

DOI: 10.15372/PHE20170308

УДК 004.738.5+070+316.77

К ВОПРОСУ О МЕДИАТИЗАЦИИ ПОЛИТИКО-АДМИНИСТРАТИВНОЙ ИНТЕРНЕТ-КОММУНИКАЦИИ

М. А. Чекунова (Москва)

Аннотация. В настоящей статье рассматриваются причины и обстоятельства развития медийности как устойчивого признака политико-административной интернет-коммуникации. Анализируя примеры подобной коммуникативной практики, автор выявляет ее журналистскую сущность и приходит к выводу о том, что блогерские записи представителей политико-административной власти становятся новыми медиа, которые выполняют основополагающие функции журналистики и оказываются в полной мере задействованы в процессе достижения цели полного информирования общества о тех или иных административных действиях.

Ключевые слова: новые медиа, политико-административная интернет-коммуникация, журналистика, блог, медийность.

TO THE QUESTION OF MEDIATIZATION OF THE POLITICAL- ADMINISTRATIVE INTERNET-COMMUNICATION

M. A. Chekunova (Moscow)

Abstract. This article discusses the causes and circumstances of the sustainable development of the media as a sign of political-administrative Internet communication. Analyzing the examples of such a communicative practice, the author reveals its journalistic nature and comes to the conclusion that blog entries of the representatives of political and administrative power are the new media that perform the basic functions of journalism and are fully involved in order to best inform the public about various administrative actions.

Keywords: new media, political-administrative online-communication, journalism, blog, media.

В современном информационном пространстве под воздействием новых информационных технологий происходят значительные изменения в области массовых коммуникаций. Эти изменения существенным образом влияют и на трансформацию массмедиа. Современная журналистика

© Чекунова М. А., 2017

Марина А. Чекунова – кандидат филологических наук, доцент кафедры массовых коммуникаций, Российский университет дружбы народов.

E-mail: chekunova@gmail.com>

Marina A. Chekunova – Candidate of Philological Science, Docent of the Chair of Mass Communications, Peoples' Friendship University of Russia.

России проходит путь значительных преобразований, связанных с ее ролью и местом в современной коммуникации в целом и участия в политико-административном взаимодействии в частности. Так, по мнению С. Ю. Лисовой, «институт массмедиа является сегодня действенным механизмом согласования государственных, общественных, частных интересов и достижения общественного консенсуса в процессе построения гражданского общества» [1]. Действительно, современные сетевые массмедиа становятся качественно новым механизмом согласования государственных и общественных интересов в целях построения российского гражданского общества.

Процессы модернизации СМИ и развития информационных технологий по-новому актуализируют идею становления гражданского общества. Характерными особенностями гражданского общества являются развитость экономических, правовых, политических, морально-этических, культурных отношений между его членами; относительная независимость от государства; высокий уровень политической и правовой культуры граждан; возможность влияния на деятельность государственных структур. Все это сегодня невозможно вне информационного взаимодействия, которое должно быть не хаотичным, а выстроенным, программируемым и управляемым.

В условиях становления новой формации общественного бытования, а именно информационного общества, коммуникация становится ведущей общественной потребностью, которая направляет поведение человека, раскрывает социальную сущность его личности, определяет весь набор его потребностей. Значимость коммуникативного аспекта связана с возрастанием значения коммуникативных процессов и технологий в различных общественных сферах, модернизацией средств коммуникации, развитием научно-технического прогресса в информационной сфере.

Если традиционные СМИ давно уже стали главным источником информации для массовой аудитории, поскольку «медиа-система настолько гибка, что адаптирована для послания любого сообщения любой аудитории» [2], то «новые медиа» сегодня берут на себя управление общественными процессами, регуляцию взаимоотношений в системе «государство – общество», особенно в условиях общего повышения общественно-политической активности.

