



**Профессор, саяси ғылымдарының докторы Г.Ж. Ибраеваның
70 жылдық мерейтойына арналған
«ЦИФРЛАНДЫРУ ДӘУІРІНДЕГІ БАҚ ЖӘНЕ ЖУРНАЛИСТІК
БІЛІМНІҢ ТРАНСФОРМАЦИЯСЫ»
атты халықаралық ғылыми-тәжірибелік конференция
МАТЕРИАЛДАРЫ**

Алматы, Қазақстан, 18 мамыр, 2023 жыл

МАТЕРИАЛЫ

**VII Международной научно-практической конференции
«ТРАНСФОРМАЦИЯ МЕДИА И ЖУРНАЛИСТСКОГО
ОБРАЗОВАНИЯ В ЭПОХУ ЦИФРОВИЗАЦИИ»**

**посвященная 70-летию профессора,
доктора политических наук Г.Ж. Ибраевой
Алматы, Казахстан, 18 мая 2023 года**

MATERIALS

**International Scientific-practical conference
«TRANSFORMATION OF MEDIA AND JOURNALISM
EDUCATION IN THE DIGITAL AGE»**

**dedicated to the 70th anniversary of Professor,
Doctor of Political Science G.Zh. Ibrayeva
Almaty, Kazakhstan, May 18, 2023**



ӘЛ-ФАРАБИ АТЫНДАҒЫ ҚАЗАҚ ҰЛТТЫҚ УНИВЕРСИТЕТІ

**Профессор, саяси ғылымдарының докторы Г.Ж. Ибраеваның
70 жылдық мерейтойына арналған
«ЦИФРЛАНДЫРУ ДӘУІРІНДЕГІ БАҚ ЖӘНЕ ЖУРНАЛИСТІК
БІЛІМНІҢ ТРАНСФОРМАЦИЯСЫ»
атты халықаралық ғылыми-тәжірибелік конференция
МАТЕРИАЛДАРЫ
Алматы, Қазақстан, 18 мамыр, 2023 жыл**

**МАТЕРИАЛЫ
VII Международной научно-практической конференции
«ТРАНСФОРМАЦИЯ МЕДИА И ЖУРНАЛИСТСКОГО ОБРАЗОВАНИЯ
В ЭПОХУ ЦИФРОВИЗАЦИИ»
посвященная 70-летию профессора, доктора политических наук Г.Ж. Ибраевой**

Алматы, Казахстан, 18 мая 2023 года

**MATERIALS
International Scientific-practical conference
«TRANSFORMATION OF MEDIA AND JOURNALISM
EDUCATION IN THE DIGITAL AGE»
dedicated to the 70th anniversary of Professor, Doctor of Political Science G.Zh. Ibrayeva**

Almaty, Kazakhstan, May 18, 2023

Алматы, 2023

обращения: 22.05.2023)

6. Menn J. Russians boasted that just 1% of fake social profiles are caught, leak shows // The Washington Post, 2023. April 16. <https://www.washingtonpost.com/technology/2023/04/16/russia-disinformation-discord-leaked-documents/> (Дата обращения: 22.05.2023)

7. Быков И. А., Курушкин С. В. Цифровая политическая коммуникация в России: ценности гуманизма против технократического подхода // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия «Политология». Т. 24. № 3. С. 2313-1438. DOI: 10.22363/2313-1438-2022-24-3-419-432

ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ СТАНДАРТЫ В ФЕМ-ЖУРНАЛИСТИКЕ КАЗАХСТАНА

Дуйсембай А., Бодрунова С.

Санкт-Петербургский государственный университет

Россия, 199034, Санкт-Петербург, Университетская наб. 7/9, s.bodrunova@spbu.ru

Abstract: Существует концептуальный конфликт между объективной журналистикой и журналистикой, направленной на освещение жизни отдельных социальных групп. К ним относятся и женские сообщества, продвигающие идеи гендерного равноправия. На данный момент это продвижение активно происходит в сетевом пространстве. В контексте Казахстана мы изучили то, как на возникающем рынке формируется стандарт журналистики в проекте, направленном на осознание и адвокати́рование ценностей, интересов и образа жизни социальной группы в условиях, когда разрушается классический «арбитражный» и возникает новый эмоциональный стандарт, уже выявленный исследователями в журналистике Европы и США.

В качестве эмпирической базы исследования стали медиатексты казахстанских онлайн-изданий «Batyr Jamal» и «Manshuq Media». В работе применяются следующие методы исследования: ручной сбор данных, контент-анализ, сопоставительный анализ. Примененный нами количественно-качественный контент-анализ по К. Криппендорфу состоял в кодировании текстов журналистских материалов по заданным критериям, описывающим журналистский стандарт, для определения его ключевых составляющих.

Оба рассмотренных сетевых медиа имеют элементы трех профессиональных стандартов, учитывая тот факт, что в «Manshuq Media» преобладают элементы стандартов адвокати́рования и арбитража. В свою очередь, «Batyr Jamal», практически в одинаковой мере сочетает в себе элементы трех журналистских стандартов. Из этого следует, что профессиональный стандарт фем-журналистики Казахстана смешанный, вбирающий в себя компоненты трех профессиональных стандартов. Исходя из этого факта не представляется возможным отнести издания к активистским или новостным форматам.

Ключевые слова: фем-журналистика, арбитраж, адвокати́рование, эмоциональный стандарт, Казахстан.

