

На правах рукописи

Шамаев Иван Николаевич

**ЖУРНАЛИСТИКА И СОЦИАЛЬНЫЕ МЕДИА
В ЦИФРОВУЮ ЭПОХУ:
ОПЫТ РЕГИОНАЛЬНЫХ СМИ ВОЛГОГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ**

Специальность 10.01.10 – Журналистика

АВТОРЕФЕРАТ

диссертации на соискание ученой степени
кандидата филологических наук

Воронеж – 2019

Работа выполнена в ФГАОУ ВО «Волгоградский государственный университет»

Научный руководитель: доктор филологических наук,
доцент **Млечко Александр Владимирович**

Официальные оппоненты: **Лучинский Юрий Викторович**,
доктор филологических наук, профессор, ФГБОУ
ВО «Кубанский государственный университет»,
кафедра истории и правового регулирования
массовых коммуникаций, заведующий

Лазуткина Екатерина Валерьевна,
кандидат филологических наук, доцент, ФГБОУ ВО
«Астраханский государственный университет»,
кафедра теории и истории журналистики, доцент

Ведущая организация: **ФГБОУ ВО «Тамбовский государственный университет имени Г.Р. Державина»**

Защита состоится 17 декабря в 14.00 на заседании диссертационного совета Д.212.028.18 при Воронежском государственном университете по адресу: 394068, г. Воронеж, ул. Хользунова, 40а, к. 119.

С диссертацией можно ознакомиться в научной библиотеке Воронежского государственного университета и на сайте www.science.vsu.ru

Автореферат разослан 17 октября 2019 года.

Ученый секретарь

диссертационного совета

кандидат филологических наук

Кажикин Александр Александрович

I. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность темы исследования.

Новые коммуникативные модели, развитие которых связано с информационными технологиями, оказывают значительное влияние на современную цивилизацию. Увеличение интенсивности информационных потоков наблюдается во всех сферах общественной жизни. Изучение этого феномена имеет не только общетеоретическое значение, но также тесно связано с практической деятельностью.

Вопрос ориентации в информационном пространстве, отбора из огромного массива данных сведений, отличающихся высокой степенью релевантности для отдельной личности с ее интересами и социальными связями, становится основополагающим на современном этапе развития цифровых коммуникаций.

Более того, трансформации коммуникативных парадигм неизбежно детерминировали появление новых моделей потребления социально важной информации, ликвидировав монополию СМИ и поставив пользователей перед необходимостью самостоятельно формировать ленту подписки в интерактивных медиа, а также участвовать в иных действиях по отбору, оценке, распространению, видоизменению и продуцированию информации, максимально приближенной к журналистской. Это положение предопределяет всеобщность изучаемого феномена и его актуальность.

В представленном диссертационном исследовании рассматривается комплексная проблема репрезентации общественно важной информации в пространстве современных цифровых интерактивных медиа, акцент при этом делается на том, как она представлена в социальных сетях, а также на том, какими принципами работы в них руководствуются региональные СМИ.

Степень научной разработанности проблемы.

Широкий общественный интерес к указанному феномену сочетается с низкой степенью научной разработанности темы. В первую очередь это

положение связано с подвижностью самой системы социальных медиа, в том числе социальных сетей, а также направлениями представления в них журналистской информации. Информационные потоки постоянно изменяют свой объем и направление, а многие научные работы, аутентично описывающие положение дел в системе несколько лет назад, крайне быстро теряют свою актуальность.

Решение этой проблемы в данном исследовании связано с опорой на общетеоретические исследования, ориентированные на фундаментальные законы функционирования коммуникативных моделей и связанные с именами таких ученых, как А.И. Акопов, С.Д. Балмаева, Я.Н. Засурский, И.И. Засурский, И.В. Кирия, С.Г. Корконосенко, М.М. Лукина, Е.П. Прохоров, В.В. Тулупов, И.Д. Фомичева¹. В контексте диссертационной работы подобные труды становятся базисом, вокруг которого строится представление о специфических чертах репрезентации журналистского контента в пространстве новых медиа, подкрепленное эмпирическими исследованиями.

В части исторических исследований, посвященных становлению социальных медиа Рунета – от авторских проектов к первым интернет-СМИ, а затем к пространству блогосферы и социальных сетей – наиболее важным представляется опыт, обобщенный в трудах таких теоретиков и практиков, как В.Л. Волохонский, Е.А. Горный, Ю.Е. Зайцева, Д.В. Иванов, А.А. Калмыков, А.Б. Носик, Д.В. Смирнов, М.М. Соколов². Этот аспект является значимым

¹ Акопов, А.И. Периодические издания [Текст] / А.И. Акопов. – Рн/Д – МП «Книга», 1999; Как новые медиа изменили журналистику. 2012-2016 [Электрон. ресурс] / под ред. С.Д. Балмаевой и М.М. Лукиной. – Екатеринбург, 2016; Засурский, Я.Н. Информационное общество, интернет и новые средства массовой информации [Текст] / Я.Н. Засурский // Информационное общество. – 2001; Интернет и интерактивные медиа-исследования [Текст] / отв. ред. И.И. Засурский. – В 2-х ч. – М.: Изд-во МГУ, 2007; Кирия, И.В. Мультимедиа и новые принципы новостей [Текст] / И.В. Кирия // Журналистика и конвергенция: почему и как традиционные СМИ превращаются в мультимедийные. – М., 2010; Корконосенко, С.Г. Основы теории журналистики [Текст] / С.Г. Корконосенко. – СПб : Изд. СПбГУ, 1995; Лукина, М.М., Фомичева, И.Д. СМИ в пространстве Интернета. [Текст] / М.М. Лукина, И.Д. Фомичева. // Серия «Интернет-журналистика», выпуск 1. – М.: Изд-во факультета журналистики МГУ, 2005; Прохоров, Е.П. Введение в теорию журналистики. [Текст] / Е.П. Прохоров. – М.: Изд. «РИП – холдинг», 1998; Тулупов, В.В. Региональная журналистика: сегодня и завтра [Текст] / В.В. Тулупов // Вопросы теории и практики журналистики. – 2013. – № 2.; Фомичева, И.Д. Социология интернет-СМИ. [Текст] / И.Д. Фомичева // Серия «Интернет-журналистика», выпуск 2. – М.: Изд-во факультета журналистики МГУ, 2005.

