



УДК 070

КОНСТРУИРОВАНИЕ СОЦИАЛЬНО ЗНАЧИМЫХ СОБЫТИЙ В ЖУРНАЛИСТСКИХ ТЕКСТАХ

Т. Красикова

*Белгородский
государственный
национальный
исследовательский
университет*

*e-mail:
tkrasikova@inbox.ru*

В статье рассматривается проблема конструирования социально значимых событий. Автор выделяет основные способы воплощения в медиатексте новости, обладающей характеристикой «значимости». Особое место среди них занимает репрезентация информационного повода и социальных акторов.

Ключевые слова: «конструирование социально значимых событий», «реальность», «конструктивизм», «социальные акторы», «информационный повод», «нарратив».

Введение

Каким предстает событие в журналистском тексте: полностью тождественным тому, что произошло в социальной реальности, или же созданным и организованным автором текста под влиянием различных факторов? Поиск ответа на этот вопрос разделил научное сообщество, как минимум, на две половины. Два мнения исследователей массмедиа нашли отражение в нескольких ключевых терминах: «репрезентация» и «конструирование».

Под репрезентацией массмедийной реальности понимают передачу события в СМИ таким, какое оно есть на самом деле. То есть, согласно данному тезису, медиа отражают происходящее в мире. Такая интерпретация термина связана, в первую очередь, с традиционным пониманием сути журналистского труда. Основными принципами журналистики считают объективность, достоверность, защиту интересов общества, а это значит, что в медиатексте не может быть ничего придуманного, прошедшего вольную интерпретацию. Такое понимание проблемы представления реальности массмедиа соответствует нормативной традиции. СМИ отражают действительность, то есть «показывают» аудитории именно то, что происходило. Поэтому в нормативных теориях была принята «метафора зеркала», означающая, что СМИ «передают» реальность полно, точно, без искажения, как отражение.

В современной науке наиболее полно нашло отражение противоположное мнение, отраженное в понятии «конструирование массмедийной реальности». В общем виде его можно определить как процесс создания событий в текстах СМИ, определяющийся внутренними (языковыми, нарративными, визуальными) и внешними (экстралингвистическими) механизмами. Однако это не имеет ничего общего с терминами, принятыми для обозначения процесса создания художественного произведения: «вымысел» или «домысел». Конструирование массмедийной реальности не предполагает искажение или сокрытие фактов. Под конструированием понимают интерпретацию происходящего, зависящую от определенных факторов: от индивидуальных особенностей автора текста (культурных, психологических, социальных) до обстоятельств, заданных политикой и концепцией конкретного СМИ.

В целом, идея о создании реальности воплотилась в научном направлении под названием «конструктивизм». Впервые термин был использован в 50-е гг. XX века в контексте обсуждения вопросов теории познания. В настоящее время существует ряд теорий, попадающих под данную парадигму: конструктивизм (в узком смысле), радикальный конструктивизм, социальный конструкционизм. Все они определенным образом связаны с идеей о создании, построении реальности. В каких-то случаях, благодаря языку, в каких-то – социальным практикам.

Вопрос о конструировании реальности средствами массовой информации



нашел свое отражение в работах американских исследователей после Первой мировой войны. Причем чаще всего в рефлексии над профессиональной традицией. В трудах ученых этого периода мы можем найти поддержанные экспериментально выводы о создании особой медийной реальности. К примеру, в фундаментальных работах У. Липпмана [1] идеи о конструировании реальности воплощаются в понятии «псевдо-окружающая среда». Индивид не может проверить те факты, которые приходят к нему из СМИ. Поэтому, по мнению исследователя, у массмедиа есть неограниченные возможности по конструированию в сознании людей определенной картины мира. Липпман отмечает, что СМИ вынуждены использовать стереотипы, выбирая некие стандарты, близкие аудитории, поскольку СМИ работают с огромным информационным потоком. В этой связи конструирование реальности процесс, обусловленный социальными причинами и особенностями профессиональной техники.