Введение

Существует концептуальный конфликт между объективной журналистикой и журналистикой, направленной на освещение жизни отдельных социальных групп. К ним относятся и женские сообщества, продвигающие идеи гендерного равноправия. На данный момент это продвижение активно происходит в сетевом пространстве. Сегодня СМИ феминистской направленности как вид медиа активистского характера – привычное явление для западного читателя. Ведь первые в мире специализированные издания для женщин, в которых популяризовалась идея равноправия женщин и мужчин, в Европе и США начали появляться еще со второй половины XIX века. Бурное обсуждение прав женщин в

центральноазиатском регионе наступило с конца XIX – начала XX века.¹¹ На территории современного Казахстана специализированные фем-издания начали функционировать с 1924 года («Жетысу айели»,¹² «Әйел тендігі»¹³). После объявления о независимости в Казахстане СМИ феминистской направленности не пользовались большим успехом и были активны недолго по причине отсутствия стабильного дохода и устойчивых источников финансирования. Однако после дигитализации ситуация переменялась: на данный момент женские онлайн-издания набирают все большую популярность в казахстанском медиапространстве.

Таким образом, актуальность исследования обусловлена одновременным возникновением таких трендов, как активная феминизация общества и появление сегмента фем-журналистики как журналистики отдельной группы общественности; дигитализация и рост функционала онлайн-медиа; но при этом также – «давление дигитализации», которое привело к размыванию профессионального журналистского стандарта. Так, мы видим, что в Казахстане в последние годы появилась активная фем-журналистика в сетевом пространстве. И в них, особенно в медиа активистского характера, возникают различные вариации журналистского стандарта. Мы изучили то, как на возникающем рынке формируется стандарт журналистики в проекте, направленном на осознание и адвокати́рование ценностей, интересов и образа жизни социальной группы в условиях, когда разрушается классический «арбитражный» и возникает новый эмоциональный стандарт, уже выявленный исследователями в журналистике Европы и США.

Теоретическая рамка исследования

Современная медиатеория прослеживает наличие двух противостоящих друг другу парадигм ценностно-нормативного наполнения журналистского стандарта.

Стандарт журналистики, лежащий в основе ее профессиональной дифференциации, прошел несколько этапов формирования. Д. Хэллин и П. Манчини указывают, что в евроатлантических медиасистемах сосуществуют две исторические парадигмы политической пристрастности СМИ.¹⁴ Но парадигмальная разница касается не только политической пристрастности (*media bias*). Она относится ко всему ценностному наполнению журналистской деятельности, включая понимание миссии журналистики и интересов общества (*public interest*), отношение к истине и ее интерпретации, нормы работы с источниками информации, принципы реконструкции реальности, понимание социальной ответственности и механизмы подотчетности обществу. На уровне частных требований это вопросы автономии, объективности, разделения фактического репортажа и комментирования, наличия нескольких источников информации, связи журналистики и активизма и др. Мы ранее назвали два этих подхода парадигмами адвокати́рования и арбитража.¹⁵ Также их условно называют парадигмами журналистского профессионализма XVIII и XIX вв. – по времени формирования; парадигмами нейтральной прессы и прессы участия – по пониманию сути социальной и личной ответственности журналиста.¹⁶

Парадигма адвокати́рования предполагает признание тем или иным СМИ своей общественно-политической позиции и открытое отстаивание интересов отдельных акторов или социальных групп. В парадигме арбитража, напротив, СМИ политически нейтрально, автономно и дистанцированно от конкретных акторов реконструирует соотношение групп интересов в рамках того или иного вопроса повестки дня, занимая позицию арбитра и

¹¹ Boizot J. *Feminism and media, opportunities and limitations of digital practices*. Malmö: Malmö University, 2019.

¹² Жетысу айели // Казахстан. Национальная энциклопедия. Алматы, 2005.

¹³ Алаш: Личности. El KZ. [Электронный ресурс] URL: <https://el.kz/ru/news/istoriya/alash/> (10.04.2023).

¹⁴ Hallin D., Mancini P. *Comparing media systems*. Cambridge (MA): Cambridge University Press, 2004. P. 26-27.

¹⁵ Бодрунова С. С. Парадигмы «адвокати́рования» и «арбитража» в западной журналистской этике и их ценностно-нормативное наполнение // Социология и право. 2014. №1. С. 16–23.

¹⁶ Johnstone J. W. C., Slawski E. J., Bowman W. W. *The professional values of American newsmen // Public Opinion Quarterly*. 1972–73. Vol. 36 (4). P. 522–540.

предоставляя потребителю контента самому решать, на чью сторону вставать в общественном споре.

При этом природа профессионального стандарта, в первую очередь, не моральная или политическая, а коммерческая. Она отражает зависимость медиа от основных источников дохода. Так, в XVIII веке медиа финансировались собственниками и должны были стоять на их позиции. В конце XIX века, с ростом грамотности и общественного спроса на журналистику, с одной стороны, и технологий быстрой печати, с другой, стало возможным выживание журналистики за счет «модели двойной конверсии» – продажи рекламных площадей рекламодателю и контента медиапотребителю. Это сформировало потребность противостояния прессы и ТВ политическому истеблишменту ради формирования долговременного доверия со стороны аудитории (а значит, и финансового выживания на основе стабильного спроса). Новые факторы развития медиарынка, сложившиеся в конце XX века, привели к формированию новой модели журналистского стандарта – эмоциональной. Экспоненциальный рост объема публичного нежурналистского контента в интернете привел к двум факторам, повлиявшим на связь журналиста и аудитории. Это переворот в связке «спрос – предложение» («теперь контент гоняется за потребителем») и так называемая децентрация журналистики¹⁷, то есть ее отход на периферию общественной дискуссии в силу роста значимости новых коммуникаторов, включая влиятельных пользователей, бренды и политических игроков. В итоге в остроконкурентной среде объективная журналистика теряет внимание аудитории и вынуждена задействовать эмоциональные механизмы вовлечения, что критически влияет на жанры и работу с источником.¹⁸