Современная система средств массовой информации основана на использовании всех коммуникативных каналов и, естественно, новых информационных технологий. Согласно определению В. Л. Цвика «журналистика является видом общественной деятельности по сбору, обработке и периодическому распространению актуальной информации через каналы массовой коммуникации: пресса, радио, телевидение, кино и др.» [3, с. 7].

С развитием техники и технологий, а в последнее время и с появлением мобильных устройств, этот список пополнила интернет-журналистика, которая применяет новые технологические возможности и в широком смысле слова охватывает все традиционные виды СМИ, которые давно и прочно вышли в информационное пространство, реализуя конвергентные сближения, а также собственно сетевые СМИ и новое явление в развитии журналистики – гражданскую журналистику блогосферы.

За последние 20 лет развитие интернет-технологий привело к тому, что журналистика не только освоилась в интернет-пространстве, но и обрела ряд новых характеристик, существенно преобразовавших журналистскую деятельность. Формирование интернет-журналистики получило достойное освещение в трудах А. А. Грабельникова, А. А. Тертычного, Г. П. Бакулева, А. И. Акопова, А. А. Калмыкова, Л. А. Кохановой, И. И. Засурского и др. Однако с учетом того, что процесс развития интернет-журналистики еще не закончен, единства в отношении данных процессов у исследователей пока нет. Так, А. А. Тертычный рассматривает сетевую журналистику как отдельный тип СМИ «в силу специфики ее языка и возможностей сочетать несколько форм коммуникативного воздействия на читателя» [4, с. 29]. А. И. Акопов обращает внимание на новые потребности интернет-аудитории [5]. О модернизации работы журналиста в новых сетевых СМИ рассуждает С. Г. Корконосенко [6]. А. А. Калмыков приходит к концептуальному выводу о том, что «феномен интернет-журналистики заставляет создавать новые объяснительные схемы и новые типологические матрицы, применимость которых к интернет- и неинтернет-изданиям и будет являться критерием правильности выбора теоретических оснований современной науки журналистики» [7]. Наконец, Г. П. Бакулев справедливо отмечает, что «происходит передача функций одних масс медиа другим, “перемена ролей” у разных каналов коммуникации, появляется возможность получать одинаковое содержание по разным каналам» [8, с. 79]. Одними из таких массово ориентированных и весьма востребованных каналов становятся блогговые и твиттер-аккаунты представителей административной власти.

О. В. Шагалова обращает внимание на то, что сетевыми изданиями следует считать «регулярно обновляющиеся и посещаемые относительно большой аудиторией сайты, созданные для того, чтобы предоставлять именно журналистскую продукцию, социально значимую информацию: новости, статьи и пр. Именно такие сайты и должны считаться СМИ в интернете. Иначе под определение СМИ попадает практически любая веб-страница» [9]. Социальная значимость содержания блогов политико-административной сетевой коммуникации и их постоянное обновление очевидны, так как их авторы имеют четко выраженное ком-

муникативное намерение организовать постоянное общение с аудиторией в целях ее вовлечения в общественно-полезную деятельность. Например, основным содержанием твиттера губернатора Московской области А. В. Воробьева является информирование аудитории о мероприятиях и результатах его деятельности, о проблемах, требующих решения, а обновление записей происходит ежедневно.

Характерной чертой современной онлайн-журналистики стала мультимедийность, то есть предоставление информации и формирование контента в различных кодовых форматах: вербальном, визуальном и аудиальном. Интерактивность (диалоговость) заложена в самой технологии WWW, что заставляет журналистику коренным образом менять один из своих основополагающих принципов – «от одного ко многим». Однонаправленный способ коммуникации заменяется разнонаправленным, и этот принцип становится ключевым как для модернизации медиасферы, так и организации политико-административного взаимодействия. Интерактивность означает устойчивую и разностороннюю обратную связь с аудиторией, предполагающую активный обмен информацией. Гипертекстовость, являясь базовым принципом функционирования всего интернет-пространства, определяет взаимодействие интернет-СМИ с другими сетевыми ресурсами посредством гиперссылок.