О конструировании реальности СМИ говорят и в контексте гипотезы «установления повестки дня» («agenda-setting»), сформулированной М. Маккомбсом и Д. Шоу [2]. Основной ее тезис: когда СМИ освещают какие-либо события, то эти события начинают восприниматься аудиторией как важные и значимые.

Н. Луман говорил о конструировании реальности, прежде всего, в аспекте понятия «селективности» [3]. Это означает, что средством создания реальности является процесс отбора информации. Исследователь отмечает, что основными факторами этого отбора служат: степень новизны фактов; конфликтность события; наличие количественных данных; локальность события; наличие правонарушений и нарушений моральных норм; нарушенная норма с моральной оценкой; наличие действий и самих действующих лиц; требование актуальности и рекурсивности; мнения, притом, что они должны относиться к интересному предмету и происходить от авторитетного источника; категории времени и пространства.

Проблему конструирования реальности массмедиа рассматривает и П. Бурдье в работе «О телевидении и журналистике» [4]. Размышления П. Бурдье, изложенные в этой книге, – анализ роли и функции массмедиа в обществе, а также взаимодействия этих двух систем. Социолог рассматривает процессы медиатизации общественных сфер и их результаты, а также положение журналистов в определенных политических и экономических условиях. Бурдье в особенности рассматривает телевидение. Оно, по мнению исследователя сталкивается с сильной цензурой. Причем Бурдье имеет в виду это понятие не только как политические запреты, но и как ограничения, связанные с другими процессами в системе массмедиа. Цензура является тем фактором, который влияет на процесс конструирования реальности средствами массмедиа. Определение канвы разговора, условия коммуникации, хронометраж – все это Бурдье относит к ограничениям, влияющим на создание массмедийной действительности. В конструировании реальности, по мнению Бурдье, играет роль и отбор журналистами фактов. Прежде всего, их интересуют только те, что является неординарным и сенсационным. Тем не менее, на создание реальности оказывает влияние сама специфика работы тележурналиста на месте события: выбор интервьюируемых и героев, выбор деталей, фактов, составляющих событие.

В этой статье затрагивается вопрос конструирования именно социально значимых событий. Это особая категория. Поскольку именно такого рода события имеют интерес со стороны СМИ. Массмедиа призваны обращать внимание именно на те явления, которые важны, в первую очередь, для общества. Это определяется главной функцией журналистики – социальной, которая выражается в трансляции интересов, круга проблем аудитории.

Под событием чаще всего имеют в виду «то, что произошло, случилось; явление, факт личной или общественной жизни» [5]. Это определение достаточно широкое. В рамках исследуемого нами вопроса важно сосредоточить внимание именно на событиях социально значимых. Именно такие, беря во внимание суть журналистского труда, должны попадать в повестку дня СМИ.



В самом общем виде социально значимое событие в журналистской коммуникации можно определить как сообщение о факте действительности, которое определяется наличием социальной информации, отвечает интересам значительной доли аудитории того или иного СМИ и является необходимой для адекватного существования человека в социуме.

Какими же признаками обладают социально значимые события? Исследователи К. Джемисон и К. Кэмпбелл говорят о пяти чертах, присущих понятию такого рода [6]. При этом важно отметить, социально значимое событие, как правило, не обязательно включает себя все перечисляемые признаки – достаточно двух или трех.

Итак, к ним относят:

- наличие главного героя;
- драматизм, борьбу интересов, противоречия или даже насилие;
- наличие какого-либо активного действия, которое будет привлекать внимание аудитории;
- новизну фактов, степень их отклонения от общепринятых норм;
- возможность привязать событие к проблемному кругу, которые уже активно освещаются в СМИ.

