

УДК 070.1:004.738.5

ТВОРЧЕСКИЕ РЕСУРСЫ ИНФОРМАЦИОННОГО РЕЗОНАНСА В ИНТЕРНЕТЕ

© 2012 А.И. Калашников

Воронежский государственный университет

Поступила в редакцию 27 февраля 2012 г.

Аннотация: В статье рассматривается явление информационного резонанса применительно к журналистике, интернет-СМИ и блогосфере в частности. Автор формулирует условия возникновения информационного резонанса, его признаки и критерии резонансных тем. Статья ставит проблему полноты использования возможностей Интернета для формирования информационного резонанса.

Ключевые слова: Интернет, информационный резонанс, резонансная тема, информационный повод, блогосфера, интернет-СМИ.

Abstract: The article observes the phenomenon of an information resonance with reference to journalism, the Internet mass-media and the blog sphere. The author formulates conditions of an information resonance occurrence, its signs and creative resources. The article research the problem of completeness of using the Internet possibilities for formation an information resonance.

Key words: Internet, information resonance, resonant theme, information occasion, blog sphere, Internet mass-media.

Одним из основных мировых трендов 2011 года стало усиление протестных настроений как в мире, так и в России. Журнал «Тайм», подводя итоги 2011 года, назвал победителем номинации «Человек года» обобщенную фигуру «Участника протестов» (The Protester), действия которого по всему миру, по мнению издания, привели к «пересмыслению понятия народной власти» [1].

И серия протестов в арабском мире, и акции типа «Захвати Уолл-Стрит» не имеют между собой общих значимых политических черт. Такой общей чертой является то, что протестующие активно использовали Интернет и социальные сети для организации акций протеста. Интернет стал полноценным медиа. Его влияние стремительно растет. Это касается и возможностей распространения в сети текстов, вызывающих информационный резонанс.

Россия не осталась в стороне от общемировой «моды» на протест. Выборы в Госдуму стали самым заметным (упоминаемым) событием 2011 года в России, как считает компания «МедиаЛогия» [2]. Митинги несогласных с результатами выборов проходили в столице и ряде российских городов. Социальные сети и в этом случае (как и в акциях протеста за границей) оказались основным организационным инструментом, а Интернет — основной медиа-площадкой для формирования резонансной темы протеста.

Одна из основных позиций, с которых сегодня исследователи журналистики рассматривают Интернет, — это новые возможности авторства, в том числе так называемого «коллективного» (вирусный редактор) [3]. Интернет подталкивает участников медийных процессов к изменениям — это касается и журналистики.

Интернет активно развивался в России в последние годы. к осени 2011 года Россия обогнала Германию по числу пользователей Интернета и стала крупнейшей интернет-страной в Европе [4]. В Рунете, по данным comScore за сентябрь, обитало 50,8 млн. человек [5]. с 2007 по 2011 год общественно-политическая роль Интернета резко возросла [6]. Количество граждан России, пользующихся им, увеличилось более чем в два раза за это время.

Особенность Рунета — активный интерес к политическим темам по сравнению с Европой. Так, например, в социальной сети Facebook из 10 самых часто упоминаемых в 2011 году россиянами в статусах слов 7 имеют отношение к политике. Десятка в порядке убывания популярности: Steve Jobs, Японии, партии, выборы, Домодедово, Путин, власти, Медведев, президента, проголосуйте [7].

Основной тенденцией развития Рунета за последние несколько лет можно назвать ежегодное усиление его влияния на традиционные СМИ [8]. Количество обращений традиционных СМИ к материалам блогов за период с 2005 по 2010 год увеличилось почти в 30 раз. В течение 2010 года

печатные СМИ цитировали сообщения блогосферы более 6 000 раз [9]. За 2011 год цитируемость увеличилась ещё вдвое [10].

Интернет-библиотека СМИ Public.Ru в 2010 году в первый раз составила рейтинг самых резонансных событий, в течение того года процитированных печатными СМИ. Большинство из тем имеют отношение к политике и имеют протестный характер.