Эти три базовые составляющие выполняются текстами политико-административного сетевого медиадискурса. Их мультимедийность подтверждается целостностью контента, состоящего из вербальных и визуальных компонентов (хотя в силу авторской специфики аудиальный компонент используется лишь в случае гипертекстовых отсылок к материалам, в которых он присутствует), гипертекстовость пронизывает всю ткань блоггового контента благодаря ссылкам авторов на значимые, с их точки зрения, материалы. Интерактивность позволяет заинтересовать аудиторию в активном обмене ссылками и информацией, получить непосредственный отклик на принятые решения или совершенные действия, что является своеобразным социальным вопросом и способствует росту активной части гражданского общества.

Конвергенция (лат. *convergere* – приближаться, сходиться) позволяет доставлять информацию пользователю или потребителю по различным коммуникационным каналам, заставляя традиционные виды СМИ, существовавшие в доинформационную эру достаточно обособленно, переходить на новые для себя технологии. В то же время в системе современных СМИ наблюдается диверсификация, которая заключается в перенаправленности воздействующих функций СМИ вместо массовых на узкие сегменты аудитории. Развитие таких тенденций позволит СМИ предельно четко сегментировать аудитории и предоставлять конечному пользо-

вателю персонифицированную информацию. По мнению С. Г. Машковой, «самостоятельно выбирая каналы, пользователи СМИ углубляют сегментацию, совершенствуя индивидуальные отношения между отправителем и получателем информации» [10, с. 35]. Такие взаимоотношения между производителями и потребителями СМИ становятся более доверительными, что распространяется на весь медийный контент. В то же время аудитория по отношению к получаемой информации оказывается более самостоятельной, настроенной на осмысленное, критичное восприятие. Эта черта становится характерной и для новых медиа в интернете, к которым можно отнести блогговые сервисы, в том числе и твиттер. Каждый участник политико-административной коммуникации в Интернете самостоятельно выбирает, с кем, когда и зачем он будет взаимодействовать, чей блог или твиттер он будет читать и комментировать. Но в то же время эти сервисы функционально ориентированы на массовую аудиторию.

Интернет позволяет журналистике быть более демократичной, актуальной, оперативно реагировать на события. Подобная демократизация не только распространяется на политико-административный контент, но и крайне важна для того, чтобы сделать его менее официозным и более приближенным к массовой аудитории. Важно и то, что участие в политико-административной сетевой коммуникации способствует социализации пользователей, которые осваивают социокультурные стандарты поведения, приобретают социальный опыт и опыт общения с представителями исполнительной власти в качестве равноправного партнерства. Усиление активной позиции адресатов реализуется в политико-административной блогговой коммуникации в виде «цепочки решений говорящего, его выборов определенных коммуникативных действий и языковых средств ... реализацией набора целей в структуре общения» [11, с. 137]. Социально значимыми характеристиками политико-административного сетевого медиадискурса становятся совместная организация общения, а также моделирование виртуального пространства политико-административной коммуникации. Реализуется и принцип объясняющей стратегии, который направлен на информирование пользователя, на передачу ему сведений и мнений о деятельности исполнительной власти. Участвуя в общении с представителями власти на страницах их блогов и микроблогов, аудитория соотносит получаемую информацию со своими ценностями, жизненным опытом и потребностями, ориентируясь на свои возможности (*Владимир Груздев@GruzdevVladimir 22 нояб. 2015 г.: Благодарю всех, кто помогает развивать памятное место Святой Матроны Московской и Себинской в ее родном с. Себино*). Так, в новых медиа, коими являются блоги и твиттеры политико-административной медиасферы, устанавли-

вається зв'язок між пояснюючою і содействующою стратегіями, котрі направлені на створення максимально комфортних умов для активної взаємодії в управлінні суспільством.

