

СПЕЦИФИКА МЕДИАПОТРЕБЛЕНИЯ В СОЦИАЛЬНЫХ МЕДИА: ФЕНОМЕН АКТИВНОГО ПОЛЬЗОВАТЕЛЯ

И. Н. Шамаев

Волгоградский государственный университет

Поступила в редакцию 17 июня 2018 г.

Аннотация: *в представленной работе рассматриваются пользовательский и когнитивный аспекты трансформаций моделей медиапотребления в социальных медиа Рунета. Поднимается вопрос увеличения активности реципиента в процессе организации коммуникативного пространства, освещается проблема фрагментации получаемой информации.*

Ключевые слова: *блоги, медиапотребление, постструктурализм, социальные медиа, социальные сети.*

Abstract: *this article analyzes user and cognitive aspects of media consumption models transformations in social media of Runet. It raises the issue of the user activity increase in the processes of the communication space organization; cover the problem of the getting information fragmentation.*

Keywords: *weblogs, media consumption, poststructuralism, social media, social networks.*

На значительном временном промежутке магистральным направлением исследования практик социальных медиа являлось выявление соотношения пользовательского и журналистского контента и связанные с ним трансформации моделей медиапроизводства и медиапотребления. Центральной при изучении феномена гражданской журналистики стала проблема активного пользователя, выступающего не пассивным потребителем информационного продукта, а его производителем. Она не теряет своей актуальности и на нынешнем этапе изучения коммуникативных практик социальных медиа в контексте их медийного потенциала.

В то же время текущее состояние социальных медиа актуализирует несколько более глобальный подход к трансформации моделей медиапотребления, детерминированной современным состоянием Интернета. Акцент делается на широком осмыслении понятия гражданской журналистики, включающего в себя не только и не столько производство собственно пользовательского контента, сколько расширение функциональных границ для реципиента, выступающего в роли комментатора, интерпретатора и модератора сообщений. Как подчеркивает новозеландский исследователь Люк Гуд, «влияние гражданской журналистики на массмедийный дискурс не исчерпывается созданием новых сообщений. Не менее важным представляется воздействие, оказываемое блогерским сообществом на повестку дня, формируемую традиционными средствами массовой информации» [1].

Таким образом, на современном этапе развития сетевых электронных ресурсов вопрос взаимосвя-

занных пользовательского и журналистского контента становится менее актуальным, нежели проблема деформации моделей медиапотребления, связанная с изменением роли аудитории. Последняя задает целостную методологическую парадигму изучения феномена онлайн-журналистики в цифровую эпоху на данном этапе ее развития, когда наиболее репрезентативным становится осмысление пользовательского поведения в пространстве социальных сетей, а также набирающих популярность мессенджеров [2].

Касаясь исторической составляющей указанно-го выше процесса, нельзя обойти вниманием тот факт, что Рунет изначально стал площадкой, в которой производство собственного контента было симбиотически связано с медиапросветительской культурой, формирующей навыки отбора, оценки и репрезентации сообщений, поступающих из широкого круга каналов. Так, авторские проекты второй половины 90-х, появившиеся еще до создания в русскоязычном сегменте Сети непосредственно журналистских ресурсов, формировали картину происходящего в Рунете на ранних этапах его развития путем веб-обзоров, задающих определенную парадигму онлайн-коммуникаций. Веб-обзоры отражали подчеркнута субъективное авторское отношение к ресурсам Рунета. Система ссылок и коротких комментариев к ним стала прообразом персонализированной ленты подписки, которую мы детально рассмотрим ниже.

Блогосфера явилась закономерным продолжением процесса, при котором пользователь формирует собственную ленту подписки, включающую новости друзей, лидеров общественного мнения, в сетевом сообществе выступающих в роли так на-

зываемых «привратников», то есть людей, которые имеют возможность контролировать медиапоток, осуществляя выбор тем и расставляя акценты [3], а также интересующих его сообществ. Как пишет Е. А. Горный, «появление блогов ознаменовало дальнейшую демократизацию Интернета и дало пользователям простой и удобный инструмент самовыражения (и самоизобретения)» [4].

Подобная ситуация наблюдается и на текущем этапе развития онлайн-коммуникаций, когда аудиторный интерес сконцентрирован на социальных сетях, также позволяющих создавать индивидуальную персонифицированную ленту новостей путем включения в нее информации, поступающей от «друзей» и сообществ.

Что касается непосредственно журналистских ресурсов, то изменения структуры медиапотребления проявляются в том, что постепенно снижается количество пользовательских переходов на главные страницы интернет-СМИ. В то же время общее число их посетителей остается, с известными оговорками, константной величиной. Таким образом, с одной стороны, аудиторный интерес к сетевым продуктам журналистской деятельности как минимум не сокращается, но с другой стороны — меняется сама структура его потребления. Точкой входа на журналистские ресурсы становится персонифицированная лента подписки пользователя в социальных сетях. Следовательно, пользователь получает лишь отдельное сообщение, после чего возвращается обратно в персонифицированную ленту подписки вместо того, чтобы продолжать ознакомление с журналистским ресурсом, представляющим собой органическое целое. Вместо полной картины происходящего, подготовленной профессиональными создателями контента и модераторами, он имеет дело лишь с отдельными ее фрагментами, выбранными самостоятельно и не всегда осознанно. Таким образом, достигается высокая степень фрагментации, которая приводит к образованию информационных лагун, заполняемых во многом хаотически и бессознательно.

