

АЛТЕРНАТИВНИТЕ МЕДИИ В ИНТЕРНЕТ – ФОРМИРАНЕ НА НОВА ПРОФЕСИОНАЛНА ПЕРСПЕКТИВА

МАРИЯ ПОПОВА

Факултет по журналистика и масова комуникация

maropova1@uni-sofia.bg

Maria Popova. The Alternative Media on The Internet – Forming a New Professional Perspective

Abstract: The changes that are taking place in the essence of journalism as a social and professional activity are caused by the mixing of the practice of professional and citizen journalists, by the ability of media products to be distributed through a variety of media and digital channels, by the audience's commitment not only to consume them through the multiple technological devices, but also personally to participate in their creation. The traditional norms of what journalism is and what are its functions, meaning and influence are a subject of continuous metamorphosis. The new types of journalism increase in the social, professional, and empirical field of media production. The journalism theory is enriched, and the analysis of specific models and professional standards is stimulated. The familiar notion of journalism as centralised around news production is expanded and it allows the description of new practices, which have been assessed as peripheral, hybrid, alternative. The journalism research evaluates new media practices produced by alternative media or those in the field of specialist journalism. The journalists in such start-up media have a sense of the mission of their activity, of being at the forefront of technological, social, and cultural transformations in society, of forming a community culture of exchange between them as content creators and their audience as consumers, but also as participants in the content creation, verification and distribution. Such media can be evaluated as the "agents of media innovation" in relation not only to the professional and social standards in the journalism, but also to the influence that technology and social environment have on the contemporary virtual man.

Keywords: alternative media, journalism, journalism theory, internet, virtual man

Утвърждаването на дигиталните медии като значимо поле за конструиране на медийното съдържание позволява активното наблюдение на промените, които протичат в същността на журналистиката като социална и професионална дейност. Тези изменения са породени от смесването на практиката на професионалните и гражданските журналисти, от способнос-

тта медийните продукти да се разпространяват през разнообразни медийни и дигитални канали, от ангажимента аудиторията не само да ги ползва чрез множество технологични средства, но и сама да участва в тяхното създаване. Традиционните норми за това какво е журналистиката и какви са нейните функции, значение и влияние подлежат на непрекъсната метаморфоза поради появата на нови видове на журналистиката, увеличаването на социалното, професионалното и практико-приложното поле на медийното производство. Така се обогатява журналистическата теория и се стимулира анализът на специфични модели и професионални стандарти. Разширяването на познатата представа за журналистиката като центрирана около новинарското производство позволява описанието на нови практики, които до този момент са оценявани като периферни, хибридни, алтернативни. Журналистическите изследвания се насочват към оценка на новите медийни практики, произведени от алтернативни медии или такива, които са в областта на специализираната журналистика. Журналистите в подобни стартиращи медии имат усещането за мисия на своята дейност, за предна линия на технологичните, социални и културни трансформации в обществото, за формирането на общностна култура на обмен между тях като създатели на съдържание и тяхната аудитория в ролята си на потребители, но и в ролята на съучастници в медийното конструиране, верифициране и дистрибутиране. Подобни медии могат да бъдат оценени като „агенти на медийната иновация“ по отношение не само на професионалните и социални стандарти в журналистиката, но и спрямо влиянието, което технологиите и социалната среда като цяло оказват върху съвременния виртуален човек.

Могат да бъдат представени различни дефиниции за това какво представляват алтернативните медии, включително като обърнем внимание, че спрямо тях се употребяват и доста разнообразни названия – радикални, граждански, активистки, независими, автономни, тактически, хоризонтални, диалогични, хиперлокални, комунитарни, медии на участието. Шотландският медиен изследовател Крис Атън оценява умението на алтернативните медии да „отразяват по-отблизо практиките на децентрализирани, демократични, самоуправляеми и рефлексивни мрежи на „всекидневна солидарност“¹.

