

Секция «Журналистика»

Событие в жизни и событие в масс-медиа

Соломин Валентин Евгеньевич

Соискатель

Кемеровский государственный университет, Факультет филологии и журналистики, Кемерово, Россия

E-mail: solominve@yandex.ru

Событие в СМИ – это то, что произошло в реальности, изменило привычный ход вещей, «то или иное значительное явление, факт общественной, личной жизни», о котором говорят люди и которое влияет на их жизнь. Другими словами, событие – это то, что произошло в определенное время в каком-то месте с определенным лицом или организацией, группой людей, произошло по каким-либо причинам, а также имеет значительные последствия [1].

Категория «событие» является междисциплинарной и имеет многоликую природу. Событие (со-бытие) – понятие философии XX века, этот термин связывают с именем выдающегося философа М. Хайдеггера, который одним из первых попытался описать и осмыслить категорию «со-бытие» [5].

Онтологическое понимание данного термина приводится Р. Ингарденом. Возникновение (вхождение в бытие) некоторого положения вещей или некоторой предметной ситуации является событием. События характеризуются тем, что не имеют никакой длительности. Они происходят и тем самым перестают существовать. Они являются завершениями, результатами процессов или их началами (иногда их «пересечениями»). Процесс как бы приводит к событию, а оно, замыкая процесс, выступает по отношению к нему уже чем-то совершенно новым [3].

Разработка понятия «событие» не обошла и теорию литературы. В.П. Руднев считает, что событие произошло, если выполняются три условия:

1. Это происходит с кем-то, кто обязательно должен обладать антропоморфным сознанием.
2. Для того, чтобы происходящее смогло стать событием, оно должно стать для личности - носителя сознания - чем-то из ряда вон выходящим, более или менее значительно меняющим его поведение в масштабе либо всей жизни, либо какой-то ее части.
3. Событие только тогда может стать событием, когда оно описано как событие [4].

Событие, пригодное для освещения в прессе, отличаются следующие свойства (достаточно присутствие хотя бы одного из них):

- «своевременность» происшествия, важность его оперативной подачи;
- близость ситуации аудитории: сплетение тематики с ее интересами;
- явная значимость события для всех безотносительно к специфическим интересам;
- эффект «эмоционального толчка» при необычайном происшествии.

Также немаловажными факторами являются:

- конфликтность происшествия или его особая яркость (причужденность события);
- связь происшествия с «известным именем» (или влиятельным человеком);
- «человеческий интерес»: какие-то обстоятельства события, к которым, изначально, каждый лично неравнодушен [7].

Анализируя событийный аспект функционирования СМИ, можно выделить три основных типа медийных сообщений о событии:

- бесспорно-констатирующие (аксиоматические);
- проблемно-аналитические, истолковывающие то, что произошло в действительности;
- манипулятивно-пропагандистские, порой, полезные (агитирующие, например, против курения), а порой и чаще всего – вредные (например, пиар-тексты, дезинформирующие население во время выборов) [6].

События в журналистике можно классифицировать по следующим признакам:

- социальной значимости;
- эффекту воздействия на аудиторию в пространстве и времени;
- цитируемости в СМИ;
- прогнозируемости и планируемости и т.д.

В нашей системе координат, которую мы составили на основе работ профессора В. Хорольского, такие события могут быть:

- 1.сверхважными и сенсационно-неожиданными (например, высадка человека на Луну);
- 2.очень важными и сенсационными (победа на президентских выборах «не того» кандидата, теракт, убийство видных политиков, природные катастрофы крупных масштабов);
- 3.важными и ожидаемыми, но имеющими ограниченную сферу воздействия (научные открытия, производственные или спортивные успехи, выступления деятелей культуры);
- 4.обыденно-актуальными (заседания Думы, правительства или строительство дороги);
5. заурядными или надуманно-актуальными (квазисенсации из жизни звезд);
- 6.ложными («утки», клевета, дезинформация) [6].

Важной стороной восприятия событий в наше время стала «постмодернистская чувствительность», предполагающая, согласно теориям западных теоретиков (Ж. Делез, П. Рикер, Ж. Деррида, П. де Ман, Ж. Лиотар), «децентрацию», атомизирование нашего восприятия СМИ. Она была «порождена увеличением многообразия явлений, неупорядоченности и энтропии в мире» [2].

Культурософское рассмотрение событий в СМИ, ориентированных на игру, опирающееся на глобалистское понимание культурных процессов, позволяет, по мнению В. Хорольского, дополнить существующие точки зрения наблюдениями над журналистскими телетекстами, анализом панорамного событийного плана с целью выявления его эстетической природы [6]. Как известно, качественные СМИ интерпретируют события, опираясь на принцип верификации, на доказательство и документ. В «желтых» СМИ, наоборот, принято «играть» со смыслами, словами и даже звуками. Просмотр телепередач в этом случае порой превращается в ежедневный бездумный ритуал, в игру.

Таким образом, для понимания категории «событийность» важна идея «единственности» происходящего. Каждое событие уникально, оно не повторяется, однако медийные события отсеивают второстепенное в жизни, типизируя поток бытия в основных мотивах (мотив криминальный или политический). Стандартизация событий сочетается с отбором интересных деталей жизни. Медийное событие основано на фактах, но

любая интересная мысль тоже может быть событием в СМИ.

Литература

1. Давыдова Е.А. Событие: история и понятие в философии и языке // Вестник Оренбургского государственного ун-та, 2010, 11. С. 112-116.
2. Землянова Л. О постмодернизме в коммуникативистике // Вестник Московского ун-та, серия 10, 1998, 3. С. 35.
3. Лебедев М.В. Концепция времени в экзистенциальной онтологии Ингардена // вопросы философии. 2006. 12. С. 145-163.
4. Руднев В.П. Философия языка и семиотика безумия. Феноменология события. М., 2007.
5. Хайдеггер М. Бытие и время / Пер. с нем. В. В. Бибихина. М., 2010.
6. Хорольский В. Современные теории массовой коммуникации на Западе. Воронеж, 2011.
7. Шостак М.И. Репортер: профессионализм и этика. М., 2001.