В данном процессе можно усмотреть предельное воплощение борьбы за таргетированную аудиторию и ориентирование на постструктуралистскую демассификацию общества, вызванную переходом от индустриального типа общества к постиндустриальному. Структура распространения новостных сообщений в социальных сетях напоминает ризому, о которой также писали постструктуралистские мыслители [5].

Трансформация моделей медиапотребления позволяет каждому пользователю формировать персонифицированную картину мира, в которой внутригрупповые сообщения локального характера перемежаются с массовой информацией. При этом в определенной мере онлайн-СМИ сохраняют журналистские стандарты работы с информацией, которая,

несколько изменяясь, становится частью указанной персонифицированной новостной ленты. Дивергентные силы, в значительной мере ослабляющие иерархические связи, компенсируются конвергентными, направленными на реструктуризацию и поддержание целостности системы социальных медиа в контексте их корреляции с непосредственно журналистскими сетевыми ресурсами. Разнонаправленность паттернов активности усложняет исследовательскую деятельность, однако не устраняет вовсе вопрос выявления закономерностей взаимопроникновения социальных сетей и онлайн-СМИ. Подобное положение позволяет снять остроту дискуссии о соотношении пользовательского и журналистского контента в информационном пространстве Интернета и заменить его на более широкую проблематику взаимодействия рассматриваемых феноменов.

Касаясь проблемы становления русскоязычного сегмента Интернета как общественного явления, а социальных медиа — как совокупности пользовательских выборов и определенных сообществ, оторвавшихся от традиционных представлений о пассивной аудитории, необходимо отметить, что наряду с процессами демократизации, происходившими не так давно в нашей стране, невозможно проигнорировать процесс демассификации общества в целом, характерный для всей западной цивилизации. В этом плане социальные медиа являются характерным примером деконструктивистской системы, в которой практически невозможно найти центр, а демассификацию можно рассматривать в качестве постмодернистского явления. С постструктуралистской философской мыслью также коррелирует и указанная нами выше разнонаправленность паттернов активности пользователя. В перспективе это может привести к поляризации пользовательских картин мира внутри глобальной коммуникативной площадки.

Обозначенные трансформации моделей медиапотребления обуславливают необходимость изменений внутри структуры новостей, которые должны быть пригодны для стимулирования пользовательского перехода на страницу онлайн-СМИ. Выявление определенных механизмов данной реакции становится фундаментальным для обеспечения успешного функционирования медийного ресурса в Рунете. С другой стороны, остается актуальной проблема проведения демаркационной линии, разграничивающей коммуникативное пространство социальных сетей и непосредственно журналистских ресурсов: стирание указанной границы в перспективе грозит серьезными деформациями в области работы с источниками информации, авторского права, журналистской этики и ряда иных важных характеристик профессиональной деятельности.

Таким образом, на первый план выходит проблема циркуляции и трансформации новостных сообщений (авторами которых в основном выступают

сотрудники профессиональных СМИ, крупных политических и общественных организаций, реже — гражданские активисты и иные лица) в пространстве социальных медиа, особенно социальных сетей. Без осознания указанных путей распространения и выявления закономерностей в этой сфере журналистская деятельность на этапе передачи реципиенту сообщения становится слабо осмысленной.

Изменения в медиапотреблении, связанные с трансформацией роли реципиента и сдвигом общей коммуникативной парадигмы, имеют серьезные когнитивные последствия. Модели активности пользователя, в пространстве социальных медиа осуществляющего отбор, оценку, репрезентацию, комментирование и продуцирование информации, актуализируют медиапросветительский дискурс, в то время как сейчас подобная деятельность во многом имеет бессистемный характер. Вместе с высоким уровнем информационного шума и общим усложнением рассматриваемой среды в цифровом пространстве подобный оттенок хаотичности приводит к стрессовым ситуациям для самого пользователя. Отечественный исследователь С. В. Паранько пишет по этому поводу: «За интерес человека одновременно борются уведомления от мессенджеров, социальных сетей, почтовых клиентов и интернет-изданий. Высокий технический шум цифровой среды снижает фокус внимания читателя» [6, 9].

Усложнение информационной среды должно органично сочетаться с рационализацией поведения медиапотребителя, в то время как на данном этапе наблюдаем обратный процесс. Критическое отношение к потребляемым новостным сообщениям заглушается высоким уровнем информационного шума, нередко сопряженным с общей установкой на рекреацию, сопутствующей просмотру ленты подписки в социальной сети.