Гипотезы исследования. Базовая гипотеза нашей работы состоит в том, что в рассматриваемых нами изданиях преобладают стандарты адвокатирования с элементами эмоционального стандарта. Мы предполагаем, что в изданиях «Manshuq Media» и «Batur Jamal» используется специальная лексика феминистского дискурса, имеется определенная защищаемая группа, применяются интерпретативные подходы освещения событий, которые могут частично отнести материалы к стандарту адвокатирования. Помимо этого, наличие эмоций и использование эмоционального языка, применение нарративных элементов и существование авторской субъективности, будут доказывать, что материалы изданий относятся, помимо этого, к эмоциональному стандарту. Мы также предполагаем, что новостное медиа о феминизме соответствует критериям стандарта арбитража, в то время как активистское – стандартам адвокатирования и эмоциональности.

Методология исследования

Методы исследования. В работе применены ручной сбор данных, контент-анализ, корреляционный анализ и сопоставительный анализ.

Ручной сбор данных заключался в подборе исключительно новостных текстов издания по определенной хронологии. Тексты других жанров исключались. Анализируемые материалы брались в прямом порядке – от ранних к поздним. После сбора данных в общей сложности был произведен контент-анализ 100 публикаций онлайн-изданий. Из каждого портала было проанализировано по 50 медиатекстов. Примененный нами количественно-качественный анализ по Криппендорфу заключался в кодировании текстов материалов по заданным критериям, описывающим журналистский стандарт, для определения его ключевых составляющих. Корреляционный анализ (метрики «ро Спирмена» и «Т-критерий Стьюдента для независимых переменных») позволил сделать достоверные выводы о различиях в стандарте новостного и активистского фем-изданий. Сопоставительный анализ заключался в сравнении и описании полученных нами результатов анализа материалов по изданиям.

Выборка исследования и ее контекстуализация. С наступлением дигитализации большим спросом в казахстанском обществе пользуются онлайн-медиа. Форматы

¹⁷ Wahl-Jorgensen K. News production, ethnography, and power: On the challenges of newsroom-centricity. Bloomington (IN): Indiana University Press, 2009.

¹⁸ Wahl-Jorgensen K. Emotions, media and politics. John Wiley & Sons, 2019.

распространения информации могут варьировать в зависимости от платформ. Официальные издания могут адаптировать контент под запросы современного читателя, распространяя информацию в нестандартных форматах через TikTok, Instagram.

Мы можем сказать о том, что идея феминизма набирает популярность с каждым днем. В свою очередь, популяризация феминистских идей в Казахстане сейчас происходит через интернет. В настоящее время в сети существует ряд казахстанских изданий, лояльные к феминистскому движению. Журналисты таких СМИ в своих материалах затрагивают тематику феминизма в контексте Казахстана и всего мира. Примерами могут послужить такие порталы, как «Steppe», «The Village Kazakhstan», «ORDA», «Masa Media», «Власть», «Vox Populi», имеющие отдельные разделы с женской тематикой. Однако онлайн-изданий, преимущественно специализирующихся на тематике женских прав и феминизма, было найдено три: «Comode», «Manshuq Media» и «Batyr Jamal». В «Comode», однако, материалы не публикуются ежедневно. Следовательно, основной причиной выбора изданий «Manshuq Media» и «Batyr Jamal» для анализа публикаций в нашей работе послужило то, что на данный момент эти онлайн-СМИ – буквально единственные СМИ Казахстана, которые освещают тему феминизма в сети с большей периодичностью и эксплицитно позиционируют себя как фем-издания. Временные рамки рассмотренных публикаций охватывают около года – период с 08.03.2021 по 11.03.2022. Такой выбор обусловлен тем, что тема феминизма стала больше обсуждаться казахстанскими СМИ именно в это время. Такое положение можно объяснить, во-первых, популяризацией феминистской тематики в стране и основанием феминистского медиа «Batyr Jamal», а также официальным узакониванием «женских маршей» в Казахстане в 2021 году, которое стало «спусковым крючком» появления общественных дискуссий.

Ход нашего исследования состоял из следующих этапов:

1. Определение перечня «критериев», на предмет наличия/отсутствия которых должны кодироваться медиатексты. Создание кодировочного листа.
2. Определение временных рамок исследования, объема выборки и сбор данных для кодирования.
3. Анализ полученных для отдельных медиапорталов.
4. Сопоставительный анализ полученных данных, выявление сходств и различий в «критериях» и стандартах для двух рассматриваемых изданий.

Переменные и кодировочный лист.

Стандарт «арбитража»:

1. Наличие двух источников (К1). Журналист представляет конфликтные стороны – освещаются противоположные точки зрения. Для точности и достоверности информации событие проверяется несколькими взглядами и мнениями очевидцев или экспертов.

Маркеры: цитирование конфликтных сторон (двух и больше).

2. Присутствие «перевернутой пирамиды» (К2). Информация структурируется в соответствующей последовательности: важная информация представлена в первом абзаце, последующая информация представляет меньшую значимость (заголовок, подзаголовок, основной текст).

