

О природе медийного события и медийного мотива

Научный руководитель – Тадевосян Мери Рафиковна

Тадевосян Михаил Рафикович

Студент (бакалавр)

Российско-Армянский (Славянский) университет, Институт медиа, рекламы и кино,
Кафедра журналистики, Ереван, Армения
E-mail: tadevosyan.mikael@student.rau.am

В эпоху лавинообразного увеличения информационных потоков огромное количество событий становится преградой не только для получателей информации (как, например, из этой «ревущей» реки подобрать именно тот медиапродукт, который на самом деле необходим потребителю информации), но и для отправителей. Отбор событий для освещения в СМИ превращается в масштабную проблему. Какие новости подавать? Какую информацию вбрасывать в этот самый поток? Кажется, что ответ очевиден, однако не для теории журналистики. Поставленные вопросы делают *актуальными* размышления о природе медийного события и медийного мотива. Изучение данных вопросов позволило нам выделить ключевые принципы по отбору мотивных групп, мы также попытались их систематизировать.

Медийный модуль, будучи реальным обозначением идеи медийности, порожден вариативными представлениями о характере функции журналистской профессии, создающей, по меткому выражению профессора В.В. Хорольского, «памятник моменту», запечатляющий проходящий день в жизни социума с его значительными и незначительными событиями [3]. Данное положение совпадает с тезисом Ж. Бодрийара о «неврозе исчезновений», с болезненным осмыслением преходящности всего существующего [1]. Журналистская информация - это то, что должно заинтересовать как можно больше людей и то, что можно представить/продать в виде «новости», т.е. это, прежде всего, социально важные события и факты. Журналист не обращается к той или иной теме без информационного\событийного повода. Порой повод возникает случайно и сам «находит» автора, а в иные разы действительность требует определенного толкования первичных событий и метода исследования, склоняя к расследованию «проблемы», но все же гораздо чаще журналисты сами подбирают факты и истории. Из вышеприведенного можно перейти к изложению ряда аксиом (согласно предложенной концепции В.В. Хорольского [3]).

Аксиома № 1. Событий безмерное количество, и ни один медийный факт не может быть приравнен факту жизненному. Основные постулаты теории журналистики предусматривают, что средства массовой информации представляют и освещают происходящие события максимально достоверно и правдиво. Идеал массмедиа - точное соответствие реальным фактам. Подобные факты призваны быть по теории конденсатном событийности, т.е. сингулярными явлениями, которые взяты из объективной действительности либо из области человеческой субъективности. Но шквал событий и требование о срочности и оперативности их освещения вынуждает журналистов быть «небрежными» по отношению к ним, по этой причине (и не только) журналисты не в силах воссоздать жизнь во всей ее полноте и поместить бесконечность сообщений в ограниченном количестве текстов.

Аксиома № 2. Ни один медийный факт невозможно разграничить от мнения о нем. Подбор фактов в СМИ является результатом чьей-то субъективной деятельности. Из этого положения следует, что в СМИ, прежде всего, хорошо представлен мир позиций и

мнений, а только потом уже - реальность, по поводу которой у участников коммуникационного процесса, обычно, мало единодушия. Данная норма, видимо, и объясняет столь модную тенденцию релятивизирующего миропонимания постмодернистов, защищающие идеи о плюрализме как идею непризнания самой вероятности социальной конвенции.

Принципы по отбору мотивных групп и их систематизации обусловлены следующей методологией исследования. Наша система отчета такова: 1) характер произошедшего с позиции его значения для мировой общественности и для грядущих событий; 2) количество людей, задействованных в событии, и их социальный статус; 3) фактор новизны произошедшего, экстраординарность случившегося; 4) обоснованность и доказуемость реальности события. Исходя из данных принципов можно выстроить следующую шестилетнюю систему медийных событий и мотивных установок, в соответствии с которыми наполняется информационный поток:

ü Прежде всего, это блок эксклюзивных и сенсационных событий: например, запуск в космос первой частной ракеты Dragon Crew компании SpaceX Илона Маска с двумя астронавтами на борту - Робертом Бенкеном и Дугласом Херли. В этот же блок входят новости о больших катастрофах и войнах, такие, как: сирийская проблематика, украинский конфликт и т.д. Именно такие новости составляют хлеб-соль журналисткой профессии.

