

ПСИХОЛОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ЖУРНАЛІСТІВ В УМОВАХ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ВІЙНИ

О.В. Шиян, аспірантка лабораторії психології масових комунікацій та
медіаосвіти, ІСПП НАПН України (м. Київ)

Анотація. У тезах представлені результати фокус-групового дослідження психологічних особливостей діяльності журналістів, в умовах інформаційного протистояння зокрема, та психологічних особливостей медіапрактик журналістів поза професійною зайнятістю, а саме: спілкування у соціальних мережах, сприймання телебачення та радіо.

Ключові слова: журналісти, медіапрактики, соціальні мережі, радіо, телебачення, інформаційна протидія, медіаорганізації, інформація.

Аннотация. В тезисах представлены результаты фокус-группового исследования психологических особенностей деятельности журналистов, в условиях информационного противостояния в частности, и психологических особенностей медиапрактик журналистов вне профессиональной деятельности, а именно: общение в социальных сетях, восприятие телевидения и радио.

Ключевые слова: журналисты, медиапрактики, социальные сети, радио, телевидение, информационное противодействие, медиаорганизации, информация.

Summary. In theses are presented the results of focus group research of psychological aspects of journalist's work, in conditions of information confrontation for instance, and psychological aspects of journalist's mediapractices outside professional activity, in particular: communicating in social networks, the perception of TV and radio.

Key words: journalists, media practices, social networks, radio, television, information defense, media organizations, information.

Професійна журналістика, основоположною складовою якої є творчість, може стати на перепоні медіатравматизації населення, спричиненої протистоянням на теренах України. Саме тому предметом дослідження є психологічні особливості діяльності журналістів, в ускладнених інформаційних умовах зокрема. Однак, цікавим є також щоденний досвід взаємодії журналістів з медіа як користувачів (хоча подеколи такі медіапрактики переплітаються з професійними обов'язками), адже подібний досвід є джерелом для глибшого розуміння психології журналістів,

сприймання ними сфери своєї діяльності, та проблем, які постають перед практиками у роботі.

Мета дослідження: виявити психологічні особливості діяльності журналістів в умовах інформаційної війни та психологічні особливості медіапрактик журналістів поза професійною зайнятістю, а саме: спілкування у соціальних мережах, сприймання телебачення та радіо.

Метод: 2 фокус-групи (березень 2018 р.). Склад учасників: 5 журналістів.

Переваги методу: висока інформативність, доступ до життєвого світу респондента.

Обмеження методу: нерепрезентативна вибірка.

Аналіз результатів: конденсація смислів.

Результати. Журналісти, які взяли участь у дослідженні, зазначають, що самі зрідка дивляться телебачення, а якщо пов'язані з виробництвом теленовин – відчують певну втому від нього. Респонденти надають перевагу «фільмам, цікавим передачам» для естетичного задоволення, переключення свідомості на більш легкі формати; новини переважно читають з Інтернету.

Серед переваг телебачення журналісти виділяють: розвиток кругозору, загальної ерудованості; інформативність, зрозумілість; здатність викликати співпереживання та бути відпочинком. Серед недоліків називають маніпулятивність подачі інформації, подеколи залежність наповнення сітки телефіру від медіавласників, що потребує переходу організацій до автономної форми виробництва.

Слухати радіо для респондентів – це переважно вид відпочинку, зокрема музичний супровід у поїзді чи вдома. Дехто надає перевагу розмовним жанрам, включно з новинами. Серед переваг радіо вирізняють: ширший спектр думок і точок зору; різноманітніший контент(Богдан,

редактор новин у інформ. агенції, 28 років: «Радіо контент-мейкери, щоб хоч якось зацікавити аудиторію, більш вигадливо, все таки, підходять до створення продукту»); оперативність; збереження напряму окремих радіостанцій до культурного просвітництва (аудіокнижки, аудіовистави, ефіри з цікавими особистостями тощо). Також радіо називають «альтернативною нішею для молодих спеціалістів», де журналіст-початківець може розпочати свою кар'єру і професійно реалізуватись. Окремі респонденти вбачають недолік радіо у маніпулятивності, інші – у відсутності візуальної картинки. Для деякого радіо – неактуальне, для деякого – невмируще.