Дополним этот список, выделив основные критерии значимости событий, которые находят отражение в СМИ:

- беспрецедентность;
- «цепная реакция» (событие повлекло за собой другие, стало основой для поднятия разного рода проблем);
- географический охват произошедшего;
- сенсационность, эксклюзивность, неординарность;
- персонифицированность (причем, фигура, стоящая в центре события, имеет повышенный интерес со стороны общества);
- повторяющийся характер;
- конвенциональность;
- наличие информации, которая направлена на изменение жизни общества;
- конфликтность;
- нарушение привычного хода жизни;
- положительная динамика социального процесса.

В исследовании, которое послужило основой этой статьи, было проанализировано больше 300 журналистских текстов. В качестве эмпирического материала были изучены тексты «Первого канала». Этот выбор не случаен. О том, что происходит в мире, общество чаще всего узнает благодаря телевидению. По последним данным Фонда «Общественное мнение», 89 % россиян в качестве новостного канала использует именно телевизионные новости. А «Первый канал» среди потребителей информации самый популярный источник телевизионной информации.

Исходя из наших наблюдений, мы выделили девять типов событий, отраженных в исследуемом материале:

1. События «традиционные» (имеют повторяющийся характер, их значимость конвенциональна, они являются частью культурной жизни того или иного сообщества). Примеры: «Россияне 9 раз – по количеству часовых поясов – отпраздновали наступление 2013-го года»;

2. События-происшествия (криминал, чрезвычайные ситуации). Примеры: «На северо-западе Москвы иномарка протаранила машину «скорой помощи», «Трагедия в Альпах. Там погибли российские туристы»;

3. События-«ретроспекция» (годовщины, знаменательные даты, воспоминания об исторических событиях). Примеры: «Одному из главных изобретений XX в. исполняется 100 лет», «45 лет назад впервые вышла в эфир программа «Время»;

4. События-конфликт (представляют противоречия между интересами разных социальных групп, отдельных личностей, институтов; отражают нарушения привыч-

ного течения общественной или частной жизни). Примеры: «В Германии разгорается новый скандал, связанный с пересадкой органов», «Массовые акции протеста в Стамбуле»;

5. События, в центре которых необычное явление, неординарный поступок, уникальные люди, беспрецедентные действия. Примеры: «Тренером служебных собак украинских пограничников станет пес, который не боится препятствий», «Рэп-бабуся: модные ритмы от финской пенсионерки», «Даже разбогатев, жительница Поднебесной продолжает работать дворником»;

6. События, которые касаются нормативных изменений жизни общества. Примеры: «С Нового года в России ужесточаются правила продажи пива», «Азартных игроков смогут лишать права тратить свои деньги»;

7. События из жизни известных людей, личности которых вызывают общественный интерес («Власти Венесуэлы подтвердили информацию о том, что состояние Уго Чавеса ухудшилось», «Неукротенному и строптивому Адриано Челентано исполнилось 75»);

8. События, касающиеся действий властей. Примеры: «Владимир Путин открыл в Москве штаб-квартиру Русского географического общества», «Депутаты государственной Думы собрались на первое в Новом году пленарное заседание».

Как проявляется значимость события в тексте – главный вопрос нашего исследования. Итак, мы определили четыре главных средства, на которые, по нашему мнению, стоит обратить внимание, анализируя социальную значимость события:

1. Подача и обозначение информационного повода. То есть, как на лексическом уровне определяется место события в общей информационной картине, с помощью каких, в частности, вербальных средств, журналист выделяет его из ряда других;

2. Социальные акторы. У любого медиасобытия всегда есть действующее лицо. Их наличие и, своего рода, показатель качественной работы журналиста и своеобразная неизбежность, поскольку не бывает события, которое не имело бы акторов. Все, что происходит, имеет, фигурально выражаясь, «автора» или «творца». При этом, их статус, роль, действия всегда придают событию определенное положение в ряду других социальных практик. В контексте журналистской коммуникации это место, как правило, определяется понятием «значимость»;

3. Аксиологический компонент. Ценности – важный компонент ментальной картины мира человека. Культурные единицы, наделенные особой категорией – «значимостью». В нашем исследовании мы постарались перечислить основные ценности, которые встречаются в текстах «Первого канала».