Джеймс Хамилтън ги описва като средство за постигането на цялостна депрофесионализация, декапитализация и деинституционализация – в медийната, но и в останалите социални системи, доколкото „алтернативните медии трябва да са достъпни за „обикновените“ хора, без да е необходимо професионално обучение и прекомерни капиталови разходи; те трябва да се

¹ ATTON, Chris. Alternative and Citizen Journalism, In: Wahl-Jorgensen, Karin, Thomas Hanitzsch (eds.) The Handbook of Journalism Studies, Routledge, 2009, p. 266

извършват в настройки, различни от тези на медийните институции или на подобни системи“.²

Английският медиен и културен изследовател Тим О’Съливан акцентира върху способността на алтернативните медии да осигуряват радикална социална промяна, посочвайки че те използват демократичен/колективистичен процес на производство, управляват по нов начин не само създаваното съдържание, но и неговия дизайн и механизми за доставка.³

Колумбийският медиен изследовател Клеменсия Родригес посочва гражданския потенциал на алтернативните медии. Тя твърди, че по-подходящ е терминът „граждански медии“, защото той обхваща не само средствата за медийното производство, характеризиращи се с отворен достъп и доброволчество, но и значението им за социалната промяна, както и ориентацията им към нестопански цели. Родригес даже подчертава, че подобни медийни продукти трябва да бъдат определяни не само като алтернативни, но и като активистки.⁴

Подобно е виждането и на Крис Атън, който също набляга на техния граждански характер, свързан с конструирането на гражданството и политическата идентичност в практиките на всекидневието. Според него за разлика от традиционните медии, при които аудиторията очаква медиите да определят границите на политическото участие, гражданите могат да използват своите персонални, самоуправляеми алтернативни медии, за да се включат политически при своите собствени условия. Да станеш активен участник в процеса на медийна продукция е само по себе си политическо образование, твърди той. И припознава новите форми на медийна продукция като алтернатива за влияние на различните социални и политически групи в рамките на активен политически процес – инструмент за реализиране на алтернативна политика, за овластяването на гражданите като част от демократизацията на политическия процес⁵.

Особеностите на алтернативните медии могат да бъдат приобщени към разбиранията за алтернативната журналистика, за които вече сме писали, дефинирайки я като средство за представяне на различната гледна точка, на новините, субектите, фактите, които стоят встрани от мейнстрийм медиите, авторитетните медийни организации, медийните конгломерати. Много често журналистиката е използвана за прокарване на определена социално ориен-

² Пак там, p. 265

³ В: WALTZ, Mitzi. *Alternative and Activist Media*, Edinburgh University Press, 2005, p. 4

⁴ В: WALTZ, Mitzi. *Alternative and Activist Media*, Edinburgh University Press, 2005, p. 3

⁵ Виж ATTON, Chris. *Alternative and Citizen Journalism*, In: Wahl-Jorgensen, Karin, Thomas Hanitzsch (eds.) *The Handbook of Journalism Studies*, Routledge, 2009, p. 267

тирана кауза, позиция, проект, което позволява да я типологизираме като активистка журналистика.⁶

В резултат може да предложим собствена дефиниция определяйки алтернативните медии като своеобразни идейни, социални и културни ниши, в които се развива дейността на различни граждански и неправителствени организации, творчески обединения, научни и политически движения. Тяхната основна изява е като опозиция на някаква съществуваща утвърдена медийна практика. В повечето случаи алтернативните медии целят формирането на алтернативна позиция към социалната, политическа и културна действителност. Също така позволяват използването на собствени стандарти за журналистическо производство, които може цялостно или частично да покриват съществуващите професионални и етични норми, но може и напълно да ги изключват, водени от идеята за същността на предаваната информация и характера на нейното въздействие, а не толкова от спазването на редакционни и професионални модели. Алтернативните медии са каналите, през които членовете на активната аудитория или журналистите на свободна практика представят собствената си позиция за определени събития и процеси, липсващи отчасти или напълно в съдържанието на съществуващите традиционни и онлайн медии. Те са средството, чрез което гражданите заявяват публично своите социални и политически цели, ненамиращи визуализация в масовите медии поради характера на утвърдения медиен дневен ред.