Маркеры: жанр новостная заметка.

3. Отсутствие субъективности автора (К3). Факт от комментария четко разграничивается. Журналист не может интерпретировать освещаемое событие, а именно выражать в тексте личный взгляд.

Маркеры: отсутствие оценочных суждений автора.

Стандарт «адвокатирования»:

1. Наличие социальной группы (К4). В материалах отдается предпочтение защите одной из сторон освещаемых событий. Эта сторона представляет собой определенный слой общества, требующий наибольшей защиты и отстаивания их интересов. Так, происходит несбалансированность источников или совсем исключаются мнения или факты, не соответствующие позиции защищаемой группы.

Маркеры: одно цитирование, нет цитирований.

2. Маркеры активизма (K5). Журналист может использовать специфическую лексику, терминологию и слоганы, характерные для активистского движения, чтобы привлечь внимание к определенным проблемам. Кроме того, автор может призывать читателей к определенным действиям.

Маркеры: специфическая лексика, терминология (англицизмы), глаголы повелительного наклонения, призывной тон.

3. Наложение интерпретации (K6). Автор связывает освещаемую ситуацию с другими событиями, анализируя или давая им оценку. При этом создается определенный контекст, придающий социальную значимость.

Маркеры: связка с другими событиями.

«Эмоциональный» стандарт:

1. Принадлежность эмоциональности (K7). Комплексный критерий, состоящий из трех отдельных компонентов:

– эмоции у героев (K71) (три кода – «нет героев» – 0, «герои не выражают эмоции» – 1, «герои эмоциональны» – 2);

– эмоции у автора (K72);

– эмоции у читателя (K73) (есть ли попытка разжалобить, вдохновить, вызвать гнев, радость и т.п.);

– общий показатель наличия эмоциональности (K74).

Маркеры: использование художественных средств (эпитеты, метафора, ирония, междометия, гиперболы, экспрессивная лексика), детальное описание.

2. Наличие нарративных элементов (K8). Применяется персонализированное повествование историй – опыт человека, втянутого в историю, на частном примере демонстрирующая существование более широкой проблемы.

Маркеры: сюжет, персонажи, место действия, конфликт.

3. Наличие субъективности (K9). В тексте выражается журналистом позиция касаясь окружающей реальности. Автор может раскрыть перед читателем свое видение ситуации.

Маркеры: присутствие авторского «я», оценивание («я думаю», «я видел», «я слышал», «по моему мнению»).

Результаты исследования

«*Manshuq Media*». Рассмотрим в порядке убывания то, какие элементы трех стандартов в медиатекстах «*Manshuq Media*» преобладают (см. Приложение 1, диаграмма 1). Максимальный показатель (100%) пришелся на критерий наличия социальной группы; он относится к стандарту адвокатирования. Большинство анализируемых текстов, а именно – 96% материалов соответствовали критерию присутствия «перевернутой пирамиды», относящегося к журналистике арбитража. 84% – такой показатель у критерия отсутствия субъективности автора, что также относится к парадигме арбитража. Критерий эмоционального стандарта имеет общий показатель в 42%, 20% из которых – герои не выражают свои эмоции, 12% – герои эмоциональны, 12% – эмоции у автора, 30% – эмоции у читателя. Тексты двух критериев адвокативного стандарта: маркеры активизма и наложение интерпретации имеют практически схожие показатели – 34% и 36%. Остальные два критерия эмоционального стандарта имеют схожие минимальные показатели: наличие нарративных элементов – 12% и наличие субъективности – 10%. Отличился из всех нулевой показатель критерия наличия двух источников.

Исходя из полученных данных мы можем описать стандарт онлайн-издания «*Manshuq Media*» следующим образом: новостные тексты издания композиционно соответствуют «перевернутой пирамиде», а также в большинстве материалов исключается субъективность автора. Тем не менее события освещаются односторонне. Так, игнорируются мнения конфликтных сторон. Помимо этого, в текстах встречаются активистские маркеры, зачастую это – специализированная фем-лексика и терминология. Другой важный показатель адвокативной позиции издания – это наложение интерпретации. Так, авторы «*Manshuq Media*»

чаще всего связывают новость с другими событиями для их анализа и/или оценки. Помимо элементов стандарта арбитража и адвокатирования в материалах присутствуют критерии эмоционального стандарта в виде эмоций героев, читателя и авторов. Нарративные элементы и авторская субъективность могут встречаться в текстах, но с наименьшей частотой чем остальные показатели.

Таким образом, мы видим, что в «Manshuq Media», несмотря на охват всех трех парадигм авторами, частотность применения элементов и правил стандартов арбитража и адвокатирования в материалах превалирует. Этот факт нам говорит о существовании смешанного стандарта. Из этого крайне затруднительно отнести медиа исключительно к новостному или активистскому формату.

Выводы из корреляционного анализа для «Manshuq Media» (см. Приложение 2, таблица 1):

1. В анализе не участвовали элементы критериев наличия двух источников и социальной группы, поскольку их показатели не варьировали. Не было обнаружено ни одного проявления наличия двух источников, а показатель наличия социальной группы проявился на 100%.

2. Тексты в данном медиа различаются по парадигмальным проявлениям стандарта. Так, в текстах, где присутствуют элементы эмоционального стандарта, а именно – проявления эмоций у автора и читателя, а также наличие субъективности, доказательно отсутствуют элементы арбитража (присутствие «перевернутой пирамиды» и отсутствие субъективности автора). Значения корреляций – от средней силы (-0,327**) до очень сильных (-0,826**), что свидетельствует о том, что в издании встречаются тексты, которые следуют или парадигме арбитража, или эмоционально-адвокативному стандарту.