15 самых резонансных событий блогосферы 2010 года, нашедших отражение в традиционных СМИ:

1. «Химкинский лес» – 1750 упоминаний в печатных СМИ за год.
2. ДТП на Ленинском проспекте и «Лукойл» – 540 упоминаний.
3. «Синие ведерки» – 510 упоминаний.
4. «Жемчужный прапорщик» – 190 упоминаний.
5. Рында и пожары – 180 упоминаний.
6. Мистер Трололо – 174 упоминаний.
7. Гуманитарная помощь погорельцам – 170 упоминаний.
8. Коррупция в «Транснефти» – 110 упоминаний.
9. Червяк на кремлевской тарелке – 85 упоминаний.
10. Скандалы с госзакупками и конкурсами – 67 упоминаний.
11. «Живой щит» на МКАД – 54 упоминания.
12. Тушение пожара «молодогвардейцами» – 36 упоминаний.
13. Автопробег Путина на «Калинах» – 35 упоминаний.
14. Пенсия губернатора Чуба – 17 упоминаний.
15. Дорожный беспредел на Урале – 16 упоминаний.

6 самых резонансных событий блогосферы 2011 года, нашедших отражение в традиционных СМИ:

1. «Химкинский лес» – более 7 000 упоминаний в СМИ в 2011 году.
2. Акции против «мигалок» – около 3 247 упоминаний.
3. Антикоррупционный проект Алексея Навального «РосПил» – 2 242 упоминаний.
4. Государственные закупки – 1550 упоминаний материалов блогов.
5. ДТП с «мигалками» – 1520 упоминаний.
6. Одно из самых значительных событий 2011 – декабрьские выборы в Государственную думу. Тема немного не дотянула до пятерки лидеров – 1519 упоминаний.

Большинство из вышеперечисленных тем стали резонансными прежде всего за счет активной реакции пользователей Рунета. Реакция традиционных СМИ была осторожной, не немедленной и зачастую ограничивалась констатацией [11].

По итогам 2010 года Public.Ru назвала самым активно цитируемым спикером блогосферы Алексея Навального (Navalny). За год сообщения его блога были процитированы в печатных СМИ порядка 250 раз (почти в два раза больше блогера, занявшего второе место).

В конце 2011 году «Ведомости» назвали персон года: политиком года и редакция издания, и читатели выбрали Алексея Навального [12]. Выбор редакции только в этой номинации совпал с выбором читателей. В 2009 году газета «Ведомости» уже называла Навального «частным лицом года».

В 2011 году Алексей Навальный перешел от борьбы с коррупцией к политике. Его лозунг «Против партии жуликов и воров» был одним из самых цитируемых накануне выборов в Госдуму, а инициированный Навальным и его единомышленниками митинг на Чистопрудном бульваре 5 декабря положил начало череде акций протеста по всей России.

Связь между развитием Рунета как медиа и усилением в нём протестных настроений в течение последних 5-7 лет очевидна, как и увеличивающаяся роль Рунета в появлении резонансных тем (опять же, в большинстве своём основанных на протесте против чего-либо).

Какова же роль Интернета в возникновении информационного резонанса? Видимо, прежде следует выяснить, что такое резонанс.

Словосочетание «информационный резонанс» (и просто «резонанс») часто используется в ежедневном обиходе для характеристики широкого отклика аудитории на определенные сообщения в СМИ. Предполагается, что отклик аудитории – это одна из основных целей работы любого журналиста. В самом общем виде информационным резонансом можно назвать одновременный повышенный интерес СМИ и определенной, достаточно широкой группы аудитории к какому-либо актуальному, проблемному явлению современной жизни.

Условия возникновения информационного резонанса:

1) Наличие двух и более взаимодействующих объектов. Человек, живя в обществе, неспособен отгородиться от информационного воздействия. Когда такое взаимодействие становится резонансным?

2) Способность к отклику. Человек является частью глобальной информационной системы, её отражением и генератором информации. На чем основывается это подобие, что с чем вступает во взаимодействие?