Сред ключовите особености на алтернативните медии е възможността чрез тях членовете на аудиторията да оспорват концентрацията на институционална и професионална медийна сила, да отправят предизвикателство спрямо хегемонията на традиционните медии като изключителни, привилегирани, с изградено доверие и информационен монопол при разпространението на новини. За Крис Атън „нормативният идеал на професионалната журналистика (...) се основава на емпиричното допускане, че в света съществуват „факти“ и че е възможно тези факти да бъдат идентифицирани точно и без пристрастия (журналистическата норма на непривързаност). Нормативният идеал на алтернативната журналистика твърди обратното: че отразяването винаги е обвързано с ценности (лични, професионални, институционални) и поради това никога не е възможно да се отделят фактите от ценностите. Това води до епистемологично предизвикателство: че могат да се произведат различни форми на познание, които сами по себе си представят и множество версии на „реалността“, различни от тези на масовите медии“⁷.

⁶ Виж ПОПОВА, Мария. Въведение в журналистическата теория, Авангард прима, 2021, с. 75

⁷ ATTON, Chris. Alternative and Citizen Journalism, In: Wahl-Jorgensen, Karin, Thomas Hanitzsch (eds.) The Handbook of Journalism Studies, Routledge, 2009, p. 272

Съдържанието на алтернативните медии се оказва предизвикателство не само за медийния монопол, но и за различните социални институции, които са стимулирани да разширяват спектъра на своите дейности, съобразно изискванията на гражданските движения. А това спомага алтернативните медии да концентрират не само общественото внимание, но и да формират общностни връзки около комуникационните канали с цел задоволяване на основните социални нужди на членовете на социалните групи. Както пишат медийните изследователи Олга Гuedес Бейли, Барт Камартс и Нико Карпентиер, формите на медийно участие под всякаква форма позволяват на гражданите да бъдат активни и да прилагат на практика своето право да комуникират, с което се научават да изразяват своите демократични и граждански нагласи, да укрепват гражданската култура, пряко да участват в публичния дебат, като стимулират общественя диалог и колективното вземане на решения в публичната сфера⁸. Алтернативните, граждански-ориентирани медии са средството гласът на обикновените хора да бъде чуто, да бъдат публично презентирани и свободно дискутирани онези теми, които те считат за важни и значими за медийно представяне. Едновременно с това социалните групи, които в настоящата медийна ситуация, са представени едностранчиво, нерелевантно, некоректно, понякога даже са заклеймени или репресирани, могат да се възползват от каналите за комуникация, отворени от алтернативните медии, за да укрепят своята идентичност и да я заявят пред външния свят с цел социална промяна и/или развитие⁹.

Алтернативните медии са полето за проявление на водещите за всяко общество социални групи, които по думите на германския медиен изследовател Андреас Хеп разчитат на новите форми на медийно-технологичната промяна и значимата като обем онлайн информация, за да демонстрират своето чувство за мисия и усещането си, че са в челните редици на медийно-инспирираните трансформации на обществото¹⁰. Те са истинските „агенти на медийната иновация“, както ги определят Оскар Уестлунд и Сет Луис – не само индивидуално ангажираните професионалисти, но и общностите, технологиите, работната среда и всякакви други нечовешки актьори¹¹.

Форматните специфики на алтернативните медии предполага акцентирание върху техните финансови, структурни и технологични процеси на про-

⁸ GUEDES BAILEY, Olga, Bart CAMMAERTS, Nico CARPENTIER, *Understanding Alternative Media*, Open University Press, 2007, p.10-11

⁹ Пак там, p.14

¹⁰ HEPP, Andreas. *Pioneer communities: collective actors in deep mediatisation*, *Media, Culture and Society*, 38/2016, Available from: <https://doi.org/10.1177/0163443716664484>

¹¹ WESTLUND, Oscar, Seth LEWIS, *Agents of media innovations: Actors, actants, and audience*, *The Journal of Media Innovations* 1(2), 2014, Available from: <http://www.journals.uio.no/index.php/TJMI>

изводство и разпространение, включително оперирането им за нестопански цели и организирането им като колективна собственост – като независимо притежавани и управлявани, използването на хоризонтална, двупосочна или мрежова комуникация, конструирането им като малки, демократични, ниско-бюджетни или нишово-ориентирани продуценти, употребата на канали, които позволяват по-голям обхват или по-евтин достъп. Според американският медиен изследовател Дженифър Рауч измерването на съдържанието на алтернативните медии описва атрибути като: критикуване на масовите медии, производството на репортажи за опозиционна политика и радикална култура, отразяването на пренебрегваните от масовите медии истории, особено на такива, които представят маргинализирани гласове, предлагането на съчувствашо отразяване на социалните движения; предоставяне на информация за мобилизиране на аудиторията към определени цели и каузи¹².