Побудова картини світу в текстах політико-адміністративного медіадискурсу ґрунтується на цінності, котрі виявляють точки перетину переваг і інтересів адресанта блогівих повідомлень і його адресатів як «специфічно соціальні визначення об'єктів оточуючого світу, виявляючі їх позитивне або негативне значення для людини або суспільства» [12, с. 534]. В цьому сенсі сукупний контент політико-адміністративного сегмента блогосфери представляє собою нову соціокультурну середу, котра базується на традиційних соціальних відносинах і набуває визначеної автономності. Як справедливо зауважує А. І. Пігалева, «ні одна людська спільнота не існує без тих або інших цінностей в якості стимулюючого мотиву і норми діяльності і поведінки» [13, с. 31]. Це проявляється і в політико-адміністративних нових медіа (*Владимир Груздев @GruzdevVladimir 20 нояб. 2015 г.: Поздравляю команду и болельщиков «АРСЕНАЛА» с важной победой в матче с «Тосно»! ВПЕРЁД ЗА ГОРОД-ГЕРОЙ ТУЛУ!!! #Тулариум*).

В процесі становлення інтернет-журналістики основні характеристики, пов'язані з використанням нових технологій: мультимедійність, інтерактивність, гіпертекстовість – були поступово сформовані на фоні конвергентної динаміки зближення різних видів ЗМІ. І друку, і радіовещання, і телебачення к сьогодняшньому дню вже пройшли в інтернет-просторі достатньо довгий шлях від розміщення в мережі електронних копій до організації повноцінних онлайн-версій з самостійними редакціями. Для політико-адміністративної комунікації такі процеси мали суттєве значення, так як всі значимі зміни в взаємодії з аудиторією через ЗМІ коснулись і можливостей влади в донесенні необхідної інформації до суспільного думки, котра, як правило, містить і вербальний, і візуальний компоненти, включає в себе гіперпосилку і відкрита для інтерактивного взаємодії.

Благодаря цифровим технологіям у ЗМІ з'явилась можливість враховувати потреби і звички кожного конкретного споживача і/або групи інтернет-користувачів, а у них, в свою чергу, – можливість сформувати з декількох мережних ЗМІ одну, персоналізовану на їх потреби, інтереси і пристрасті. Така персоналізація також задає іншу перспективу розвитку політико-адміністративних контактів з населенням, дає можливість і право самостійного вибору тих ЗМІ, котрі, з їх точки зору, найбільш со-

держательно, объективно и достоверно сообщают ту или иную информацию. Рост самостоятельности, в свою очередь, заставил по-другому относиться к распределению ролей между администрацией и аудиторией, которая через СМИ получила возможность транслировать власти свои предпочтения. В частности и прежде всего, это потребность в интересной и даже занимательной форме рассказа о деятельности администрации как представителя власти (*Komarova Natalya @KomarovaNatalya 16 февр. 2014 г.: Летела из Сочи (О победе узнала сразу, позвонил Редькин. Он с нашей делегацией на стадионе. Дети так кричали, в Москве слышно)*).

В новых медиа встроенная возможность сколь угодно глубокой иерархизации информации на основе ее гипертекстовой организации допускает практически любую степень детализации изложения, в то же время не загружая основное изложение ненужными деталями. Такая инфоцентричность дает возможность быстро ознакомиться с сутью события, его наиболее важными аспектами и деталями, не упуская подробностей, комментариев и анализа общей ситуации, которые как неотъемлемые компоненты текста систематизируются в многоуровневой гипертекстовой структуре. Таким же образом структурируются компоненты информации и в гипертекстовых медиопубликациях политико-административной коммуникации, что позволяет сделать их более насыщенными, привлекательными и менее громоздкими, казенными и официальными (*Сергей Собянин @MosSobyanin 5 мая: Сергей Собянин Ретвитнул(а) Москва. Целый километр исторических фотографий и документов. Сергей Собянин добавил(а), Москва @moscow. На Арбате открывается самый длинный фотолабиринт в мире! #ЦАО #Арбат #выставки <https://www.mos.ru/news/item/10695073> ...*).