Для журналістів, які взяли участь у дослідженні, соціальні мережі є засобом для самореалізації; спілкування з близькими та колегами; для пошуку, розгляду та поширення інформації (Ольга, редактор відділу новин, 21 рік: «соціальні мережі – це аналіз суспільної думки»; Дар'я, кореспондент, 23 роки: «Якщо володіти навичками відшліфування інформації, це спосіб знайти людину, яка розповість її достовірно»).

Також соціальні мережі можуть використовуватись для: відстоювання своїх переконань, цінностей або інтересів у публічному просторі; підтримки односторонців шляхом лайкання та поширення постів, коаліцій у дискусіях; підтримання власної безпеки (Анатолій, тележурналіст, 53 роки: «Завдяки соціальним мережам можуть дізнатися люди, що ти зник... Я щодня роблю дві-три публікації... Коли ти зникаєш, люди, які тебе люблять, вірять, вони починають турбуватися: «А що трапилось?»); відслідковування, як люди змінюються з часом.

Серед переваг соціальних мереж виокремлюють: наявність зворотного зв'язку від аудиторії щодо власних матеріалів, що є полем для рефлексії, зокрема, журналістів-початківців; цікавість; ширший, порівняно з традиційними ЗМІ, спектр думок; високу швидкість поширення соціально

значущої інформації. Серед недоліків вирізняють: забирання вільного часу, зчитування особистих даних, наявність груп та окремих ботів і тролів, які «захаращують» віртуальний простір, надмірну спрощеність спілкування.

Інформаційну війну опитані журналісти сприймають як таку, що розділює суспільство; як комплекс дій, вигідний стороні, що їх запроваджує; як боротьбу кількох сил між собою, на межі якої стоїть Людина.

Трактування вислову «журналіст в умовах інформаційної війни» наступні: він неоднозначний, обізнаний, насторожений, людський, спостережливий, правдивий, небезпечний, професійний, патріотичний, медіа-солдат, необ'єктивний, об'єктивний, особливо важливий, ключовий. Вже з наведених характеристик можна побачити, що серед п'яти респондентів думки щодо об'єктивності журналіста в умовах інформаційної війни розходяться, хоча для всіх він – правдивий, ретельно перевіряє факти та дошукується до першоджерел. Олег, журналіст-розслідувач, 45 років: «Журналіст в інформаційній війні є і ціллю, бо його атакують джерела, і водночас він є зброєю. Від того, як він ці джерела сприйматиме, як він їх переробить, багато залежить. Це, напевне, як у спорті командному: прийнято м'яч і ти потім приймаєш рішення, куди його далі спрямувати».

Крім вищенаведеного, респонденти, виходячи з власного досвіду, називають наступні знання, вміння та якості, які особливо потрібні журналісту в умовах інформаційної війни: вміння якісно обробляти інформацію, аналізувати; ґрунтовні спеціалізовані та базові знання, зокрема, історії України та світу; знання цільової аудиторії та вміння подавати матеріал; «адекватну самоцензуру», на основі розуміння своєї відповідальності; вірність власним принципам; патріотичність; стресостійкість. Останнє пояснюється тим, що під час роботи журналіст пропускає «через себе» великий масив негативної інформації, часто робить відповідальний вибір, може потерпати від переслідувань або перебувати у

конфлікті з редакцією. Частина респондентів висловила побажання, щоб у медіаорганізаціях HR-менеджер та психолог мали незалежні функції.

Результати можуть застосовуватись як напрями для подальших досліджень у галузі соціальної психології, психології масових комунікацій, психології журналістики, медіапсихології.

Шиян О.В. Психологічні особливості діяльності журналістів в умовах інформаційної війни.

Шиян О.В. Психологические особенности деятельности журналистов в условиях информационной войны.

Shyian O.V. Psychological aspects of journalistic practice in conditions of information war.