3) Единое информационное поле. Информационный резонанс основан на единой информационной природе общества и человека. Интернет ближе всех других СМИ подошел к техническому

воплощению единого информационного поля и использованию его возможностей.

Признаки информационного резонанса:

- публикация материала или материалов в СМИ или в блогосфере, вызванных каким-либо информационным поводом;
- большее, чем обычно для данного информационного ресурса, количество прочтений резонансного материала;
- появление в течение относительно узкого отрезка времени большого количества комментариев (лавинообразное), опубликованных в блогах, социальных сетях и в СМИ и содержащих различные оценки, выводы и прогнозы касательно одного информационного повода;
- увеличение объема публикаций в СМИ, связанных с резонирующим сообщением, и переход от освещения информационного повода к резонансной теме в целом;
- объявление соответствующих тем «темами дня (недели, месяца)»;
- публикация в СМИ дискуссий на резонансную тему;
- Проведение по резонансной теме опросов и других исследований общественного мнения. Публикация их результатов;
- изменение статуса комментаторов, публично высказывающихся на резонансную тему;
- выработка какого-либо способа решения проблемы, лежащей в основании резонансной темы, с учетом предыдущего обсуждения и интересов участвующих в нём сторон, либо отвлечение внимания от решения этой проблемы какой-либо влиятельной силой.

Резонансные темы можно разделить по множеству критериев:

- Масштаб: глобальная, национальная, региональная, локальная.
- Возможность решения проблемы: разрешимая, неразрешимая.
- Участники конфликта, лежащего в основе проблемы: общественная, межличностная, внутриличностная.
- Динамика развития: постоянная, периодическая, единовременная.
- Источник: спонтанная / намеренно сгенерированная; явный / скрытый источник; статусная (авторитетный источник).

Парадокс, особенность информационного резонанса — несовпадение информационных запросов аудитории с официальным откликом (откликом государственных СМИ) на резонансное сообщение.

Резонанс — одно из внешних проявлений общественной активности. Однозначно нельзя сказать, к каким последствиям он приведет: его суть в том, что проблема поднимается на всеобщее

обсуждение. Как в физике при помощи явления резонанса можно выделить и усилить слабые периодические колебания, так и современные СМИ и Интернет обладают возможностью резко повышать общественный интерес к темам, которые до того оставались незамеченными.

Каковы принципы, по которым отдельное информационное сообщение вызывает информационный резонанс? Важна информационная подготовленность аудитории, способность воспринять резонансное сообщение.

Интернет показателен как относительно независимая от государственного или какого-либо иного источника влияния площадка, объединившая в себе черты СМИ и СМК. Явление информационного резонанса существовало и до появления Интернета, но в несколько иной форме. Традиционные СМИ функционируют по отличающимся от интернет-СМИ техническим принципам. Будь то печатные издания, радио или телевидение, в отличие от Интернета они не предполагают диалога с аудиторией на резонансные темы в режиме онлайн. Эти СМИ зачастую становятся средством манипулирования общественным мнением за счет «замалчивания» одних тем и «раскручивания» других. Интернет в этом смысле неподконтролен. Каждый, имеющий доступ в сеть, может высказаться на любую тему.

С развитием Интернета возможности оперирования информацией возросли (в особенности — возможность поделиться информацией со своим кругом общения в социальных сетях) прежде всего с технической точки зрения: гиперссылки, возможность сиюминутного отклика, совмещение форм подачи информации (звук, видео, текст, изображение и так далее). Пользователи имеют множество возможностей оперирования информацией: like, share, repost, comment, common editing. Это ускоряет её распространение без потери качества. Технические изменения меняют и характер восприятия текста. Внимание рассеивается.

Журналисты как профессионалы работы с информацией в новом мире коммуникаций реального времени оказались в неопределенном положении. Способность журналиста и редактора собирать, фильтровать и организовывать для читателя информацию имеет значение прежде всего в моменты активно происходящих событий; все остальное, «мирное» время важнее умение интересно рассказывать интересные истории [13].