² Личность и межличностное взаимодействие в сети Internet. Блоги: новая реальность. [Текст] / отв. ред.

как при составлении эволюционной цепочки форм социальных медиа и моделей их взаимодействия с институтами профессиональной журналистики, так и при изучении их текущего состояния, диахронный и синхронный аспекты в этом плане органично связаны.

Зарубежный опыт изучения журналистики в эпоху новых медиа и социальных сетей, а также сопряженных с ними трансформаций представлен в работах Д. Бойда, Л. Гуда, М. Кастельса, М. Маклюэна, Т. О'Райли³. В них предпринимаются попытки обосновать место профессионала сферы медиа в интерактивной среде. Таким образом, они – при учете специфических черт Рунета – могут и должны использоваться в работах, посвященных российским СМИ.

Еще одним фактором, напрямую влияющим на степень научной разработанности темы и, соответственно, на представленную диссертацию, является необходимость применять междисциплинарный подход, включающий элементы психологии коммуникаций, социологии коммуникаций, истории коммуникаций, философии и ряда иных направлений. Осмысление в этом случае должно вестись на различных уровнях. Если

В.Л. Волохонский, Ю.Е. Зайцева, М.М. Соколов. – СПб. : Изд-во СПбГУ, 2006; Горный, Е.А. Онтология виртуальной личности [Электрон. ресурс] / Е.А. Горный // Сетевая словесность. – Режим доступа: <http://www.netslova.ru/gorny/selected/ovl.html> – 2007; Горный, Е.А. Русский Life Journal: влияние культурной идентичности на развитие виртуального сообщества [Текст] / Е.А. Горный // Control+Shift: публичное и личное в русском интернете: сборник статей. – М.: Новое литературное обозрение, 2009; Иванов Д.В., Виртуализация общества [Текст] / Д.В. Иванов – СПб.: «Петербургское Востоковедение», 2000; Калмыков, А.А. Интернет-журналистика. [Текст] / А.А. Калмыков. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2005; Носик, А.Б. Блоггинг: точки пересечения с интернет-СМИ и возможное развитие в российской реальности [Электрон. ресурс] / А.Б. Носик. – Режим доступа: <http://webplanet.ru/news/readingroom/2005/9/26/nossik.html> – 1999; Носик, А.Б. СМИ русского интернета: теория и практика. [Электрон. ресурс] / А.Б. Носик. – Режим доступа: <http://nethistory.ru/biblio/1043177564.html> – 2001; Смирнов, Д.В. Авторские проекты как пример адекватной реализации свойств Интернета [Электрон. ресурс] / Д.В. Смирнов. – Режим доступа: <http://spectator.ru/diploma> – 2002.

³ Boyd, D. M. Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship / D. M. Boyd, N. B. Ellison // Journal of Computer-Mediated Communication. - 2008. - № 13; Goode, L. Social news, citizen journalism and democracy [Electronic resource] / L. Goode. – 2009. – Access mode: <http://nms.sagepub.com/content/11/8/1287.abstract> – 2016; Кастельс, М. Галактика Интернет: Размышления об Интернете, бизнесе и обществе. [Текст] / М. Кастельс. – Екатеринбург: У-Фактория, 2004; Маклюэн, М. Галактика Гутенберга: Становление человека печатающего. [Текст] / М. Маклюэн. – М.: Академический Проект: Фонд «Мир», 2005; O'Reilly, T. Inventing the Future [Electronic resource] / O'Reilly. – Access mode: <http://www.oreillynet.com/pub/a/network/2002/04/09/future.html> – 2002.

принять теорию Р. Мертон⁴ о наличии «среднего уровня», то можно выделить следующие ступени исследования:

1) глобальное осмысление процессов, кардинально меняющих информационное пространство и поступательно повышающих его значимость;

2) изучение отдельных направлений и типов СМИ, а также того, какую специфику имеют современные информационные процессы в применении к данным медиа;

3) конкретные исследования, проводимые отдельным изданием или даже журналистом, имеющие целью установить, какие направления его деятельности соприкасаются с современными информационными процессами, как придать этому взаимодействию наиболее продуктивный характер.

В диссертации наибольшее внимание уделено первым двум уровням, которые представляются репрезентативными с точки зрения взаимодействия теоретических конструктов и практики. Третий уровень затронут в его непосредственной и органичной связи с первыми двумя. В то же время выделение нескольких обобщающих коммуникативных моделей, которые используют сообщества, ориентированные на распространение общественно значимой информации в пространстве социальных сетей, базируется на результате эмпирических исследований.

Вышеперечисленные факторы задают магистральное направление изучения связи журналистики и социальных медиа. Выявленные проблемы обуславливают тот факт, что представления о месте журналистской информации, представленной в социальных медиа, в системе массовой коммуникации на данный момент отличаются высокой степенью неопределенности. Это привело к образованию научной лакуны, заполнение которой становится не просто **актуальным** и обладающим серьезным эвристическим потенциалом, но также применимым при обращении к

⁴ Мертон, Р.К. Социальная теория и социальная структура [Текст] / Р.К. Мертон. – М.: АСТ, Хранитель, 2006.

