

Media-expert as a professional category of modern media space 2018

Viktoriia Markova, Kharkiv State Academy of Culture, vicmark777@gmail.com

Vladimir Revenko, Kharkiv State Academy of Culture, revenko.media_@ukr.net

Abstract

The article substantiates the need for a clear definition of the professional category “media expert”. Analyzed the expert activities of public organizations in the field of media. The main activities of the media expert.

Keywords

Mass media, media expert, monitoring, analytical activities

Introduction

Характерной чертой развития медиа-сферы в последние десятилетия стало появление новых профессиональных категорий. К традиционным журналистам, рекламистам, пиар-технологам, агитаторам, пропагандистам добавились блогеры, пранкеры, медиа-эксперты. Данное явление свидетельствует о расширении медиа-сферы, в ответ на которое и появляются новые профессиональные категории. Нетрудно заметить, что их появление напрямую связано с развитием электронной коммуникации, провоцирующей появление абсолютно новых информационных запросов общества и обеспечивающей возможность их реализации.

В то же время, следует отметить, что данные категории подчас имеют неоднозначную трактовку, не всегда понятно, какого рода деятельность они предполагают. Зачастую они используются как самопрезентации тех или иных медийных персон. Очевидно, что ни в каких профессиональных стандартах их деятельность еще не отражена, а уровень теоретических обобщений находится в зачаточном состоянии. В полной мере это касается и такой профессиональной категории как медиа-эксперт.

Main part

Несмотря на то, что данная категория отсутствует в справочных изданиях в области социальных коммуникаций, она часто используется различными лицами в качестве самопрезентации, причем зачастую непонятно, на каком основании. Просмотр целого ряда материалов со специалистами, именующими себя медиа-экспертами, свидетельствует о том, что их деятельность в большей мере может относиться к политической экспертизе. Как правило, за редким исключением, это люди, приглашаемые на телеканалы и высказывающиеся по поводу насущных событий в политической и экономической жизни страны, а не по поводу освещения этих событий в медиа. То есть мы имеем дело скорее с экспертными оценками в медиа по какому-либо вопросу, чем с экспертизой медиа как таковых. В этой связи видится важным разобраться, кто же такой медиа-эксперт и выполнение каких профессиональных обязанностей предполагает данная категория.

Основная часть. Исходя из того, что понятие «эксперт» означает «специалист, дающий заключение при рассмотрении какого-либо вопроса» (1), можно определить медиа-эксперта как специалиста, дающего заключение в области медиа-сферы.

О востребованности подобной деятельности свидетельствует то, что в конце 20-го века теоретики в области коммуникации обратили внимание на необходимость независимого анализа деятельности медиа. Так, в начале своего эссе «О печати» Умберто Эко отмечает, что поскольку функции четвертой власти, которой является СМИ, заключается в том, чтобы контролировать и критиковать три традиционных, возникает вопрос, кто же должен это делать по отношению к ней самой. Парадоксальность ситуации заключается в том, что делать они это могут только через посредничество опять же масс-медиа, по мнению итальянского ученого, поскольку в противном случае речь может идти лишь о санкционированном вмешательстве власти, допустимом лишь в случае нарушения законодательства. В конечном итоге это приводит к тому, что прибегая к «акту самобичевальной беспристрастности», СМИ не нуждаются в самопреобразовании, их самокритика ею же и ограничивается (2). То есть закономерно возникает вопрос о том, кто должен осуществлять медиа-критику, чтобы она была эффективной?

О необходимости наблюдения за наблюдающим (то есть масс-медиа) пишет и еще один авторитетный теоретик Н. Луман. Говоря о том, что масс-медиа, наблюдая реальность, одновременно конструируют ее, он полагает, что есть необходимость «наблюдать наблюдателей в том, как они конструируют реальность» (3, с. 16). По мнению Н. Лумана эта функция возлагается на социологов.

Еще в 60-е гг. французский культуролог А. Моль определил нашу культуру как «мозаичную», то есть состоящую из «множества соприкасающихся, но не образующих конструкций фрагментов», являющуюся итогом воздействия потока случайных сведений, добытых из средств массовой коммуникации (4, с. 44-45). С развитием электронных средств коммуникации ситуация еще более усугубилась. Очевидно, что человек, дабы не быть снесенным этим потоком разнородной и противоречивой информации, нуждается в нити Ариадны, в качестве которой может выступать медиа-эксперт.

В Украине экспертная деятельность в области медиа наиболее заметно проявляется в различных неправительственных организациях. Наибольший интерес вызывает практика Института демократии имени Пилипа Орлика, общественной организации «Детектор медиа», Института массовой информации, Академии Украинской прессы, Института развития региональной прессы, Интерньюз Украина.

Заметное влияние на медиа-сферу Украины оказывает Институт демократии имени Пилипа Орлика — негосударственный аналитический центр, деятельность которого охватывает широкий спектр проблем. Важным направлением деятельности Института является анализ состояния свободы слова и развития независимой прессы.