Как журналистам строить взаимодействие с блогосферой и социальными сетями? Надо учитывать особенности распространения информации в Интернете, в частности — условия возникновения и особенности информационного резонанса.

Если журналист хочет, чтобы его текст вызвал информационный резонанс, необходимо найти ту общую «частоту» с обществом, которая позволит усилить эффект воздействия информации, поданной журналистом в тексте, на аудиторию. Определить запрос на информацию и далее не просто ответить на него, но усилить эффективным построением текста. Решающую роль играет максимально возможное использование творческих ресурсов языка. Только творчески построенный текст обладает достаточной силой воздействия на аудиторию.

Творчество — это новизна взгляда; мысль или идея резонансного текста может быть схожа с теми, что заложены в основание других текстов. Но форма, проявляющаяся на всех уровнях построения текста, соответствует тому языку, который аудитория считает эталонным для важных сообщений. Журналист находит точные слова, идейное, образное, смысловое воплощение того, о чем пишет — и точность как соответствие максимальным ожиданиям аудитории делает текст резонансным.

Резонанс служит индикатором свойств, внутренне присущих объекту, и позволяет выявить даже очень слабые колебания. Мем «Партия жуликов и воров», случайно придуманный Алексеем Навальным, попал на восприимчивую «почву»: аудитория подхватила точно сформулированное выражение идеи, витающей в воздухе, и это ударило по медийному образу «Единой России». Действенность лаконичного выражения, построенного на юморе, оказалась колоссальной. Воздействие отнюдь не должно быть нарочито интенсивным. Нужное слово, сказанное в нужное

время, способно оказаться чрезвычайно эффективным, поскольку попадет на информационно насыщенную «почву».

ЛИТЕРАТУРА:

1. Person of the year 2011 // Time. — (<http://www.time.com/time/person-of-the-year/2011/>).
2. Названы главные российские события 2011 года // Лента.ру. — (<http://lenta.ru/news/2011/12/29/veryimportant/>).
3. Существо Интернета. 12 тезисов о вирусном редакторе // Блог Андрея Мирошниченко. — (http://www.kazhdy.ru/andrey_miroshnichenko/12_tezisov_o_virusnom/).
4. Кияткин А. График дня : Россия стала крупнейшей Интернет-страной Европы / А. Кияткин // Slon.ru. — (http://slon.ru/future/grafik_dnya_rossiya_stala_kрупneyshey_internet_stranoy_evropy-699180.xhtml).
5. Overview of European Internet Usage in September 2011 // comScore. — (http://www.comscore.com/Press_Events/Press_Releases/2011/11/comScore_Releases_Overview_of_European_Internet_Usage_in_September_2011).
6. Разбуженные и оскорбленные // Коммерсантъ-Власть. — (<http://www.kommersant.ru/doc/1840506>).
7. Благовещенский А. Смерть Стива Джобса обсуждали чаще всего в российском Facebook / А. Благовещенский // Российская газета. — (<http://www.rg.ru/2011/12/07/djobs-site-anons.html>).
8. В русскоязычном сегменте LiveJournal — 5 миллионов аккаунтов // SUP Media. — (http://www.sup.com/news_333.html).
9. Блогосфера и традиционные СМИ : сотрудничество или соперничество // Public.ru. — (<http://www.public.ru/blogsmi>).
10. Итоги 2011. Власть от блога // Public.ru. — (<http://www.public.ru/blogsmi2011>).
11. Российские СМИ о митингах // Public.ru. — (<http://www.public.ru/meeting>).
12. Результаты голосования «Человек года — 2011» // Ведомости. — (<http://www.vedomosti.ru/special/2011-man-of-the-year-res.shtml?type=red>).
13. Важный забугорный спор и какое отношение это имеет к политике // Блог Василия Гатова. — (<http://postjournalist.ru/?p=362>).

*Калашников А.И.
Воронежский государственный университет.
Аспирант кафедры истории журналистики.
E-mail: antonkalashnikov@mail.ru Kalashnikov A.I.*

*Voronezh State University.
Postgraduate student, Department of journalism, the
chaire of History of journalism.*