам ущербным.

Творческая свобода. Студенты одобряют то, что современные СМИ становятся платформами для проведения различных творческих (песенных, танцевальных и т. п.) конкурсов, где обычному человеку дается возможность проявить свои таланты. Особенно интересными оказались такие проекты для херсонских студентов.

Таким образом, уровень свобод современного медиапотребления в Украине признан участниками ФГД относительным. Студенты усматривают как объективные, так и субъективные его ограничения, связанные с информационной политикой государства, редакционными концепциями, личностными предпочтениями и поведенческими привычками медиапотребителей.

Литература

1. Конвенція про захист прав людини і основоположних свобод [Электронный ресурс] // Режим доступа: http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/995_004
2. Конституція України [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://www.president.gov.ua/content/constitution.html>
3. Рівень демократії в Україні знижується – «Дім Свободи» [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://www.pravda.com.ua/inozmi/voa/2013/01/16/6981571/>
4. Різун В. В. Маси : тексти лекцій / В. В. Різун. — Київ : ВПЦ «Київський університет», 2003. — 118 с.
5. Bauman Z. Praca, konsumpcjonizm i nowi ubodzy / Zygmunt Bauman ; przekład S. Obirek. — Kraków : Wydawnictwo WAM, 2006. — 212 s.

Елена Красовская

Белорусский государственный университет

ОТ СТЕРЕОТИПА – К АРХЕТИПУ, ОТ МИФОЛОГЕМЫ – К ИДЕОЛОГЕМЕ

В настоящее время повышенный интерес представителей научного сообщества и журналистов-практиков стран СНГ вызывают процессы, происходящие в таком динамично развивающемся сегменте, как региональная периодическая печать. При этом особую актуальность приобретает вопрос формирования региональной прессой имиджа региона с целью воздействия на сознание региональной аудитории. Наименее же изученными в этом отношении являются городские газеты.

В современном научном дискурсе под имиджем принято понимать целостный, качественно определенный образ объекта, устойчиво живущий и воспроизводящийся в массовом и индивидуаль-