ежедневным коммуникативным практикам пользователей, то есть **практически значимым**. В этом контексте осмысление феномена социальных медиа и его связи с традиционной журналистикой становится необходимым шагом к наиболее полному и конгруэнтному применению возможностей современного коммуникативного пространства.

Актуальность диссертации состоит в определении механизмов создания, распространения и изменения социально значимой информации в пространстве социальных медиа, определении их связей с журналистикой, выделения коммуникативных моделей, используемых на данном этапе развития региональной коммуникативной площадки, прогнозировании их трансформаций.

Цель исследования – выявить специфику взаимодействия журналистики и социальных медиа как связанных коммуникативных феноменов, то есть охарактеризовать основные направления журналисткой деятельности, связанной с социальными медиа.

Объектом исследования становятся коммуникативные процессы, связанные с журналистикой, внутри пространства социальных медиа.

Предметом исследования выступает специфика отражения общественно значимой информации в социальных медиа внутри региональной коммуникативной площадки на примере Волгоградской области.

Поставленная цель работы реализуется в процессе решения следующих исследовательских **задач**:

- 1) определить исторические, социальные и философские предпосылки, которые оказали влияние на формирование социальных медиа Рунета как площадки для обсуждения социально значимых проблем;
- 2) выявить специфические черты репрезентации журналистского контента в пространстве социальных медиа;

3) раскрыть особенности медиапотребления в социальных медиа (в первую очередь в социальных сетях) через формирование индивидуальной ленты подписки и трактовочно-комментарийных комплексов;

4) охарактеризовать коммуникативные модели, применяемые региональными СМИ и иными сообществами, ориентированными на распространение журналистского контента, в пространстве социальных медиа.

Теоретическую основу диссертации составляют фундаментальные труды, монографии, а также статьи отечественных и зарубежных авторов, часть которых мы упомянули выше, касаясь степени научной разработанности темы. Эти работы как напрямую касаются новых медиа, так и опосредованно относятся к этому феномену, помогая раскрыть предпосылки его появления и социокультурный контекст.

Эмпирическая база представленного исследования состоит из публикаций в региональных волгоградских изданиях («Блокнот Волгоград», «Волга-Медиа», «Высота 102», РИАЦ), их электронных версиях и в официальных сообществах в социальных сетях «ВКонтакте», Facebook и Instagram. Также она включает аккаунты пресс-служб в социальных сетях и контент сообществ, которые не связаны ни с одним профессиональным СМИ, но при этом ориентированы на распространение информации, максимально приближенной к журналистской («Жесть Волгограда», «НЕ типичный Волгоград», «Типичный Волгоград»).

Новизна диссертационного исследования.

Научная новизна диссертационного исследования заключается в осмыслении репрезентации журналистской информации в социальных медиа как явления, основанного на определенных базовых принципах, коммуникативной парадигме, которая, с одной стороны, связана с традиционной журналистикой, а с другой – обладает специфическими чертами, нуждающимися в детальном изучении. В то время как многие труды, посвященные этому феномену, ограничиваются максимально конкретными

исследованиями, посвященными какому-либо СМИ и его индивидуальной стратегии распространения контента в пространстве социальных сетей, в представленной работе применяется комплексный подход, основанный на связи эмпирических исследований и теоретических конструктов, обобщающих накопленный материал и сопоставляющих его с репрезентованными ранее, в том числе и в доинтернетовский период, коммуникативными стратегиями.

Комплексный подход включает как упоминаемое выше органичное соединение диахронного и синхронного аспектов, так и использование дискурс-анализа, контент-анализа (той его модификации, что учитывает и традиционные характеристики СМИ и связанных с ними сообществ в социальных сетях, и их специфические черты). Подобный симбиоз теории и практики позволил выявить коммуникативные модели, используемые при создании, распространении и модификации социально значимой информации в пространстве социальных медиа. В результате были расширены представления о традиционной, пользовательской и имиджевой коммуникативных моделях в чистом виде, а также об их взаимодействии.

В ходе исследования модификаций, которые претерпевает текст, в том числе журналистский, в пространстве социальных медиа, возникла принципиальная необходимость выделения категории, характеризующей эти трансформации. В итоге в диссертационном исследовании впервые вводится и получает обоснование понятие трактовочно-комментарийного комплекса – многослойного образования, оказывающего значительное влияние на смысл текста, способного как добавлять ему оттенки, так и смещать расставленные в первоисточнике акценты. Его природа дуалистична: с одной стороны, трактовочно-комментарийный комплекс оказывается неразрывно связан с текстом-первоисточником, с другой – выступает по отношению к нему как элемент отчуждения. В работе рассматриваются такие базовые элементы трактовочно-комментарийного комплекса, как комментарий, репост, опрос, хэштег и некоторые другие. Выделенная категория может использоваться в

различных исследованиях, посвященных как феномену коммуникации в социальных медиа, так и в иных областях, например, в работах, связанных с мотивационной составляющей авторов и соавторов текстов.

Сформулированная цель и задачи диссертационного исследования позволили выдвинуть **гипотезу**, которая заключается в том, что журналистская и иная общественно значимая информация, представленная в пространстве социальных медиа, в первую очередь в социальных сетях, играет важную роль внутри региональной коммуникативной площадки, занимая в ней органичное место. В то же время она видоизменяет эту систему, расширяя функциональные границы деятельности как профессионального журналиста, так и потребителя медиапродукта. Четко определить эту роль позволяют коммуникативные модели, о которых мы уже писали выше, а также характер их взаимодействия.

