

Специфіка альтернативних медіа: сучасний вимір

Олена Мельникова-Курганова

Кафедра соціальних комунікацій
Маріупольський державний університет
Маріуполь, Україна
mel05@ukr.net

Absrtact. The thesis researches and compares the features of alternative media in modern period. The author analyses the works of Ukrainian and foreign scholars. The concept of alternative communications is considered. The competent approach to the training of journalists includes the competences that meet the demands of modern society, the introduction of alternative information and communication technologies, platforms and a large number of communication channels. The reason for the emergence of alternative media was violation of the freedom of speech and other human rights, which resulted in alternative channels of communication offering the content of protest, opposition and criticism.

Key words: alternative media, alternative communications, alternative channels of communication, alternative content, opinion leader.

У сучасному інформаційному світі розповсюдження новітніх технологій призвело до сегментації масової аудиторії в мережі Інтернет. Користувачі шукають "комфортний" комунікативний простір, альтернативні офіційній владній позиції погляди та думки, альтернативну інформацію, яка передається не традиційними каналами типу ЗМІ.

Серед дослідників питання альтернативних медіа розглядали Н. Чомскі, П. Бурдье, Ф. Фукуяма, Г. Почепцов Ю. Бондаренко.

У сучасному світі альтернативні медіа несуть нову інформацію та нові знання, які виробляються поза офіційними ЗМІ, установами. Вони мають мережеву структуру. За контентом можуть відображати позицію протестних груп, вузькоспеціалізовані інтереси

громадян. Створюються аматорами або професійними комунікаторами. Альтернативні медіа завжди орієнтуються на чітко сформовано цільову аудиторію за будь-яким критерієм: «Альтернативні медіа-проекти також мають тенденцію організовуватися на некомерційній основі, мати колективний характер. У цьому сенсі вони можуть бути незалежними від ринку й відкриті для змін» [1]. Альтернативні комунікації оприлюднюють замовчувану або заборонену владою інформацію, нові знання та контрсенси.

Н. Чомскі виділяв медіакомунікації за наступними критеріями альтернативності ЗМІ: форма власності; джерела фінансування; джерела інформації; особлива форма лобізму; ідеологія. Він зазначав, що медіа, які творять опір пропаганді, необхідні та ефективні [2].

Своєю чергою, П. Бурдье писав, що виробництво аматорських або альтернативних ЗМІ протистоїть офіційним мас-медіа, що мають монополію на виробництво символічних форм. На його думку, альтернативні медіа спрямовані збалансувати провладні ЗМІ, хоча незначною мірою. Теорія поля П. Бурдье пропонує підхід до розробки соціології альтернативних засобів масової інформації. Діючи в певній галузі практики, особи або колективи й інститути є агентами поля (журналісти, публіцисти, редактори, розповсюджені) [3].

На сьогодні виникла потреба в альтернативних лідерах думок, блогерах, які розтлумачують події, факти та явища. Проте факт, думку, навіть їхню інтерпретацію вже важко розділити. На думку Г. Почепцова, сучасний період постправди стирає межі між

фактом і думкою, зокрема їхні істотні відмінності. Це привело до різноманітності інформаційних об'єктів, достовірність яких важко визначити. Проте вони залучають багато уваги до себе в результаті отримання надлишку інформації в сучасному інформаційному просторі [4].

Платформи типу мультимедіа, крос-медіа, транс-медіа пропонують різні наративи, безліч їх форм, способів передач тощо. Користувачі отримують складнощі у виявленні достовірності, а фактчек, критичне мислення, вміння знаходити альтернативні джерела інформації завжди займає багато часу. Крім того, для підриву довіри до інформації використовується метод "сумніву" за допомогою коментарів, контрмеседжей тощо.

В період постправди пропонується безліч правд для будь-якої аудиторії, проте цінність істини втрачається. Свобода вибору інформації все одно контролюється за "моделлю охоронця новин" К. Левіна, тобто коли редактор/адміністратор сайту чи групи в соцмережі обирає контент та задає тренди. Альтернативні медіа відрізняються від традиційних розповсюдженням ідей, позицій, думок.

Крім того, альтернативні медіаплатформи є майданчиком для альтернативної освіти та поширення нових знань, де проводяться вебінари, тренінги, освітні курси з отриманням сертифікату тощо. Підписи електронних петицій мають спільні риси з документальним самвидавом (колективні заяви, відкриті листи, звернення) 1960-1980 рр., що входить до дисидентських комунікацій. Блогери є альтернативними лідерами громадської думки, отримали свою онлайн-публіку. Цікавим є те, що медіаплатформи з альтернативним контентом мають традиції ще за радянських часів, коли були офіційно заборонені, зокрема "Радіо Свобода", "Голос Америки", сьогодні долучився й медіаресурс "Настоящее время".

Альтернативні медіа пропонують форми подачі інформації, які раніше не були популярні. Крім скетча, стьоба, іронії, використовуються гумор, сатира, сарказм, зокрема у сатиричних мультфільмах

"Заповідник" (Deutsche Welle), "Телебачення Торонто". Деякі професійні комунікатори переходять з традиційних ЗМІ на платформу Youtube з метою створення інформаційного продукту за допомогою більш доступної, привабливої, неформальної подачі. Наприклад, "Вечір з Яніною Соковоловою". Важливу роль грають соціальні мережі, які, на думку Ф.Фукуями, сприяли появі "автономних спільнот, відгороджених не фізичними бар'єрами, а спільною ідентичністю" [5].

Отже, до альтернативних комунікацій можна віднести не тільки різноманітні платформи в Інтернеті, але й концерти, вистави, карнавали, мітинги, фестивалі, де циркулює альтернативний контент. Виходячи з цього, можемо охарактеризувати поняття «альтернативні комунікації» як соціальні комунікації, що пропонують альтернативний контент, альтернативну форму, альтернативний ідейний напрямок, передачу інформацію через альтернативні канали.

ЛІТЕРАТУРА

- [1] Encyclopedia of Social Movement Media / [ed. John D. H. Downing, John Derek Hall]. USA SAGE, 2011. URL: https://books.google.com.ua/books?id=iwPX23VameIC&dq=Social+media+movement&hl=uk&source=gbs_navlinks_s.
- [2] N. Chomsky, Necessary Illusions: Thought Control In Democratic Societies. URL: https://archive.org/stream/media_Noam_Chomsky-Necessary_Illusions/Noam_Chomsky-Necessary_Illusions_djvu.txt.
- [3] П. Бурдьє, Социология социального пространства. URL: <http://bourdieu.name/content/burde-sociologija-socialnogo-prostranstva>.
- [4] Г. Почепцов, Пропаганда и фейки в систематике операций влияния. URL: https://ms.detector.media/trends/1411978127/pr-opaganda_i_feyki_v_sistematike_operatsiy_vliyanija.
- [5] F. Fukuyama, Against Identity Politics. URL: <https://www.foreignaffairs.com/articles/americas/2018-08-14/against-identity-politics-tribalism-francis-fukuyama>.