

В. А. Карпенко

Челябинский государственный университет

ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕСЕЧЕНИЯ КОНТЕНТА ИНТЕРНЕТ-СМИ И ГРАЖДАНСКИХ ЖУРНАЛИСТОВ В ОБЛАСТИ СОЦИАЛЬНОЙ ПРОБЛЕМАТИКИ

Аннотация. Рассмотрены особенности пересечения двух современных медиаинститутов, обладающих высокой популярностью: гражданских медиа и профессиональных СМИ. На примере контента регионального профессионального интернет-СМИ ГТРК «Южный Урал» методом включенного наблюдения рассмотрены механизмы взаимодействия этого медиаинститута с контентом гражданских журналистов. Основываясь на публикациях в социальных медиа, профессиональные интернет-СМИ способны не только повысить заметность социальных проблем в медиаполе, но и приблизиться к их решению. В ходе исследования также выявлен механизм взаимодействия этих медиаинститутов, благодаря которому первичный контент в идеальных условиях перерастает в конкретные действия, переходя из сетевой сферы в реальную социальную среду, тем самым изменяя ее. Несмотря на то, что площадки могут конкурировать друг с другом, их взаимодействие может принести выгоду обеим сторонам и оказать влияние на социальные проблемы региона.

Ключевые слова: гражданская журналистика, интернет-СМИ, социальная проблематика, социальные медиа, функции журналистики.

Karpenko V. A.

FEATURES OF THE INTERSECTION OF THE CONTENT OF ONLINE MEDIA AND CITIZEN JOURNALISTS IN THE FIELD OF SOCIAL ISSUES

Abstracts: The article considers the features of the intersection of two modern media institutions with high popularity: civil media and professional media. On the example of the content of the regional professional Internet media of the State Television and Radio Broadcasting Company “South Ural”, the mechanisms of interaction of this media institute with the content of citizen journalists are considered using the method of participant observation. Based on publications in social media, professional online media can not only increase the visibility of social problems in the media field, but also come closer to solving them. The study also confirmed the mechanism of interaction between these media institutions, thanks to which the primary content, under ideal conditions, develops into concrete actions, moving from the network sphere to the real social environment, thereby changing it. Although the sites may compete with each other, their interaction can bring benefits to both parties and have an impact on the social problems of the region.

Keywords: citizen journalism, Internet media, social issues, social media, functions of journalism.

Современные медиаисследователи называют контент, публикуемый авторами социальных медиа, гражданской журналистикой, или «citizen journalism» – деятельность непрофессиональных авторов, размещающих контент в Интернете. Гражданские журналисты предоставляют новости гораздо быстрее, чем профессиональные работники медиа: очевидцы делятся информацией через пять-десять минут после происшествия, тогда как интернет-СМИ освещают проблему через 30 и более минут [2, с. 122].

Авторы в социальных медиа, являясь также и представителями аудитории, остро реагируют на изменения и тренды медиапотребления, что помогает им подстраиваться под приоритеты и потребности пользователей в контенте [3, с. 65]. В связи с этим у пользователей появляется возможность говорить о том, что их волнует в данный момент, и освещать социальную проблематику. Огласка привлекает внимание к инциденту со стороны

профессиональных СМИ, а позже и субъектов принятия решений. Профессиональные интернет-СМИ наделены особым статусом, определенной степенью зависимости и независимости, организацией редакционного контроля и большей массовостью аудитории [1, с. 92].

Проведя анализ контента площадок гражданских медиа и профессиональных интернет-СМИ Челябинской области на основе метода включенного наблюдения, мы выявили значительный интерес аудитории и гражданских журналистов к социально значимым проблемам. Так, в сферу интересов пользователей социальных медиа входят проблемы с обслуживанием дорог, благосостояние города, водоснабжение, аварийное жилье. В ходе работы мы проанализировали 50 публикаций сайта ГТРК «Южный Урал» за период с января по март 2022 года, которые основаны на сообщениях пользователей социальных медиа.