Пользовательская, традиционная и имиджевая модели связаны с двумя разнонаправленными тенденциями. С одной стороны, это усиление медийной составляющей, дальнейшая интеграция между СМИ и сообществами в социальных сетях, которая способна для первых обеспечивать пользовательский трафик и приток свежей информации от очевидцев, для вторых – увеличивать долю профессионально подготовленного контента. С другой – повышение медиаграмотности самих пользователей, их способности ориентироваться в информационном поле и становиться его частью. Несмотря на сложность и высокую динамичность объекта изучения, именно с этими двумя тенденциями связано будущее регионального сектора сообществ, ориентированных на распространение социально значимой информации.

Методологическая основа исследования корреспондирует с применяемым комплексным подходом к изучаемому объекту. Она включает как общенаучные методы (индукция, дедукция, анализ и синтез), так и специальные, в том числе исторический, дискурс-анализ и контент-анализ. Особенностью становится опора на теоретические конструкты, сформулированные в доинтернетовский период.

Комплексный подход подразумевает наличие целого ряда методологических векторов, связанных как с фундаментальными исследованиями, так и со специальными, выбор которых продиктован особенностями объекта и предмета исследования. Общетеоретическую базу диссертации составили работы таких исследователей (помимо названных выше), как Е.В. Ахмадулин, Е.В. Лазуткина, Ю.В. Лучинский, В.В. Хорольский, А.М. Шестерина⁵. Историко-сравнительный метод, применяемый в диссертационном исследовании, связан с работами таких ученых, как Н. Больц, А.А. Деникин, А.И. Черных⁶.

При анализе философских оснований функционирования системы социальных медиа Рунета, в центре нашего внимания оказались исследования таких отечественных и зарубежных представителей научного сообщества, как П. Бергер, Ж. Бодрийар, Ф. Гваттари, Ж. Делез, В.А. Емелин, Т. Лукман⁷.

Применяемый дискурс-анализ связан с особенностями объекта диссертационного исследования. Его базовые характеристики получают основание в работах М.М. Бахтина, М.В. Йоргенсен, Ю. Кристевой, М.Л. Макарова, Л.Д. Филлипс, М. Фуко⁸.

⁵ Ахмадулин Е.В. Краткий курс теории журналистики [Текст] / Е.В. Ахмадулин. – М.: ИКЦ «МарТ», 2006; Лазуткина, Е.В. Проблемно-объектный комплекс регулирования новостной информации в блогосфере Рунета [Текст] / Е.В. Лазуткина. – Астрахань: Волга, 2011; Лучинский, Ю.В. Медиатизация в условиях глобализации: мессианство и неоархаика. [Текст] / Ю.В. Лучинский // Медийные стратегии современного мира Материалы Международной научно-практической конференции. – 2007; Хорольский, В.В. Журналистика в глобализирующемся мире: новые вызовы и теоретические подходы [Текст] / В.В. Хорольский // Коммуникация в современном мире Материалы Всероссийской научно-практической конференции «Проблемы массовой коммуникации». – 2009; Шестерина, А.М. Психология журналистики [Текст] / А.М. Шестерина – Издательство Воронежского государственного университета – Ч. 1. – 2011.

⁶ Больц, Н. Алфавит медиа [Текст] / Н. Больц. – М.: Изд. «Европа», 2010; Деникин, А.А. О некоторых особенностях Новых медиа [Текст] / А.А. Деникин // Художественная культура. – 2013; Черных, А.И. Мир Современных медиа [Текст] / А.И. Черных. – М. Изд. Дом «Территория будущего», 2007.

⁷ Бергер, П., Лукман, Т. Социальное конструирование реальности [Текст] / П. Бергер, Т. Лукман – М., «Медиум», 1995; Бодрийар, Ж. Симулякры и симуляция [Электрон. ресурс] / Ж. Бодрийар – Режим доступа: http://lit.lib.ru/k/kachalow_a/simulacres_et_simulation.shtml; Делёз, Ж., Гваттари, Ф. Анти-Эдип: Капитализм и шизофрения — Екатеринбург: У-Фактория, 2007; Емелин, В.А. Ризома и Интернет [Электрон. ресурс] / В.А. Емелин. – М., 2004.

⁸ Бахтин, М. М. Эстетика словесного творчества [Текст] / М. М. Бахтин. – М., 1979; Йоргенсен, М.В, Филлипс, Л.Д. Дискурс-анализ: теория и метод [Текст] / М.В. Йоргенсен, Л.Д. Филлипс – Харьков : Гуманитарный центр, 2008; Кристева Ю. Бахтин, слово, диалог и роман [Текст] // Французская семиотика от структурализма к постструктурализму под ред. Косиковой Г.К – М., 2000; Макаров М.Л. Основы теории дискурса [Текст] / М.Л. Макаров – М. 2003; Фуко, М. Археология знания [Текст] / М.Фуко – СПб, 2004.

Широко применяется контент-анализ сообществ, ориентированных на распространение социально значимой информации, в пространстве социальных сетей. Он учитывает и традиционные характеристики, связанные с аудиторией, тематикой сообщений, и относительно новые (например, использование гипертекста и мультимедиа), и специфические (введенное в исследовании понятие трактовочно-комментарийного комплекса). С этим процессом связан и сопоставительный анализ, позволяющий дать классификацию применяемых на практике коммуникативных моделей и впоследствии позволяющий применять системный анализ.

В рамках установления границ изучаемого феномена и его влияния на сопряженные социокультурные явления применялся дискурс-анализ.

Хронологические рамки диссертационного исследования охватывают период от становления Рунета (вторая половина 90-х годов XX века) вплоть до современности. Акцент делается на актуальном состоянии системы социальных медиа, в которой доминирующее положение занимают социальные сети как базовый ресурс для потребления информации. При этом дается подробный исторический экскурс, позволяющий проследить эволюцию форм социальных медиа в Рунете в целом и в Волгоградской области в частности. Также в работе даются прогнозы по их развитию и рекомендации по использованию коммуникативной площадки профессионалами сферы медиа.