3. При этом элементы арбитража и адвокатирования практически не связаны друг с другом и могут проявляться в текстах поодиночке, тогда как эмоциональные элементы встречаются именно групповым образом. Наличие нарративных элементов встречается в связке и с эмоциями героев и читателя, и с наличием субъективности.

4. Лайки и комментарии очень сильно связаны между собой; можно сказать, что по числу лайков можно судить об активности комментариев, и наоборот. Поэтому мы видим одинаковые корреляционные показатели, характеризующие связь элементов стандарта с лайками и комментариями.

5. Четко доказано, что большое число лайков и комментариев связано с наличием элементов стандарта арбитража и активно не связано с элементами адвокатирования – наложением интерпретации и эмоционального стандарта – эмоциями героев и наличием субъективности. Таким образом, мы видим, что в «Manshuq Media» именно стандарт арбитража продолжает вызывать общественную дискуссию, что противоречит ожиданиям о том, что эмоциональность и адвокативность повышают вовлеченность людей, но соответствует теории демократических ролей медиа, где независимая журналистика, соблюдающая баланс источников и разделение факта и комментария, создает общественную дискуссию.

«*Batyr Jamal*». Структура профессионального стандарта в этом издании отличается от оного в «Manshuq Media» (см. Приложение 1, диаграмма 2). Самый высокий показатель пришелся на критерий присутствия «перевернутой пирамиды» – 100% (стандарт арбитража). Следующий максимальный показатель пришелся на критерий принадлежности эмоциональности – 86%, из которых 36% героев не выражает эмоций, 44% героев эмоциональны; 48% – эмоции у автора; 58% – эмоции у читателя. Следующий критерий наложения интерпретации относится к стандарту адвокатирования, составляющий 80%. Маркеры активизма были обнаружены в 62% публикаций. Показатели критериев наличия социальной группы и субъективности схожи – по 54%. Критерии наличия двух источников и отсутствия субъективности автора имеют приблизительно схожие показатели – 48%, 44%.

Согласно полученным данным, публикации «*Batyr Jamal*» одновременно сочетают в себе три высоких показателя критериев всех журналистских стандартов. Важно отметить, что

абсолютно все рассмотренные публикации соответствуют параметрам «перевернутой пирамиды», которая характерна для журналистики арбитража. Вместе с тем присутствует элемент эмоциональности, который проявляется практически в одинаковой мере как у героев, так и автора. Однако чаще них эмоции испытывают читатели. Этот факт можно объяснить выборкой инфоповодов редакции (чаще всего – происшествия) и подробным описанием событий. Авторы «*Batyr Jamal*» часто связывают новость с другими событиями, придавая им контекст и оценку, что характерно стандарту адвокатирования. Маркеры активизма, как правило, были выражены в использовании специализированной лексики и призывном тоне. Наличие социальной группы выражалось в неполноценном освещении событий. Так, событие могло осветиться односторонне. Наличие субъективности было замечено благодаря обращениям к аудитории от лица редакции, оцениванию событий при помощи употребления автором экспрессивных лексических единиц. Интересен тот факт, что редакция «*Batyr Jamal*» не игнорирует принципы журналистики арбитража: показатели наличия конфликтных источников и отсутствия субъективности высоки.

Таким образом, важно отметить, что материалы «*Batyr Jamal*» практически в одинаковой мере сочетают в себе элементы трех журналистских стандартов. При освещении новостей редакция не пренебрегает принципами арбитражной журналистики, одновременно включая в себя как эмоциональные, так и активистские элементы. Следовательно, мы говорим о смешанном стандарте и формате медиа.

Выводы из корреляционного анализа для «Batyr Jamal» (см. Приложение 2, таблица 2):

1. В анализе не участвовал критерий «присутствие «перевернутой пирамиды», поскольку его показатель не варьировал, он проявился на 100%.

2. Тексты в данном медиа также различаются по парадигмальным проявлениям стандарта, но несколько иначе, чем в «*Manshuq Media*». Так, в текстах, где присутствует наличие двух источников, практически никогда не появится наличие социальной группы и только с небольшой вероятностью – маркеры активизма, а также наличие субъективности. Эти же элементы, а также эмоции у автора и читателя не встретятся с отсутствием субъективности. Таким образом, можно сказать, что некоторые элементы арбитража могут вытесняться из текстов активистского медиа, поскольку в целом их присутствие невелико (в отличие от присутствия «перевернутой пирамиды»).

3. Как и в случае «*Manshuq Media*», эмоции в текстах «*Batyr Jamal*» проявляются по отношению сразу ко всем акторам коммуникации, связанным образом. Также стоит отметить, что появление в текстах критерий наличия субъективности четко связан с эмоциями автора и читателя, но не связано с наличием нарративных элементов.

4. Важным выводом является то, что в активистском медиа лайки и комментарии никак не связаны друг с другом, что говорит о не изученной пока природе дискуссии в СМИ активистского характера. Также мы видим, что, в отличие от новостного медиа, в активистском медиапроекте популярность конкретного текста и наличие общественной дискуссии под материалом не зависит ни от одного проявления стандарта, кроме эмоций читателя. Это свидетельствует о том, что аудитория активистского СМИ вовлекается в дискуссию и чтение текста тогда, когда авторы материалов открыто и настойчиво вызывают у нее эмоциональный отклик.