Публикации посвящены различным проблемам, на которые обращают внимание гражданские журналисты: нападения бродячих собак, коммунальные аварии, различные преступления и происшествия, погодные аномалии, которые могут нанести вред людям и строениям, а также прочие социальные проблемы. Основа публикации в подобных случаях – первичное сообщение в социальных медиа или обращение очевидца в редакцию. Пользователи привлекают внимание к проблеме, повышая ее заметность в медиаполе региона, затем информацию распространяют профессиональные журналисты, обращаясь за комментариями к субъектам принятия решений. В отдельных случаях это приводит не только к возросшему вниманию к проблеме, но и к ее решению.

Например, сообщая о стоках нечистот водоканала в водоемы, гражданские журналисты распространили сведения о проблеме в соцсетях, что в конечном счете привело к проверке со стороны администрации и наказанию виновных. Рассказав в социальных медиа о массовом море рыбы в одном из водохранилищ Челябинской области, гражданские журналисты добились внимания от контролирующих органов в лице Минэкологии и

территориального управления агентства по рыболовству, что привело к проведению проверок качества воды и причин мора. Также повышенный интерес к проблеме нападений бродячих собак вызвал волну внимания со стороны властей и принятия мер по решению проблемы.

Профессиональные журналисты, выполняя непосредственно-организаторскую функцию журналистики, обращаются за комментариями к экспертам той сферы, о которой идет речь. Это позволяет не только получить дополнительные сведения о социально значимой проблеме, но и оказать воздействие на субъект принятия решения в области подобных инцидентов.

Таким образом, профессиональные СМИ в данной ситуации выполняют больше общественно значимых функций журналистики, обеспечивая контроль работы субъектов принятия решений посредством организаторских функций журналистики, тогда как гражданская журналистика предоставляет больше возможностей для взаимодействия с общественным мнением за счет открытости, доступности и широкого круга самих авторов. Особенности взаимодействия этих медиаинститутов позволяют сделать вывод о том, что контент гражданских журналистов, являясь первоисточником информации о проблеме, существенно увеличивает заметность события в информационном поле, тогда как публикации в интернет-СМИ позволяют получить полный анализ ситуации, комментарии экспертов и возможность влияния на субъекты принятия решений по алгоритму «событие – инфоповод – публикации гражданских журналистов – СМИ – реакция субъектов принятия решений – дополнительный комментарий – меры по устранению проблемы».

Литература

1. Калугина Е. Г. О понимании интернет-СМИ в условиях развития гражданской журналистики / Е. Г. Калугина // Вопросы журналистики, педагогики, языкознания. – 2017. – № 28 (277). – С. 91–96.

2. Красноярова О. В. Гражданская журналистика как стимул развития профессиональной журналистики / О. В. Красноярова // Вопросы теории и практики журналистики. – 2013. – №1. – С. 121–125.

3. Шагдарова Б. Б. Интернет-журналистика и новые медиа / Б. Б. Шагдарова // Вестник Бурятского государственного университета. – 2018. – № 4. – С. 62–66.

Д. Г. Киселев

Челябинский государственный университет

ИМИДЖ ТЕЛЕВЕДУЩЕГО КАК ОТРАЖЕНИЕ ЖАНРОВЫХ ОСОБЕННОСТЕЙ ТЕЛЕВИЗИОННОЙ ПРОГРАММЫ

Аннотация. Анализируется зависимость имиджа ведущего от жанра программы, в съемках которой он принимает участие. Объект исследования – новостные телевизионные программы и телевизионные программы в жанре ток-шоу. Предмет исследования – имидж ведущих телепрограмм. Методы исследования – метод сбора данных, метод систематизирования данных. В исследовании делается вывод о том, что в новостных телевизионных программах имидж ведущего консервативен, в ток-шоу – напротив, более раскованный и вызывающий.

Ключевые слова: имидж телеведущего, жанры телепрограмм, информационные жанры, ток-шоу.

Kiselev D. G.

THE IMAGE OF A TV PRESENTER AS A REFLECTION OF THE GENRE FEATURES OF A TELEVISION PROGRAM

Abstracts: the article analyzes the dependence of the image of a person on the screen on the program in which he takes part. The object of research is television programs. The subject of the study is the image of the leading TV