Институт разработал «Методологию оценки качества контента в региональных и он-лайн изданиях» для мониторинга местной прессы и он-лайн изданий. Данная методология была использована Институтом для мониторинга медийного пространства в целом ряде областей Украины, который проводился на протяжении нескольких лет. Мониторинг позволил оценить качество медиа-контента, выявить соотношение отдельных жанров журналистики; долю собственного оригинального контента; выделить превосходящие темы. А также раскрыть манипулятивные технологии и нарушения базовых стандартов профессиональной журналистики. К разработке методологии и к проведению мониторингов Институт вовлекает профессионалов из медиа-сферы в качестве экспертов (5).

Анализ результатов мониторингов региональных медиа представлены в пособии «Місцева преса: посібник для ЗМІ: як регіональному журналісту працювати за часів нових медіа та кризи демократії». Опубликовано на сайте Института, это пособие является влиятельным фактором в совершенствовании профессиональной деятельности работников современных украинских СМИ, а также в подготовке студентов специальности «журналистика».

В понимании сущности деятельности медиа-экспертов определенным интерес вызывает украинская общественная организация «Детектор медиа». Владея одноименным Интернет-изданием, она видит свою задачу в информировании читателей о важнейших событиях в украинском и мировом информационном пространстве и на медиа-рынке в контексте политических и социальных процессов. Важной составляющей «Детектор медиа» является анализ и критика работы отечественных СМИ с целью повышения качества их продукта, а также содействие медиа-грамотности широких слоев населения.

Приоритетными темами издания являются производство медиа-реформ, укрепление независимого общественного вещания, разоблачение фактов коррупции в медиа-сфере, мониторинг деятельности государственных и регулирующих органов в области медиа, содействие повышению медиа-грамотности населения, противодействие превращению СМИ в средства пропаганды.

Организацией «Детектор медиа» разработан целый ряд методик мониторингов: «Методика мониторинга по определению пропагандистских материалов в масс-медиа», «Методология мониторинга телевизионных и радиовещательных программ (новости, итоговые еженедельники, публицистика авторская, программы политические, ток-шоу, интервью)» и др. Данные методики «Детектор медиа» использует в мониторингах, по итогам которых публикует аналитические отчеты (6). Деятельность «Детектор медиа» заметно влияет на формирование у аудитории понимания места и роли медиа в демократическом обществе.

Заметным агентом влияния на формирование свободной прессы является Академия Украинской Прессы — неприбыльная, неправительственная и независимая организация, поддерживаемая европейскими и американскими институтами. Свою миссию она видит в способствовании информированному и критическому потреблению медиа украинским обществом и соблюдению стандартов социально-ответственной журналистики в Украине.

С 2002 г. Академия Украинской Прессы совместно с Институтом социологии НАН осуществляют проекты контент-анализа программ телевидения, радио, материалов центральных и региональных печатных изданий и Интернет-медиа. Эти проекты направлены на улучшение сбалансированного освещения политических новостей средствами массовой информации Украины. Контент новостных сообщений подвергается научному анализу, благодаря чему украинское общество получает аналитическую информацию об уровне цензуры и ангажированности СМИ. Совместными усилиями этих организаций уже проведено около 60 волн мониторинговых исследований на основе контент-анализа. Их результаты содержатся в архиве мониторинга и могут быть востребованными для дальнейшего анализа.

Ведущие медиа-эксперты Украины стали авторами аналитического отчета «Український медіаландшафт-2017», изданного Академией Украинской Прессы. В нем рассмотрены тенденции развития украинских медиа в 2016 – 2017 годах, дан обзор структур и медиа-рынка Украины (7).

Conclusion

Выводы Таким образом, можно констатировать, что сегодня в украинском обществе активно формируется новая профессиональная категория — специалисты, анализирующие и оценивающие масс-медиа в качестве независимых наблюдателей.

Наиболее заметно этот процесс развивается в рамках проектов независимых общественных организаций. Общим для них является то, что они получают финансовую, информационную и интеллектуальную поддержку международных организаций, направленную на развитие и укрепление в Украине основ демократии.

Их деятельность прозрачна, ее результаты находятся в открытом доступе. Экспертные оценки делаются на основе мониторинговых исследований по научно обоснованной методике. Экспертная деятельность в данных организациях, как правило, является составляющей медиа-исследований.

Основными направлениями экспертной деятельности в области медиа является выработка методологии для сбора, обработки и анализа информации, мониторинг масс-медиа, анализ, оценка, критика.

References

- [1] Словарь русского языка: В 4-х т. / РАН, Ин-т лингвистич. исследований; Под ред. А. П. Евгеньевой. 4-е изд., стер. М.: Рус. яз.; Полиграфресурсы, 1999.
- [2] ЭКО У. О прессе / У. Эко // Эко У. Пять эссе на тему этики. М., 2003
- [3] ЛУМАН Н. Реальность массмедиа / Пер. с нем. А. Ю. Антоновского. М.: Праксис, 2005. 256 с.
- [4] МОЛЬ А. Социодинамика культуры / А. Моль. М. : Прогресс, 1973. 405 с.
- [5] Інститут демократії імені Пилипа Орлика. Режим доступу: <http://idpo.org.ua/institut>
- [6] Детектор медіа. Режим доступу: <https://detector.media/>
- [7] Академія Української Преси. Режим доступу: <http://www.aup.com.ua/>