Сред предимствата на алтернативните медии е и техният потенциал значително да завишават размера на онлайн аудиторията – не само като обем, но и като структурно многообразие, особено в сравнение с традиционните медии. Лесният онлайн достъп позволява ползването на изключително като количество и качество медийно съдържание, което от една страна може да бъде заимствано, изследвано като източник на информация или директно споделяно в рамките на професионалната медийна практика. А от друга – форсира стремежа към самопубликуване от страна на виртуалния човек – на неговите собствени интервюта, истории, снимки и видеоклипове, собствените разследвания, особено на ревиютата и коментарите в целия тематичен обхват.

Тази активност е породена от значимото количество новопоявили се технологии, които са интересни, евтини за закупуване или напълно безплатни (като хардуер и софтуер), лесни за употреба от потребителите. Доминанцията на технологиите подтиква възникването на нови медийни платформи (от модерни, богати като съдържание и удобни за навигация сайтове, през безкрайната констелация от социални мрежи и социални медии до популярността на стрийминг платформите), но и влиза в пряка конкуренция с вече изградените структури на съществуващите традиционни и дигитални медии. Същевременно по-младите и дейни членове на аудиторията са склонни сами да създават съдържание, особено благодарение на социалните мрежи, които са основани около идеята за публичното репрезентиране на персонално съдържание, послания, мнения, свидетелства. Комуникационните взаимоотношения също в много по-голяма степен са подчинени на способността за колаборация, за полагаането на бърза обратна връзка, за включването в пуб-

¹² RAUCH, Jennifer. Exploring the Alternative–Mainstream Dialectic: What “Alternative Media” Means to a Hybrid Audience, *Communication, Culture & Critique*, 2015, 8 (1): 124–143, p. 126

личното/медийното пространство на нови, непознати гласове, изграждането на нови кръгове по интереси чрез споделянето на съдържание.

Взаимодействието между членовете на онлайн общностите позволява и по-голяма прозрачност на използваните източници на информация и методите на отразяване, по-голямо разнообразие на включените експерти. Както и променя познатите журналистически роли и тяхната водеща позиция. Ако досега традиционните медии се налага да отделят много време и средства, за да презентират своите журналисти като авторитети (или поне като нещо повече от значими наблюдатели), с развитието на интернет тези привилегии изчезват. Наистина, в определени случаи, журналистите все още имат ангажимента да се утвърдят като авторитети по множество области, но все по-рядко влизат в позицията на куче пазач, което пази обществото от посегателствата на правителството или привилегированите индустрии. Тяхната роля все повече е заемана от популярни личности или граждански групи.

Това демократизира медиите, защото те се оказват в пряка конкуренция с непознати медийни формати. Например при списанията това се наблюдава с появата на зиновете, които успешно си съперничат с наложилите се заглавия, но е още по-забележимо с развитието на онлайн медиите и блоговете. Подобна историческа фаза в развитието на медиите, както я определят нидерландските медийни изследователи Марк Дюз и Тамара Витхе, представя нов модел на организационна структура, която е по-малко зависима от формите на съществуващите новинарски организации, за сметка на възможността за производството на голямо разнообразие от съдържание и услуги, публикувани в множество платформи и практикувани по всякакви формални и неформални начини. Тази фаза приблизително съвпада с възхода на новите технологии (по-специално интернет, смартфоните и различните форми на автоматизация), изместването на базираната на идеи политика към по-сложни наднационални отношения (както и завръщането ѝ под прикритието на популизма) и бързата глокализация на социалните, културните и икономически проблеми. Новинарската индустрия, в резултат на тези промени и предизвикателства, като цяло търси отговори в консолидирането на основните си дейности и рационализирането на съществуващите операции.¹³

Но подобна историческа фаза реализира и нов концептуален модел за журналистиката, при който се конструират нови видове журналистика, възползващи се от предимствата на социалната активност онлайн. Такава например е журналистиката на участието, която американските изследователи Шейн Бауман и Крис Уилис определят като действие на граждани, заети в активното събиране, отразяване, анализиране и разпространение на новини и

¹³ DEUZE, Mark, Tamara WITSCHGE, *Beyond Journalism*, Polity, 2020, p. 10

информация с цел предоставяне на независима, надеждна, точна, широкообхватна и подходяща информация, при която има малък или никакъв редакторски контрол, а е резултат от множество едновременни, споделени разговори, проведени в интернет¹⁴.