Скорость передачи информации в интернет-СМИ, безусловно, делает их самыми оперативными и выгодно отличает от всех СМИ-оффлайн. Тем самым власть получает весьма действенный способ оперативного взаимодействия с массовой аудиторией. Медиавозможности в интернете способствуют скорости не только передачи, но и обмена информацией. Такая технологическая особенность интернета, как массмедиа, переводит новые медиа политико-административной коммуникации общества и власти на качественно новый уровень (*Komarova Natalya @KomarovaNatalya 17 сент. 2012 г.: Для уч-ов обсуждения «?» о «пьяной» преступности принятое решение разместили на нашем сайте ссылка <http://bit.ly/QvZ0xp>*).

Отличительной особенностью интернет-публикации является ее гибкость и динамичность, то есть готовность к постоянным изменениям. По мнению С. И. Выгонского, «технологии интернет-СМИ позволяют излагать материал различными способами, в любых образах и быстро его обновлять, дают возможность посетителям самим участвовать в построении страницы, поддерживая таким образом у них постоянный ин-

терес» [14, с. 81]. Тем самым повышается интерес интернет-аудитории и к текстам политико-административной коммуникации, создание которых подчиняется общим правилам формирования веб-контента:

Андрей Воробьев @VorobievAndrey 27 авг в 13:53: В Рузском районе. Поселок Колюбакино больше всего пострадал от урагана. Обсудили с жителями ход восстановительных работ. #руза #рузскийрайон.

Анна Демина: Губозакаталку им подарите... 27 авг. в 13:57

Александр Пахомов: Был там сразу после урагана! Ох уж потрепало район! 🌪️ 27 авг в 14:14

(Всего 13 откликов за 2 часа после публикации)

Таким образом, блогговые записи представителей политико-административной власти становятся новыми медиа, которые выполняют основополагающие функции журналистики и оказываются в полной мере задействованы в процессе достижения цели наиболее полного информирования общества о тех или иных административных действиях. Публикации содержат конкретное изложение факта и пояснение, формирующее у читателей определенное отношение к событию, что способствует реализации двух главных функций журналистики: информированию и воздействию на формирование общественного мнения. В то же время данные тексты демонстрируют и все ключевые характеристики «новых медиа», что в совокупности подтверждает их медийную сущность.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Лисова С. Ю. Средства массовой коммуникации в процессе формирования гражданского общества [Электронный ресурс]. – URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/sredstva-massovoy-kommunikatsii-v-protse-ssse-stanovleniya-grazhdanskogo-obschestva> (дата обращения: 04.04.2016).
2. Кастельс М., Киселёва Э. Россия и сетевое общество. Аналитическое исследование [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.socio.ru>. (дата обращения: 30.11.2015).
3. Цвик В. Л. Введение в журналистику: учеб. пособие. – М.: Регтайм, 2000. – 91 с.
4. Тертычный А. А. Жанры периодической печати. – М.: Аспект-Пресс, 2011. – 312 с.
5. Акопов А. И. Глобальное средство массовой информации. Литература в Интернете. // Журналистика и общество: научные работы, публицистика, рассказы и повести. Фонд науки и образования. – Ростов на/Д, 2015. – 356 с.
6. Корконосенко С. Г. Парадоксы нормативности в мире телекоммуникаций // Периодическая печать на пороге электронной эры: материалы науч.-практ. семинара «Современная периодическая печать в контексте коммуникативных процессов (мульти-медиа и газета завтрашнего дня)» (17–18 марта 1999 года, Санкт-Петербург) / отв. ред. Б. Я. Мисонжников. – СПб.: Санкт-Петербург. гос. ун-т, 2000. – С. 43–52.
7. Калмыков А. А. Интернет-журналистика как предмет научного исследования [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.ipk.ru/index.php?id=1565> (дата обращения: 21.02.15).