Теоретическое и практическое значение диссертационного исследования связано с применением комплексного подхода, который позволяет не только описывать существующие коммуникативные модели, которые находят свое воплощение в пространстве социальных медиа на данном этапе их развития, но также вписать эти модели в единую систему, связанную в том числе с традиционными СМИ. Классификация и выделение достоинств и недостатков каждой коммуникативной стратегии, связанной с представлением общественно значимой информации в социальных медиа, представляются значимыми и в плане получения единой научной картины,

связанной с изучаемым феноменом, и в контексте практической работы профессионального журналиста.

Отметим также, что в диссертации рассматривается вопрос медиапотребления и изменения роли пользователя, который получает общественно важную информацию с помощью социальных медиа. Таким образом, работа имеет значение как для исследователей и практиков медиасферы, так и для тех, кто профессионально с ней не связан.

В завершающей части диссертационного исследования даются практические рекомендации для представителей региональных медиа по использованию пространства социальных сетей как площадки для распространения контента и позиционирования издания. Эти выводы с известными оговорками можно экстраполировать на иные региональные коммуникативные площадки.

Положения, выносимые на защиту.

1) На становление системы социальных медиа как коммуникативной площадки для обсуждения социально значимых вопросов оказал влияние целый комплекс сетевых и внесетевых, в первую очередь социокультурных, факторов. Социальные медиа Рунета прошли серьезный эволюционный путь, связанный с развитием технологий, форматов и способов их осмысления. На данном этапе представлений о социальных медиа место тезиса об их оппозиции традиционной журналистике занимает комплексный подход, органично вписывающий их в единую коммуникативную систему и позволяющий рассматривать как важную часть этой системы.

2) Процесс развития двусторонней коммуникации в социальных медиа, эволюция пользователей от интернет-аудитории к интернет-сообществу коррелируют с теорией трансформации публичной сферы, а также с тенденцией к развитию гражданской журналистики. Феномен формирования пользователем индивидуальной ленты подписки и его активное участие в коммуникативных процессах касается как профессиональных журналистов, так и медиапотребителей, чья роль также изменяется благодаря новым

интерактивным медиа. Изменения в медиапотреблении, связанные с трансформацией роли реципиента и сдвигом общей коммуникативной парадигмы, имеют серьезные когнитивные последствия. Модели активности пользователя, осуществляющего в пространстве социальных медиа отбор, оценку, репрезентацию, комментирование и продуцирование информации, актуализируют медиапросветительский дискурс. Сейчас, однако, подобная деятельность во многом имеет бессистемный характер.

3) Социальные медиа в силу своего ризомного характера органически дополняют систему каналов распространения контента в СМИ, но также способны видоизменять информацию, формируя трактовочно-комментарийные комплексы. Последние неразрывно связаны с ризомной структурой социальных медиа и во многом формируют новый тип текста.

4) В настоящее время сообщества, ориентированные на распространение общественно важной информации в социальных сетях как наиболее распространенной форме социальных медиа, используют несколько коммуникативных моделей, среди которых мы выделили пользовательскую, традиционную и имиджевую. Каждая из них в той или иной степени учитывает особенности коммуникативной площадки, обладая определенными достоинствами и недостатками. Выделенные модели встречаются как в чистом виде, так и в качестве сочетаний, изучение которых представляется перспективным и с научной, и с практической точки зрения.

Апробация результатов исследования.

Результаты исследования были представлены в докладах на международных конференциях студентов и аспирантов «Средства массовой информации в современном мире. Молодые исследователи» (Санкт-Петербург, 9-11 марта 2016 г., 15-17 марта 2017 г.); международных научно-практических конференциях «Медийные стратегии современного мира» (Сочи, 31 октября-4 ноября 2016 г., 1-4 ноября 2017 г.); всероссийских научно-практических конференциях аспирантов и студентов «Проблемы массовой коммуникации: новые подходы» (Воронеж, 29-30 октября 2015 г., 27-28

октября 2016 г., 26-27 октября 2017 г.); ежегодных апрельских научных сессиях ВолГУ (Волгоград, апрель 2016, 2017, 2018 г.), а также обсуждались на заседании кафедры русской филологии и журналистики ВолГУ.

Структура работы. Представленное научное исследование состоит из введения, трех глав, заключения и списка литературы, содержащего 196 источников.

II. ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во **введении** определяется актуальность работы, ее цель и задачи, предмет и объект, новизна, дается краткая характеристика степени научной разработанности темы, обрисовывается теоретическая основа и эмпирическая база исследования, его методологическая основа, формулируется гипотеза и положения, выносимые на защиту.

В первой главе **«Социальные медиа Рунета: предпосылки, социокультурный контекст, эволюция форм»** раскрывается сущность феномена социальных медиа, описывается его история и текущее положение. Глава состоит из двух параграфов.

В первом параграфе **«Социальные медиа в системе массовой коммуникации»** дана характеристика терминологической парадигмы, что представляется необходимым в контексте малоизученности темы и связанной с этим неустойчивости границ дефиниций.

Также обосновывается переход от представлений о революционных трансформациях, связанных с новыми медиа, к разворачиванию эволюционной цепочки – от оппозиции по отношению к традиционным СМИ к их симбиозу. Эволюция социальных медиа и изменение их форм продемонстрировали, что они, с одной стороны, не претендуют на скорое замещение традиционного журналистского продукта, с другой – оказывают заметное влияние на медиасистему, встраиваясь в нее и тем самым видоизменяя.