В известна степен се променят и целите на журналистика. Ако досега нейната основна задача е да легитимира демократичните устои на държавата и да контролира управляващите елити, то виртуалното общуване спомага за изграждането на разнообразни социални връзки, стимулира гражданското участие в публичните процеси, образува флуидни, но мащабни общности и демонстрира ангажименти към фундамента на обществото и неговите институции като популяризира информация за неговите нужди и възможности.

Може да допуснем, че алтернативните медии не просто отразяват гражданските цели на членовете на аудиторията като допълнителна позиция към тематичното си съдържание, а ги превръщат в основен и даже единствен информационен фокус. Това е отбелязано от Дюз и Витхе, според които границите между журналистиката и другите форми на обществената комуникация – връзки с обществеността, маркетинг и корпоративна комуникация спрямо (като цяло неплатените) практики на масовата персонална комуникация онлайн (чрез уеблогове, видеоблогове и подкасти или просто чрез публикации в социални медии) – са пропускливи и често безсмислени, особено за медийните потребители. Дигиталната среда замъглява някога ясното разграничение между различните фази в процеса на новинарско производство – включително събирането, проверката, отразяването, редактирането, подготовката, разпространението, публикуването и популяризирането на информацията. Дигиталната среда също така разрушава единството на производството, съдържанието и разпространението му чрез отделни медии в полза на разработването на нови формати за разказване на историите в множество медии (напр. трансмедията), нови начини за доставяне на новини (все по-често чрез мобилни и социални медии) и най-вече нови начини да бъдеш журналист¹⁵.

Поради това се мултиплицират професионалните позиции на работещите журналисти. Те могат да бъдат професионалисти или аматьори, да бъдат част от познатите журналистически редакции на традиционните медии или да участват в мултимедийни редакции на големите медийни марки, да се включват в дейността на различни неправителствени организации, маркетингови и рекламни компании, местни и алтернативни медии, да бъдат на свободна практика или да работят за собствен медиен проект (блог, влог, под-

¹⁴ Виж BOWMAN, Shayne, Chris WILLIS, We Media. How audiences are shaping the future of news and information, The Media Center at The American Press Institute, 2003, p. 9

¹⁵ DEUZE, Mark, Tamara WITSCHGE, Beyond Journalism, Polity, 2020, p. 11

каст, профил в социална мрежа). Могат да бъдат професионалисти, които не са пряко ангажирани с журналистическа дейност, но чието присъствие е от голямо значение за медийното производство – например заетите с техническа поддръжка, коректори, медиен омбудсман или представители на аудиторията, дизайнери, продуценти, аниматори и създатели на видеографика, модератори в социалните мрежи, контент мениджъри, куратори на съдържание, кодери, програмисти и пр.

Поради това може да заключим, че съществуването на алтернативните медии – както в техния традиционен формат, така и в новата им онлайн проява е същностен механизъм за обновяването на журналистическата практика и за конструирането на непрекъснато обновяваща се професионална перспектива. Употребата, но и участието на виртуалния човек в алтернативните медии може да бъде резултат от целенасочен интерес на потребителите към изграждане на нови тематични линии, различни или надграждащи тези в мейнстрийм медиите, но може да бъде израз и на моментно, случайно, неангажиращо решение.

Алтернативните медии могат да бъдат идентични от гледна точка на своята структура и редакционен контрол на традиционните медии, и също като тях да търсят реализирането на приходи от предлагането на своята продукция, но могат да бъдат флуидни или социално, даже активистки ориентирани, да бъдат институционално детерминирани или публично неразпознаваеми. Това, което ги формулира като концептуално иновативни, е спецификата на формите на комуникационен обмен. За разлика от познатите комуникационни модели на съществуващите традиционни медии, алтернативните медии усвояват свой собствен диалогичен порядък, при който определящи са не толкова технологическите средства (печатни, електронни и дигитални) или мястото и броя участници (физическа или онлайн среда), а посоката, характера, интензитета на комуникацията. Така посоката на комуникация може да бъде „един-към-един“, „един-към-много“ или „много-към-много“. Характерът на комуникацията може да бъде проявен чрез персоналното разпространение на създаваните от виртуалния човек съобщенията или да бъде упражняван и контролиран в рамките на структурно изградена организация. Интензитетът може да стимулира бърза, ситуационна обратна реакция или да бъде съотнесен към споделянето на харесано съдържание, да бъде моментен чрез включване с коментар към съществуваща публикация или да цели по-значим социален отговор чрез популяризиране на собствени съдържателни продукти (изображения, фотографии, текстове).