Различия в стандартах изданий. Как видно из нашего анализа, Редакция «*Manshuq Media*» в большей степени придерживается таких принципов стандарта арбитража, как «перевернутая пирамида», отсутствие субъективности автора. Помимо этого, данное издание более активно демонстрирует наличие социальной группы через одностороннее освещение событий, при этом, показывая меньшую склонность к использованию эмоциональности, маркеров активизма и наложения интерпретации. В то время как команда «*Batyr Jamal*» более активно использует различные источники информации, при этом проявляя большую субъективность, эмоциональность, используя маркеры активизма, нарративные элементы и накладывая интерпретацию к событиям. Для четкого визуального представления различий в стандартах двух изданий см. Приложение 1, диаграмму 3.

Для того, чтобы доказать различия в стандартах двух изданий, мы провели анализ сравнение средних по всем переменным (элементам стандарта), применив Т-критерий Стьюдента для независимых выборок. Результаты показывают, что стандарты профессионализма в двух изданиях значимо различаются по всем элементам, кроме двух – это маркеры активизма и эмоции героев (см. Приложение 2, таблица 3).

Заключение

Таким образом, мы можем сказать, что стандарт «Manshuq Media» смешанный, преимущественно состоящий из элементов парадигм адвокатирования и арбитража. Вместе с этим стандарт «Batur Jamal» также смешанный, включающий в себя сразу элементы трех парадигм.

СМИ «Manshuq Media» несмотря на тенденцию одностороннего освещения фактов более близко к новостному формату издания. В свою очередь, издание «Batur Jamal» наличием субъективности, интерпретации и элементов эмоциональности, более близко к формату активистских изданий. Тем не менее, как писалось выше, мы не можем отнести издания исключительно к одному формату из-за неоднозначности полученных данных. Гипотеза нашего исследования частично подтвердилась: «Batur Jamal» содержит в себе как стандарты адвокатирования, так и эмоциональности. Тем не менее также присутствует и стандарт арбитража.

Выражение благодарности

Исследование выполнено при поддержке проекта «Центр международных медиаисследований» Санкт-Петербургского университета, год 3, проект №94033584.

Литература

Are journalism and activism compatible? Media helping media. [Электронный ресурс] URL: <https://mediahelpingmedia.org/advanced/are-journalism-and-activism-compatible/> (09.04.2023)

Boizot J. Feminism and media, opportunities and limitations of digital practices. Malmö: Malmö University, 2019.

Camaj L. Blurring the boundaries between journalism and activism: A transparency agenda-building case study from Bulgaria. Journalism, 2018, 19(7), 994-1010.

Can Journalists also be Activists? // Center for Media Engagement. URL: <https://mediaengagement.org/research/can-journalists-also-be-activists/> (09.04.2023).

Johnson F., Menichelli, K. What's going on in community media. Benton Foundation, University of Massachusetts, 2007.

Johnson T. B. Waves of Feminism and the Media/Lewis Honors College Capstone Collection, 2017.

Hallin D., Mancini P. Comparing media systems. Cambridge (MA): Cambridge University Press, 2004.

Objectivity and Advocacy in Journalism. Media Ethics. URL: <https://www.mediaethicsmagazine.com/index.php/browse-back-issues/179-fall-2013-vol-25-no-1/3999003-objectivity-and-advocacy-in-journalism> (23.03.2023).

The Blurred Lines between Journalism and Activism // The Daily Q. URL: <https://thedailyq.org/5048/top-news-stories/the-blurred-lines-between-journalism-and-activism/> (09.04.2023).

Tuchman, G. (1972). Objectivity as strategic ritual: An examination of newsmen's notions of objectivity. American Journal of Sociology, 77(4), 660–679.

Udod, X. Feminism in Kazakhstan: On the intersection of global influences and local contexts. Nazarbayev University, 2018. P. 23-20.

Wahl-Jorgensen K. Emotions, media and politics. John Wiley & Sons, 2019.

Wahl-Jorgensen K. News production, ethnography, and power: On the challenges of newsroom-centricity. Bloomington (IN): Indiana University Press, 2009.

Wahl-Jorgensen, K. The strategic ritual of emotionality: A case study of Pulitzer Prize-winning articles. 2013. P. 129-145

Wahl-Jorgensen, K., Pantti, M. Introduction: The emotional turn in journalism. *Journalism*, 2021, 22(5), 1147-1154.

Womens movement // The Britannica Dictionary. URL: <https://www.britannica.com/event/womens-movement> (27.04.2023).

Алаш: Личности. El KZ. URL: <https://el.kz/ru/news/istoriya/alash/> (10.04.2023).

Бодрунова С. С. Парадигмы «адвокатирования» и «арбитража» в западной журналистской этике и их ценностно-нормативное наполнение. *Социология и право*, 2014, 1(23).

Волкова Л. Е. Лексика феминизма третьей волны в США и ее влияние на русскую языковую действительность // *Актуальные проблемы лингвистики и методики*. 2019.

Идеология феминизма в СССР // Дилетант. URL: <https://diletant.media/articles/35755120/> (28.04.2023)

Женское движение Казахстана: десять лет истории // Караван. URL: <https://www.caravan.kz/articles/zhenskoe-dvizhenie-kazakhstan-desyat-let-istorii-376298/> (18.05.2023).

Жетысу айели // Казахстан. Национальная энциклопедия. Алматы, 2005.

«Как с девочками»: что такое менсплейнинг? // Theory&Practice. URL: <https://theoryandpractice.ru/posts/19461-kak-s-devochkami-cto-takoe-menspleyning> (07.05.2023).