Второй параграф **«Генезис социальных медиа Рунета»** представляет собой историческое исследование форм социальных медиа Рунета с середины и конца 90-х до современности. Дается характеристика таких феноменов, как

авторские проекты, первые СМИ в Рунете, форумы и чаты, блогосфера и, наконец, социальные сети. При этом учитываются как технологические детерминанты этой системы, так и социокультурный контекст, акцент делается на причинах сменяемости той или иной формы социальных медиа и на органической связи с традиционными СМИ и складыванием единой коммуникативной системы. Уже на ранней стадии функционирования новых медиа Рунета они создавали прецедент включенности в обсуждение социально важных проблем, с самого начала своего существования в русскоязычном сегменте Интернета служа частью медиапросветительской культуры, приобщая пользователей к процессам отбора, оценки, комментирования и распространения сообщений.

На данный момент социальные сети как наиболее распространенная форма новых медиа являются для пользователей так называемой «стартовой страницей». В этих условиях потребители медиапродукта либо читают тексты, размещенные непосредственно внутри индивидуальной ленты подписки, либо видят в ней анонс и на небольшой промежуток времени переходят на иной сайт, где размещен заинтересовавший их материал.

Таким образом, существенные изменения претерпевает система потребления медиаконтента: если ранее пользователь организовывал личностное коммуникативное пространство в блогосфере, задавая количественные и качественные параметры информации, которую он получит из блогов и из предпочитаемых онлайн СМИ, формирующих новостную повестку, то сейчас он самостоятельно создает персонализированную новостную ленту в социальной сети, во многом выступая модератором источников сообщений, которые ежедневно будет просматривать.

Функциональное расширение границ гражданской журналистики, которая включает не только производство медиаконтента, но также его оценку, комментирование, распространение и даже потребление, отражено в переходе от понятия интернет-аудитории к концепту интернет-сообщества.

Деформациям моделей медиапотребления сложно дать однозначную оценку. С одной стороны, вовлечение потребителей в процессы модерации, перманентного выбора медиаресурсов, их оценки, комментирования и продвижения, выраженные в первую очередь в составлении персонализированной ленты подписки в социальных сетях, несет позитивные изменения, выполняя просветительские функции. С другой – неподготовленность рядового пользователя к ориентации в информационном пространстве, имеющем тенденцию к усложнению в цифровую эпоху, неразличимость новостного и сугубо развлекательного контента приводит к стрессовым ситуациям для потребителя информации, а также ставит перед профессиональными журналистами задачи модернизации принципов создания контента, его подачи и распространения. В контексте изложенного особую актуальность приобретает вопрос функционирования журналистских текстов внутри пространства социальных медиа.

Во второй главе **«Философские основания функционирования современных интерактивных медиа»** изучаемый феномен рассматривается в контексте связей с доминирующими философскими концепциями. Акцент делается на органичной связи социальных медиа с постструктуралистской философской мыслью. Также данный феномен изучается с точки зрения дискурс-анализа. Социальные медиа рассматриваются как органически вписанные в систему постмодернистского мировоззрения, но перманентно пытающиеся выйти за пределы этой системы.

В первом параграфе второй главы **«Постструктуралистская философская мысль и пространство социальных медиа»** выделяются основные характеристики, связывающие указанные феномены.

Одной из структурных особенностей системы социальных медиа является нелинейность и отсутствие централизации, что позволяет проводить параллели с хаотичной корневой структурой – ризомой (понятие, введенное в философский дискурс Ж. Делезом и Ф. Гваттари). Подчеркивая принципиальную децентрализованность системы, стоит, однако, отметить, что

в ней ярко проявляются чередующиеся семантические доминанты, появляющиеся, получающие свое развитие и сменяющие друг друга далеко не в случайном порядке, а в соответствии с определенными правилами. Так, распространение текстов в социальных медиа во многом зависит от плотности их связи с самим социумом, определенными аудиторными группами, представленными в Рунете. С общественными ожиданиями связана и их трансформация, обрастание смыслами в процессе ретрансляции.

В процессе исследования введено понятие трактовочно-комментарийного комплекса – пласта комментариев, хештегов, опросов и т.д., в том числе общего контекста ресурса, в который попадает текст. Выделение этого концепта и его изучение необходимо для адекватного анализа семантического комплекса, с которым сталкивается реципиент. Выявление подобного комплекса позволяет рассматривать текст социальных медиа как нелинейную структуру, во многом полиморфную и обрастающую новыми значениями, либо утрачивающую часть из них. Таким образом, первоисточник текста выступает лишь как исходная точка для интерпретации, а не монолитный смысловой центр, исключая структурную гетерогенность.

Виртуальность, получившую широкое распространение в социальных медиа Рунета, необходимо рассматривать в едином комплексе с теорией симулякров Ж. Бодрийара. Социальные медиа с самого своего появления испытывают тяготение к некой форме виртуальности, с одной стороны, обращаясь к фактам окружающей действительности, с другой – переосмысливая их, создавая определенный образ, в той или иной степени совпадающий с процессами объективной реальности. Более того, в процессе своей эволюции они все чаще испытывают на себе влияние медийного дискурса, а постоянно нарастающее присутствие в них политических акторов и общественных объединений увеличивает количество имиджевых символов, с избытком наполняя симулякрами ту среду, которая генетически готова их принимать. В то же время сетевая активность представляется не самозамкнутой, она способна коррелировать с иными видами активности.

Социальные медиа, с одной стороны, являются порождением виртуальной среды, с другой – реакцией на эту среду. Подобная двойственность во многом определяет сущность изучаемого феномена.

Во втором параграфе второй главы **«Социальные медиа как полидискурсивные образования»** рассматривается их конституирующий потенциал, а также влияние, которое они оказывают на идентичность пользователя и на производителя медиаконтента. Комбинация дискурсов в текстах социальных медиа и их артикуляция изучается в контексте интертекстуальности, отсылающей к теории диалогичности М.М. Бахтина, а также интердискурсивности. Распространенные представления о борьбе дискурсов и гегемонии одного из них, связанного с доминирующими социальными практиками, заменяются картиной о взаимодействии дискурсов.