Възможностите, които онлайн средата, повсеместната технологизация и съучастието на активната аудитория предоставят на алтернативните медии, са доказателство за важноста на журналистиката, за нейната функционалност и приоритетност за съвременното общество. Макар потопен в море от дигитална информация, виртуалният човек осъзнава, че неговото наблюдение

на събитията, които се случват около него, има значение и публичното споделяне на свидетелствата е механизъм за рационализацията на цялото общество. Както и че, е необходима широка и повсеместна оценка за тези факти, емоции, позиции, мнения – независимо дали тя ще бъде извършена от професионалните журналисти и уважаваните експерти или ще бъде коментирана от множеството активни членове на онлайн аудиторията.

БИБЛИОГРАФИЯ

- ПОПОВА, Мария. Въведение в журналистическата теория, Авангард прима, 2021
- BOWMAN, Shayne, Chris WILLIS, We Media. How audiences are shaping the future of news and information, The Media Center at The American Press Institute, 2003
- BUYENS, Willem, Peter VAN AELST, Alternative Media, Alternative Voices? A Quantitative Analysis of Actor Diversity in Alternative and Mainstream News Outlets, *Digital Journalism*, 2022, 10 (2): 337–359
- COULDRY, Nick, James CURRAN (eds.) *Contesting Media Power. Alternative Media in a Networked World*, Rowman&Littlefield Publishers, 2003
- DEUZE, Mark, Tamara WITSCHGE, *Beyond Journalism*, Polity, 2020
- FREUDENTHALER, Rainer, Hartmut WESSLER. How Alternative Are Alternative Media? Analyzing Speaker and Topic Diversity in Mainstream and Alternative Online Outlets, *Digital Journalism*, 2022, Available from: <https://doi.org/10.1080/21670811.2022.2117715>
- GUEDES BAILEY, Olga, Bart CAMMAERTS, Nico CARPENTIER, *Understanding Alternative Media*, Open University Press, 2007
- HARCUP, Tony. Alternative Journalism as Active Citizenship, *Journalism*, 2011, 12 (1): 15–31
- HEPP, Andreas. Pioneer communities: collective actors in deep mediatisation, *Media, Culture and Society*, 38/2016, Available from: <https://doi.org/10.1177/0163443716664484>
- KRISTOFFER, Holt, Tine Ustad FIGENSCHOU, Lena FRISCHLICH, *Key Dimensions of Alternative News Media*, *Digital Journalism*, 2019, 7 (7): 860–869.
- MCQUAIL, Denis, Mark DEUZE, *McQuail's Media&Mass Communication Theory*, SAGE, 2020
- PEÑA GANGADHARAN, Seeta, Benjamin De CLEEN, Nico CARPENTIER (eds.) *Alternatives on Media Content, Journalism, and Regulation*, Tartu University Press, 2007
- RAUCH, Jennifer. Exploring the Alternative–Mainstream Dialectic: What “Alternative Media” Means to a Hybrid Audience, *Communication, Culture & Critique*, 2015, 8 (1): 124–143
- WAHL-JORGENSEN, Karin, Thomas HANITZSCH (eds.) *The Handbook of Journalism Studies*, Routledge, 2009
- WALTZ, Mitzi. *Alternative and Activist Media*, Edinburgh University Press, 2005
- WESTLUND, Oscar, Seth LEWIS, Agents of media innovations: Actors, actants, and audience, *The Journal of Media Innovations* 1(2), 2014, Available from: <http://www.journals.uio.no/index.php/TJMI>

References: transliteration

- POPOVA, Maria. *Vuvedenie v jurnalisticheskata teoriya, Avangard prima*, 2021