Краткая история феминизма в СССР и России // Правила жизни. URL: <https://www.pravilamag.ru/articles/301323-kratkaya-istoriya-feminizma-v-sssr-i-rossii-ot-xix-veka-do-nashih-dney/> (01.05.2023)

Стрыгина Д. А. Феминизм: проблемы освещения женской темы в средствах массовой информации. Тамбовский государственный университет имени Г. Р. Державина, 2021.

Тертычный А. А. Объективность информации в СМИ: достижима ли она? // *Вопросы журналистики, педагогики, языкознания*. 2018. №1.

Приложение 1. Иллюстрации

Диаграмма 1. Структура профессионального стандарта в издании «Manshuq Media»

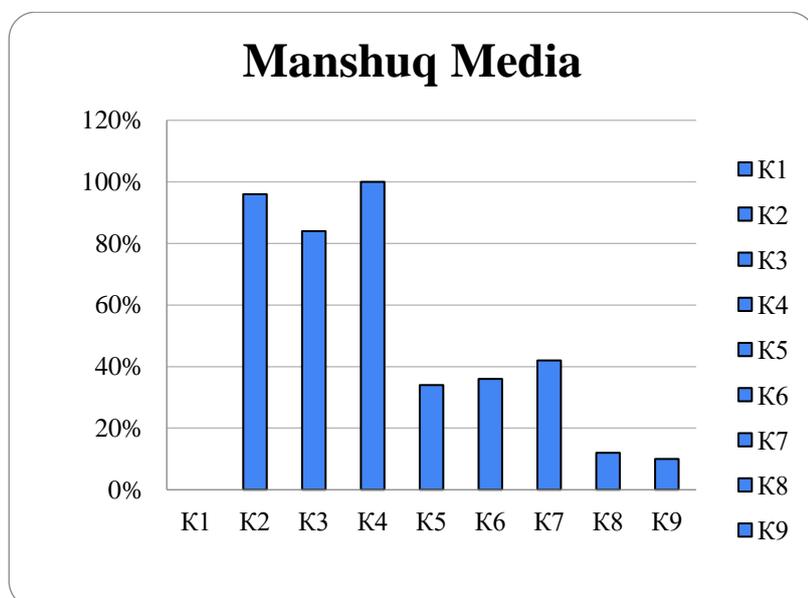


Диаграмма 2. Структура профессионального стандарта в издании «Batyr Jamal»

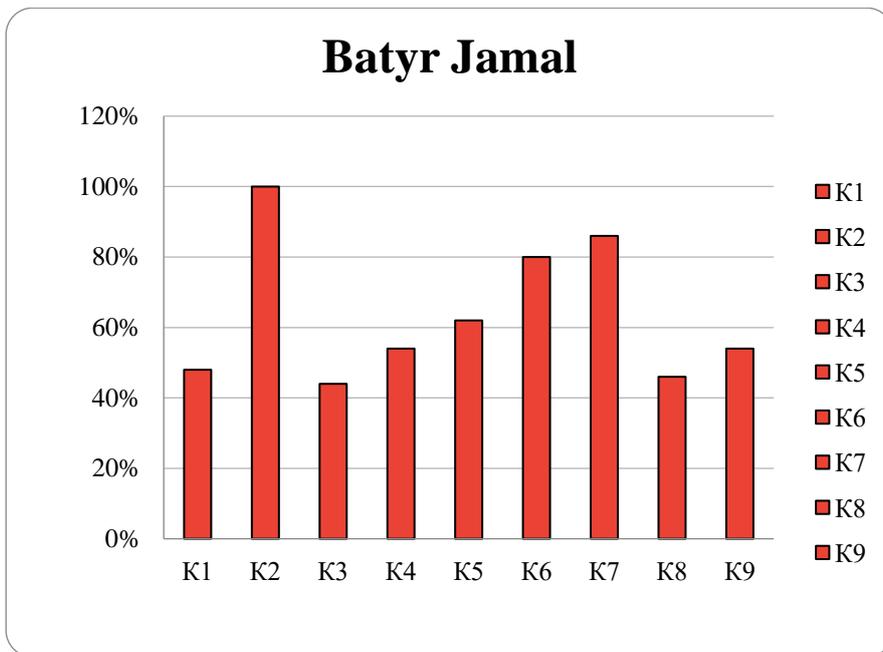
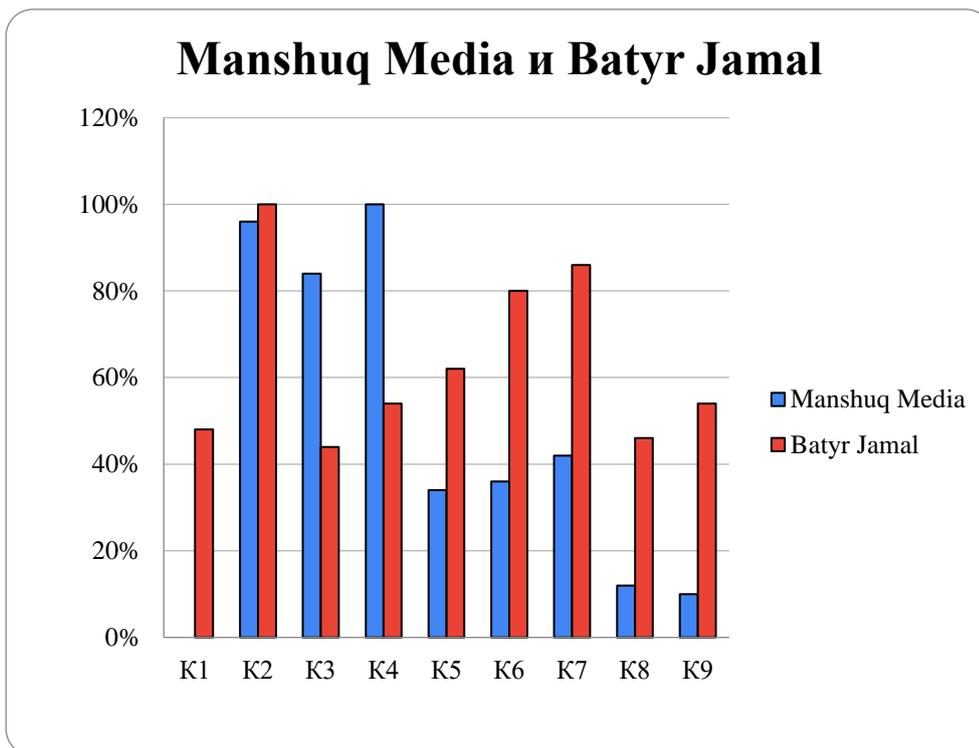