Дискурс социальных медиа представляет собой органическую часть общего медийного дискурса, границы которого остаются размытыми. Практически все традиционные сферы общественной жизни, начиная политикой и заканчивая спортом, испытывают значительное влияние медийной среды.

Внутри самого медийного дискурса место дискурса социальных медиа также не имеет четких границ. Долгое время его место идентифицировалось как оппозиционное по отношению к дискурсу традиционных СМИ, также претерпевавшему изменения. Сейчас эти две подсистемы перешли от состояния конфронтации к симбиозу.

Современное общество характеризуется увеличением количества социальных ролей и их усиливающейся изменчивостью. Самоидентификация сопряжена с конструированием определенных социальных ролей самим человеком. Одной из них становится сетевая идентичность.

Рассматривая проблему сетевой идентичности в социальных медиа, необходимо отметить несколько значимых моментов. Во-первых, во время конструирования сетевой идентичности значимой оказывается не только представленная пользователем информация, но и та, что он не сообщает о себе.

Во-вторых, от неуказанной информации следует отличать заведомо неверную. В качестве создателя контента подобный пользователь рассматривается как один из главных источников так называемых «фейков» (fake news). В-третьих, конструирование сетевой идентичности бессознательно или целенаправленно связано с желательным образом, который не всегда полностью соответствует реальному.

Изменения, детерминированные дискурсом социальных медиа, затронули все сферы журналистской деятельности: от сбора информации до ее распространения. Подобное положение ставит перед медиапрофессионалами новые задачи, которые в той или иной степени отражаются и на профессиональной идентичности журналиста. Дискурс-анализ сообществ региональных СМИ в социальных сетях, а также сообществ, не связанных с тем или иным СМИ, но ориентированных на освещение общественно важных вопросов, говорит о том, что интердискурсивность подкрепляется включенностью в общий контекст социальных медиа.

В то же время превалирующее значение медийного дискурса при минимальном использовании прочих становится одной из причин малой популярности сообществ региональных СМИ в социальных сетях. В контексте конструирования профессиональной идентичности это означает, что региональные СМИ рассматривают своих подписчиков исключительно как потребителей медиапродукта. Сообщества, распространяющие социально значимую информацию, но при этом не связанные с профессиональными СМИ, подходят к этому вопросу более комплексно, формируя некие общности вокруг ресурса.

Интердискурсивность свидетельствует о принципиальной незавершенности процесса выстраивания коммуникативных моделей в сообществах, ориентированных на продуцирование социально значимого контента, об их поливариантивности и – в какой-то мере – ризомности. Наличие доминирующего медийного дискурса не исключает полностью продолжающегося процесса выстраивания системы, не задает строгой

иерархии, хотя во многом и определяет границы этой модели. Включения иных дискурсов становятся причиной флуктуаций, влияющих на неповторимый облик того или иного ресурса в пространстве социальных сетей.

В третьей главе представленного диссертационного исследования **«Особенности функционирования волгоградских СМИ в пространстве социальных медиа: практический аспект»** на основе эмпирических исследований сообществ волгоградских СМИ («Блокнот Волгоград» и «Волга-Медиа»); группы, не связанной с профессиональными изданиями, но ориентированной на распространение общественно значимого контента («Жесть Волгограда»), а также пресс-службы Администрации Волгоградской области в социальных сетях выделяются несколько коммуникативных моделей.

Первая из них, обозначенная как пользовательская, рассматривается в первом параграфе третьей главы **«Медийный потенциал региональных сообществ общественной направленности в социальных сетях»**. Для подобных сообществ характерно широкое привлечение пользователей не только к процессу формирования трактовочно-комментарийного комплекса, но и к продуцированию контента в виде текста, фотографий и – реже – видеороликов. Исходный медиапродукт в дальнейшем может становиться частью истории, подготовленной профессионалами СМИ. В подобных сообществах информационная функция выступает в симбиозе с рекреативной, функцией общения и проч.

Во втором параграфе третьей главы **«Региональные СМИ в пространстве социальных сетей»** рассматривается традиционная коммуникативная модель, которой придерживаются сетевые издания при позиционировании в пространстве социальных сетей. Участие пользователей в процессе производства медийного контента здесь ограничено, однако они с разной долей включенности формируют трактовочно-комментарийный комплекс, так или иначе проявляя свою включенность в медиапроцессы. На

региональном медиарынке наиболее успешными представляются издания, адаптировавшиеся на новых коммуникативных площадках. Примером этому стал компаративный анализ изданий «Волга-Медиа» и «Блокнот Волгоград». Если первое отстает в плане эффективности использования социальных сетей (в первую очередь «ВКонтакте» и Facebook), то второе выглядит вполне адаптировавшимся к особенностям этих ресурсов. Тенденция к увеличению числа пользователей, для которых именно социальные сети становятся точкой входа на тот или иной информационный ресурс, заостряет внимание профессионалов медиа на этом вопросе.

Третий параграф третьей главы **«Региональные пресс-службы в социальных сетях: сходства и отличие от СМИ»** раскрывает сущность коммуникативной модели, которую мы обозначили как имиджевую. От рассмотренных выше она отличается в первую очередь функционально. Если в описанных ранее моделях центральным моментом было отображение социальной реальности, то в данном случае она выступает неким фоном, на котором создается образ определенной структуры. При этом сохраняются многие черты традиционной коммуникативной модели, в частности в плане производства информации. Более того, связь производителя информации и потребителя в силу функциональных особенностей во многом ослабляется, что продиктовано избирательным отношением к событиям социальной действительности.