8. **Бакулев Г. П.** Конвергенция медиа и журналистика. – М.: Ин-т повышения квалификации работников телевидения и радиовещания, 2002. – 109 с.
9. **Шагалова О. В.** Интернет-СМИ Пермского края: типология и описание [Электронный ресурс]. – URL: http://psujourn.narod.ru/vestnik/vyp_3/shag_permnet.html (дата обращения: 30.04.2015).
10. **Машкова С. Г.** Интернет-журналистика. – Тамбов: ТГУ, 2006. – 80 с.
11. **Макаров М. Л.** Интерпретативный анализ дискурса в малой группе. – Тверь: Изд-во Тверского гос. ун-та, 1998. – 200 с.
12. **Философский словарь** / под ред. И. Т.Фролова. – М.: Политиздат, 1987. – 647 с.
13. **Пигалев А. И.** Культурология. – Волгоград: Изд-во ВолГУ, 1998. – 420 с.
14. **Выгонский С. И.** Обратная сторона интернета. Психология работы с компьютером и сетью. – М.: Приор, 2015. – 316 с.

REFERENCES

1. **Lisova S. Yu.** *Mass media in the process of civil society formation* [Electronic resource]. Available at: <http://cyberleninka.ru/article/n/sredstva-massovoy-kommunikatsii-v-protsesse-stanovleniya-grazhdanskogo-obschestva> (accessed: 04.04.2016).
2. **Castels M., Kiselyova E.** *Russia and the network society. Analytical study* [Electronic resource]. Available at: <http://www.socio.ru>. (accessed: 11.30.2015).
3. **Tsvik V. L.** (2000). *Introduction to journalism: a study guide*. Moscow: Ragtime Publ., 91 pp. (In Russian)
4. **Tertychny A. A.** (2011). *Genres of periodicals*. Moscow: Aspekt-Press Publ., 312 pp. (In Russian)
5. **Akopov A. I.** (2015). The Global Mass Media. Literature on the Internet. *Journalism and society: scientific works, journalism, stories and novels. Foundation for Science and Education*. Rostov-on-D, 356 pp. (In Russian)
6. **Korkonosenko S. G.** (2000). Paradoxes of normativity in the world of telecommunications. *Periodical press on the threshold of the electronic era: materials of scientific-practical seminar «Modern Periodic Press in the Context of Communication Processes (Multimedia and the Newspaper of Tomorrow)»* (March 17–18, 1999, St. Petersburg). Ed. B. Ya. Misonzhnikov. St. Petersburg: St. Petersburg State Univ. Publ., pp. 43–52. (In Russian)
7. **Kalmykov A. A.** *Internet journalism as a subject of scientific research* [Electronic resource]. Available at: <http://www.ipk.ru/index.php?id=1565> (accessed: 02.21.2015).
8. **Bakulev G. P.** (2002). *Convergence of media and journalism*. Moscow: Institute for Higher Education of Television and Radio Broadcasters Publ., 109 pp. (In Russian)
9. **Shagalova O. V.** *Internet media of the Perm region: typology and description* [Electronic resource]. Available at: http://psujourn.narod.ru/vestnik/vyp_3/shag_permnet.html (accessed: 04.04.2015).
10. **Mashkova S. G.** (2006). *Internet Journalism*. Tambov: TSU Publ., 80 pp. (In Russian)
11. **Makarov M. L.** (1998). *Interpretative analysis of discourse in a small group*. Tver: Publishing House of the Tver State University Publ., 200 pp. (In Russian)
12. **Philosophical dictionary**. Ed. I. T. Frolova. Moscow: Politizdat Publ., 647 pp. (In Russian)
13. **Pigalev A. I.** (1998). *Culturology*. Volgograd: Publishing House of VolGU Publ., 420 pp. (In Russian)
14. **Vygonsky S. I.** *The reverse side of the Internet. Psychology of working with a computer and a network*. Moscow: Prior Publ., 316 pp. (In Russian)

Принята редакцией: 25.05.2017