Диаграмма 3. Сравнительная диаграмма для двух медиапроектов



Приложение 2. Описательная статистика

Таблица 1. Анализ связи между элементами стандарта и активностью пользователей, «Manshuq Media»

	K2	K3	K5	K6	K71	K72	K73	K74	K8	K9	Like s	Comme nts
--	----	----	----	----	-----	-----	-----	-----	----	----	-----------	--------------

K2	1,00 0					- ,612**	- ,327*				,298*	,298*
K3		1,00 0		- ,418**		- ,442**	- ,390**			- ,826**	,341*	,341*
K5			1,00 0									
K6				1,000		,444**				,306*	- ,289*	-,289*
K7/1					1,00 0			,642**	,290*			
K7/2						1,000	,535**	,392**		,333*	- ,343*	-,343*
K7/3							1,000	,733**	,318*	,386**		
K7/4								1,00 0	,434**			
K8									1,00 0	,287*		
K9										1,000	- ,343*	-,343*
Likes											1,00 0	,908**
Comments												1,000

Примечание. K2 – K9 – элементы трех парадигм журналистского стандарта (см. описание критериев в методологии) Цветовые пометки: синим – корреляция между лайками и комментариями; зеленым – положительные корреляции; красным – отрицательные корреляции; коричневым – самореферентные корреляции. Полу жирным выделены корреляции достаточной силы (0,3 и выше по модулю).

Таблица 2. Анализ связи между элементами стандарта и активностью пользователей, «Batur Jamal»

	K1	K3	K4	K5	K6	K71	K72	K73	K74	K8	K9	Likes	Comments
--	----	----	----	----	----	-----	-----	-----	-----	----	----	-------	----------

K1	1,00 0		- ,961* *	- ,402* *							- ,318* *		
K3		1,00 0		- ,302* *			- ,690* *	- ,633* *			- ,556* *		
K4			1,00 0	,352*									
K5				1,00 0									
K6					1,00 0					- ,299* *			
K71						1,00 0	,347* *	,291* *	,603* *	,288* *			
K72							1,00 0	,655* *	,388* *		,646* *		
K73								1,00 0	,474* *		,434* *	,340* *	
K74									1,00 0				
K8										1,00 0			
K9											1,00 0		
Likes												1,00 0	0,043
Comments													1,000

Примечание. K2 – K9 – элементы трех парадигм журналистского стандарта (см. описание критериев в методологии). Цветовые пометки: синим – корреляция между лайками и комментариями; зеленым – положительные корреляции; красным – отрицательные корреляции; коричневым – самореферентные корреляции. Полужирным выделены корреляции достаточной силы (0,3 и выше по модулю).

Таблица 3. Сравнение средних для данных двух медиапроектов, Т-критерий Стьюдента для независимых выборок

	Критерий равенства дисперсий Ливиня	
	F	p
K1	30576,000	0,000
K2	8,892	0,004
K3	47,173	0,000
K4	7607,250	0,000
K5	0,673	0,414
K6	17,113	0,000
K71	0,007	0,935
K72	86,079	0,000
K73	7,638	0,007
K74	43,334	0,000
K8	63,863	0,000
K9	83,084	0,000
Likes	10,833	0,001
Comments	2,602	0,110

Примечание. F – значение соотношения дисперсий, p – критерий значимости корреляции. Полужирным выделены значимые корреляции ($p < 0,05$).

ЭФФЕКТ ПОГРУЖЕНИЯ КАК ИНФОРМАЦИЯ В ФОРМАТЕ 360° В ЖУРНАЛИСТИКЕ

Мухайё О.С.,

*преподаватель кафедры информационных услуг и связей с общественностью
УзГУМЯ, Узбекистан, г.Ташкент*

Существует много способов достижения эффекта погружения. Одним из них является применение технологий виртуального мира, то есть погружение в среду виртуальной жизни. Технологии виртуализации имеют историю нескольких десятилетий. Совершенствование этой технологии будет отражено в будущем как универсальный медиаканал коммуникации. В данной статье рассматриваются результаты научных исследований, которые показывают что, иммерсивная журналистика является эффективным направлением развития журналистики в целом. Автор подчеркивает необходимость уделять серьезное внимание подготовке специалистов на этой платформе.