

Медиаконструирование исторических событий

Винокурова Дарья Константиновна

Студент (бакалавр)

Новосибирский национальный исследовательский государственный университет,

Новосибирск, Россия

E-mail: darja.janusz@yandex.ru

Развитие науки и техники трансформировало информационное пространство. Современные средства массовой информации охватывают и проникают в каждую сферу общественной жизни. Жан Бодрийяр отметил, что новые технологии служат человеку затем, «чтобы связать его с опосредующей все и вся пуповиной автореферентных экранов» [2]. Эти экраны не отражают реальное событие, а показывают событие, инсценированное средствами масс-медиа. Журналистика стала не просто частью реальности, она создаёт её особый вид ­ «медиареальность».

Валерий Савчук определяет медиареальность как ту реальность, которую производят, представляют и обособляют медиа. Сегодняшние масс-медиа конструируют собственное «медийное пространство» [4]. Оно не однородно и отличается в зависимости от того, каким видом СМИ оно создаётся. Традиционно медиа разделяют на «старые» и «новые». К «старым» относят прессу, телевидение и радио. «Новые медиа» ­ электронные интерактивные издания, для чьих материалов характерна конвергенция различных форм и жанров в одной публикации. Например, сопровождение текста фотографиями и иллюстрациями, а также аудио- и видеозаписями.

В совокупности средства массовой информации образуют так называемую медиареальность как результат отражения объективного мира, данного человеку в его ощущениях.

Но СМИ не могут отображать объективную реальность в полном объёме. Уолтер Липпман писал, что любой факт претерпевает некое искажение и интерпретацию в процессе написания журналистом текста, где заново конструируется реальность, которая может быть отличной от действительности [3]. Подобное искажения объясняется тем, что материалы создают люди. Информацию они собирают с помощью своих органов чувств, а после обрабатывают через призму собственного сознания и накопленного опыта. Человеческий фактор, редакционная политика и прочее позволяют создать в СМИ разноплановую реальность.

Когда человечество открыло для себя новое пространство - медиапространство или инфосферу - появились новые возможности развивать экономические отношения, производить социальные и политические махинации Уже в XX веке стали цены не только некие материальные объекты, но и информация как таковая. Особенное место уделяли освещению политических и исторических событий

В конструировании исторического события в СМИ важной составляющей является поиск «истины» - восстановление реальных событий или целенаправленное конструирование события, исходя из поступившего заказа, создание версий, как это было. Интрига движет сюжетом журналистского произведения. Поэтому игровые реконструкции исторических событий популярны. Спросом у аудитории пользуются циклы сюжетов или публикаций на историческую (реконструкция боёв и войн), криминальную (инсценировка расследования преступлений) и естественно-научную тематику (стихийные бедствия).

В подобных журналистских произведениях можно проследить, как формируется медиареальность событий прошлого. Однако средства массовой информации конструируют свою реальность на основе актуальных событий, то есть с учётом отношения к прошлому

и современных технических средств. В зависимости от способа и средств преподнесения той или иной информации (pathos и logos) журналист получает разный отклик аудитории (ethos) [1].

На исторических событиях можно проследить, насколько важно своевременное конструирование медиареальности. В переворотах и революциях XX столетия были характерны захваты СМИ при всевозможных военных конфликтах. Например, одним из таких захватов является штурм телецентра «Останкино» 3 октября 1993 года, после чего эфир был прекращён.

Главным требованием в таких случаях становится предоставление захватчикам эфира. Так они лишают своих противников возможности вещать, а сами смогут создавать выгодную для них медиареальность. Хотя степень воздействия журналистского произведения на конкретного человека измерить трудно и практически невозможно. Сконструированная медиареальность исторических событий влияет на массовое сознание, понимание и субъективную интерпретацию случившегося. Исследование является актуальным, потому что в период оживления политической жизни в стране аудитория ищет ответы на интересующие вопросы в СМИ. От того, какими инструментами и способами будет отражена объективная реальность в медиа, зависит какую субъективную реальность построят индивидуумы в своём сознании.

Источники и литература

- 1) Аристотель. Риторика. URL: <http://lib.ru/POEEAST/ARISTOTEL/ritoriki.txt>
- 2) Валерий Савчук: Объективной информации нет, не было и не будет! // Лениздат.ру – 2008 29 дек. URL: <http://lenizdat.ru/articles/1070177/>
- 3) Липшман У. Общественное мнение. — М.: Институт Фонда «Общественное мнение», 2004. — 384 с.
- 4) Савчук В. В. Медиареальность. Медиа субъект. Медиа философия. // Медиа философия II. Границы дисциплины. — СПб: Изд-во СПбФО 2009. — 338 с.