Разумеется, многообразие коммуникативных моделей, которые используют сообщества, ориентированные на распространение общественно значимой информации в пространстве социальных сетей, не исчерпывается тремя описанными. Более того, при разработке, корректировке или при анализе коммуникативной стратегии того или иного ресурса значимыми могут оказаться сразу несколько таких моделей. Ни одна из них не тяготеет к отвердению, хотя и существует как паттерн, образ-схема, с которой соотносится реально функционирующее сообщество.

В заключении диссертационного исследования представлены выводы и намечены перспективные направления дальнейших исследований. Показано, что первоначальная цель исследования полностью реализована посредством поставленных задач. Делается вывод о справедливости сформулированной в начале представленного исследования гипотезы об органичном месте социальных сетей внутри региональной коммуникативной площадки, их глубокой симбиотической связи с местными средствами массовой информации.

Основные положения представленной диссертации нашли отражение в следующих публикациях (общий объем 4,5 п. л.).

Статьи в изданиях, входящих в список Высшей аттестационной комиссии:

1. Млечко А.В., Шамаев И.Н. Сетевые и традиционные медиа как полидискурсивные практики / Млечко А.В., Шамаев И.Н. // Вестник Волгоградского государственного университета. Сер. 2. Языкознание. Научно-теоретический журнал. – Вып. 3 (Т.17). – Волгоград, 2018. – С. 119-129.
2. Млечко А.В., Шамаев И.Н., Диденко О.Н., Козлова О.А. Публичная сфера, виртуализация, ризома: коммуникативные практики социальных медиа Рунета / Млечко А.В., Шамаев И.Н. Диденко О.Н., Козлова О.А. // Logos et Praxis. – Вып. 4 (Т.17). – Волгоград, 2018. – С. 18-30.
3. Шамаев И.Н. Представительства региональных СМИ в пространстве социальных сетей: специфика традиционной коммуникативной модели/ И.Н. Шамаев // Вестник Воронежского государственного университета. Сер. Филология. Журналистика. – Воронеж, 2019. – № 3. – С. 132-135.
4. Шамаев И.Н. Специфика медиапотребления в социальных медиа: феномен активного пользователя / И.Н. Шамаев // Вестник

Воронежского государственного университета. Сер. Филология. Журналистика. – Воронеж, 2018. – № 3. – С. 184-188.

Статьи и тезисы докладов, опубликованных в иных научных изданиях:

5. Шамаев И.Н. Базовые элементы трактовочно-комментарийного комплекса в публикациях СМИ внутри пространства социальных медиа / И.Н. Шамаев // Проблемы массовой коммуникации: новые подходы: материалы всероссийской научно-практической конференции аспирантов и студентов на факультете журналистики ВГУ (26-27 октября 2017 г.). – Воронеж: издательство Воронежского государственного университета. – 2017. – С. 167-168.

6. Шамаев И.Н. Виртуальность социальных медиа: истоки, проблемы, перспективы / И.Н. Шамаев // Средства массовой информации в современном мире: молодые исследователи: международная конференция студентов и аспирантов. – Санкт-Петербург: СПбГУ – 2016. – С. 259- 262.

7. Шамаев И.Н. Гендерный аспект в социальных медиа Рунета на примере блогосферы Волгоградского региона / И.Н. Шамаев // Средства массовой информации в современном мире: молодые исследователи: международная конференция студентов и аспирантов. – Санкт-Петербург: СПбГУ – 2017. – С. 539-541.

8. Шамаев И.Н. Гипертекст в Волгоградской блогосфере: фактор интеграции социальных медиа и традиционной журналистики / И.Н. Шамаев // Проблемы массовой коммуникации: новые подходы: материалы всероссийской научно-практической конференции аспирантов и студентов на факультете журналистики ВГУ (29-30 октября 2015 г.). – Воронеж: издательство Воронежского государственного университета. – 2015. – С. 107-109.

9. Шамаев И.Н. Гипертекст в пространстве социальных медиа: коммуникативный аспект / И.Н. Шамаев // Материалы научной сессии

ВолГУ (Волгоград, апрель 2017 г.) – Волгоград: издательство Волгоградский государственный университет. – 2017. – С. 257-261.

10. Шамаев И.Н. Дихотомия субъекта и объекта в контексте ризомной структуры социальных медиа / И.Н. Шамаев // Материалы научной сессии ВолГУ (Волгоград, апрель 2016 г.) – Волгоград: Волгоградский государственный университет. – 2016. – С. 55-58.

11. Шамаев И.Н. Индивидуализация медиапотребления в социальных сетях: когнитивный аспект / И.Н. Шамаев // Медийные стратегии современного мира: международная научно-практическая конференция – Краснодар: Кубанский государственный университет. – 2017. – С. 169-171.

12. Шамаев И.Н. Комьюнити в волгоградской блогосфере / И.Н. Шамаев // Медийные стратегии современного мира: международная научно-практическая конференция – Краснодар: Кубанский государственный университет. – 2016. – С. 237-239.

13. Шамаев И.Н. Специфика двусторонней коммуникации в блогосфере: от интернет-аудитории к интернет-сообществу / И.Н. Шамаев // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 8. Литературоведение. Журналистика № 1 (14). – Волгоград: Волгоградский государственный университет. – 2016. – С. 86-90.

14. Шамаев И.Н. Трактовочно-комментарийный комплекс в текстовом пространстве социальных медиа Рунета / И.Н. Шамаев // Проблемы массовой коммуникации: новые подходы: материалы всероссийской научно-практической конференции аспирантов и студентов на факультете журналистики ВГУ (27-28 октября 2016 г.). – Воронеж: Воронежский государственный университет. – 2016. – С. 170-171.

15. Шамаев И.Н. Трансформации моделей медиапотребления в социальных медиа Рунета / И.Н. Шамаев // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 8. Литературоведение.

Журналистика № 1 (15). Волгоград: Волгоградский государственный университет. – 2016. – С. 76-79.