ü Следующий по значимости следует блок новостей, относящихся к международным и государственным общественно-экономическим реалиям: а) борьба за экономические ресурсы и за власть, дипломатическая хроника, процессы приватизации и национализации; б) предвыборная хроника и партийная борьба в разных странах мира, деятельность политиков; в) передел собственности, деятельность судебных органов и силовых структур; г) группа экономических новостей, финансовые кризисы и реформы, курсы валют и цены на энергоносители; д) войны и геополитические разногласия, региональные и локальные столкновения, революции и перевороты, религиозные конфликты, терроризм, наркотрафик и т.д.

ü Блок социальных новостей, события, порожденные повседневностью и носящие в себе столь важные для социума мотивы, наподобие: образование, здравоохранение, наука, технический прогресс, изобретения, бизнес, производство, пенсии, ЖКХ, семья, спорт, культура, искусство, музыка и литература, масскультура, погода, бытовая хроника и т.п.

ü Блок криминальной хроники: а) бандитизм, воровство, взяточничество, коррупционные скандалы, хулиганство и т.п.; б) бытовые преступления, пьянство, пожары, «звездные» разводы; в) убийцы, маньяки, фальшивомонетчики и т.п.; г) обстоятельства судебное и внесудебной расплаты и т.д.

ü Блок «желтых новостей»: семейные и брачные отношения знаменитых людей, звезд шоу-бизнеса, артистов и больших чиновников, интересные истории о судьбах людей, рассказы о счастливых семьях, ранние браки, женская мода и т.д.

ü Блок экстраординарных\паранормальных тем: инопланетные создания, привидения, снежные люди, астрологи, хироманты, мистические явления, редкие находки, загадочные предметы, сверхъестественные возможности, паранаучные технологии.

Безусловно, в представленной схеме мотивных блоков опущено многое, и она не охватывает всего спектра событий и явлений, ее можно и нужно качественно преобразить и существенно расширить. Однако типология событийности в ней очевидна, она, по нашему мнению, демонстрирует, что теория фактов и событий, предложенная нам средствами массовой информации, необходима. Повторяющиеся ежедневно все эти событийные блоки, пропитываясь все новым контентом, содержанием, приобретают мифологические свойства и мифологическую ценность, становясь для обычного пользователя своего рода отдушиной. Отчерченная схема событийного базиса СМИ представляется важной и полезной как исходная точка для изучения исторически сложившихся интересов и пред-

почтений аудитории, но она, конечно же, не претендует на абсолютность и обязательность, тем более для той категории населения, которая требует качественного истолкования и освещения текущих дел [2].

Размышляя над концептом формирования медийных событий и наличия мотивов-инвариантов в массмедиа, необходимо отметить определенную рекурентность и повторяемость фабульных схем в истории журналистики. Помимо прочего, стоит также определить ряд основных, доминантных мотивов в сюжетном пласте мирового медийного дискурса, подразумеваемая именно цикличность событий в медиа.

Источники и литература

- 1) Бодрийяр Ж. В тени молчаливого большинства или конец социального. Гуманитарный портал, 27.08.2006г. URL: <https://ethicaljournalismnetwork.org/resources/publications/ethics-in-the-news/%> (дата обращения 18.02.2020г.).
- 2) Ерицян С.С., Тадевосян М.Р. Специфика манипулятивного воздействия СМИ в контексте современных информационных потоков. «Юсисапайл» Ер.: Изд-во Ереванского Северного университета, 2019. С. 85–90.
- 3) Хорольский В.В. Коммуникативистика и теория журналистики в контексте медийной глобализации: методологические загадки // Вестник ВолГУ. Серия 8. Вып. 8. 2009г. С. 84.