Таким образом, информационные процессы, вместо того чтобы приобрести более высокую степень прозрачности, продолжают оставаться для аудитории внерациональным явлением, несмотря на увеличение пользовательской активности. Если учесть, что в персонифицированной ленте новостная информация из проверенных источников соседствует с ресурсами, ориентированными на сенсационную подачу сведений, и развлекательным контентом, то деформации картины мира становятся даже более существенными, чем в случае обращения к узкому кругу онлайн-СМИ. Присовокупив к этому мультимедийные и конвергентные процессы [7], протекающие в Интернете, усиливающие визуальную составляющую и актуализирующие внерациональные способы усвоения информации, получаем коммуникативное пространство, генетически способное вмещать в себя огромное количество медиамифов. Таким образом, феномен медиапросвещения оказывается парадоксальным образом сопряжен с манипулятивными прак-

тиками. Подобные практики могут быть связаны как с самим текстом, так и с трактовочно-комментарийным комплексом, которым он обрастает в процессе циркуляции внутри онлайн-среды социальных сетей. Указанная корреляция медиапросвещения и манипулятивного потенциала представляется практически не изученной на современном этапе исследований онлайн-коммуникаций.

В сложившихся условиях представляется необходимым, с одной стороны, адаптировать журналистские тексты к их функционированию внутри пространства социальных сетей и обрастанию трактовочно-комментарийным комплексом, с другой — повышать пользовательскую медиакультуру, рационализируя участие аудитории в медийных процессах, приобщая пользователя к роли модератора собственной новостной ленты. Выполнение этих двух условий представляется необходимым для эволюции всей парадигмы интернет-коммуникаций, преодоления разрыва между технологическими потенциями и реальными компетенциями пользователей, а также профессиональных производителей медиаконтента.

Выявление механизмов появления семантических комплексов в пространстве социальных медиа (в первую очередь социальных сетей), их деформирования и распространения (для рассматриваемой коммуникативной площадки два последних процесса единовременны и во многом симбиотичны) в этом контексте приносит синтезирующее начало, позволяющее снять субъект-объектную дихотомию и рассматривать проблему в ее целостности.

В данном контексте необходимо отметить, что современное состояние социальных сетей, характеризующееся как аутопойетическое, генетически связано с отмеченной выше проблемой иррационализации коммуникативных процессов, когда технические возможности системы и ее практики во многом опережают теоретическое осмысление происходящих процессов, что создает иллюзию самостоятельности.

На данный момент мы можем наблюдать не просто смещение моделей медиапотребления внутрь парадигмы, заданной интернет-сообществом, но развитие самой этой парадигмы. Выделение указанного феномена ставит перед исследователями ряд вопросов, связанных со спецификой данной коммуникативной среды, выявления законов ее функционирования, информационного и социального потенциала и т.п.

Таким образом, на современном этапе развития социальных медиа в определенной мере снимается острота дискуссии о взаимозаменяемости пользовательского и журналистского контента. В то же время актуализируются вопросы деформации традиционных коммуникативных моделей, изменения роли реципиента и паттернов медиапотребления, а также циркуляции семантических комплексов в пространстве Интернета вообще и социальных сетей в частности. В совокупности этот проблемный комплекс,

остро нуждающийся в заполнении образовавшихся лакун, формирует широкое поле исследований.

ЛИТЕРАТУРА

1. Goode L. Social news, citizen journalism and democracy / L. Gude. — 2009. — URL: <http://nms.sagepub.com/content/11/8/1287.abstract> (дата обращения: 18.03.2017).
2. Голобушина О. К. Разговор в мессенджере как специфический жанр интернет-коммуникации / О. К. Голобушина // Вестник Омского университета. Языкознание. — 2015. — № 1 (75). — С. 208—212.
3. Levin K. Frontiers in group dynamics / K. Levin // Human Relations. — 1947. — № 1. — P. 143—153.
4. Горный Е. А. Виртуальная личность как жанр творчества / Е. А. Горный // Сетевая словесность. — 10.05.2007. — URL: <http://www.netslova.ru/gorniy/vl.html> (дата обращения: 18.03.2017).
5. Делёз Ж. Анти-Эдип: Капитализм и шизофрения / Ж. Делёз, Ф. Гваттари. — Екатеринбург: У-Фактория, 2007. — 672 с.
6. Как новые медиа изменили журналистику. 2012—2016 / под ред. С. Д. Балмаевой и М. М. Лукиной. — Екатеринбург: Гуманитарный университет, 2016. — 304 с.
7. Кирия И. В. Мультимедиа и новые принципы новостей / И. В. Кирия // Журналистика и конвергенция: почему и как традиционные СМИ превращаются в мультимедийные. — Москва: Фокус-медиа, 2010. — С. 30—48.

*Волгоградский государственный университет
Шамаев И. Н., аспирант кафедры журналистики и ме-
диакommunikаций,
E-mail: vonSchwarz@mail.ru*

*Volgograd State University
Shamaev I. N., Postgraduate Student
E-mail: vonSchwarz@mail.ru*