4. Нарратив. Особенности повествования, не всегда явные, тоже несут в себе определенную отсылку на значимость события.

Также в качестве вспомогательного фактора, мы будем рассматривать визуальный компонент.

Особенности конструирования социально значимых событий в СМИ События-происшествия

Это один из самых часто встречающихся типов событий в исследуемом нами материале: происшествия составили практически треть изученных текстов. Новостью в данном случае стали чрезвычайные ситуации, разного рода преступления, факты их расследования, а также результаты спецопераций.

Как в этом случае журналист подает подобные **информационные поводы**, каким образом они приобретают качество «значимости»?

Итак, в первую очередь важность событию придает обращение к беспрецедентности. Корреспондент обозначает информационный повод исходя из фактов исключительных, вопиющих по своей жестокости. Репортер как бы рисует страшную картину, в которой мир спокойный и в чем-то идеальный разрушается внезапными, непредсказуемыми обстоятельствами или действиями отрицательных акторов. В качестве примера



можно привести следующие цитаты: «В результате страшной аварии погибли дети-сироты, воспитатель детского дома и ее супруг» («Первый канал», «Время», 10.01.2013), «Мужчина открыл стрельбу из огнестрельного оружия по людям, собравшимся посмотреть на новогодний салют» («Первый канал», «Время», 1.01.2013), «В США пилот гражданской авиации попался на употреблении спиртных напитков перед полетом» («Первый канал», «Время», 6.01.2013). Корреспонденты говорят, однако, не только о событиях, которые беспрецедентны по своей физической жестокости, но и уникальных по духовному безразличию и цинизму: «В Волгоградской области чиновника, который отвечает за здравоохранение и социальную сферу, подозревают в попытке нажиться на ремонте диспансера для онкологических больных» («Первый канал», «Время», 6.01.2013).

Особую роль играет и указание на последствия. Как правило, их можно охарактеризовать как тяжкие, повлекшие за собой смерть или страдания: «за день – шесть пострадавших», «погибли два человека, еще трое получили ранения».

Интересны и другие способы обозначения информационного повода, которые журналист использует для репрезентации его значимости:

– использование лексики, усиливающий эмоциональный эффект восприятия события, – то, что вызывает сочувствие, переживание, страх: «иномарка протаранила машину», «в *крайне* тяжелом состоянии», «скончался на месте», «сбил насмерть», «серьезные травмы». В этом случае большую роль играет прямая оценка журналистом факта, о котором он ведет речь: «крупное ДТП», «страшная авария», «тревожная ситуация», «смертельный аттракцион», «опасный эксперимент». Также важность описываемого события подчеркивается более обобщенными оценками, в числе которых и стандарты новостного дискурса: «вызвало огромный общественный резонанс», «поражает хладнокровие организаторов», «это были самые страшные минуты его жизни», «это самое крупное ограбление в России по подобной схеме за последние годы», «потрясшее всю страну»;

– номинация события. Лексемы, которые использует корреспондент, не могут не приковывать внимание аудитории. Их значимость принята социальными, культурными, правовыми особенностями любого общества. Сюда можно отнести следующие номинации: «трагедия», «авария», «катастрофа», «теракт», «взрыв», «покушение»;

– важно и обозначение пространства, где произошло событие: «в Москве», «в Волгоградской области», «в Новокузнецке», «в Тольятти» и т.д. Упомянуты чаще всего российские города, что, бесспорно, вызывает интерес у российского зрителя.

Особое место в информационном пространстве новостных выпусков событию придает репрезентация **социальных акторов**. Приведем основные ее способы:

– в первую очередь, значимость события определяет репрезентация тех, кого оно коснулось: «жертвы», «пострадавшие», «погибшие», «раненые». Особенно их количественное выражение: «По данным агентства Интерфакс, в результате теракта погибли 82 человека, более 160 получили ранения» («Первый канал», «Время», 15.01.2013), «В Анастасьевском гарнизоне под Хабаровском – 170 заболевших солдат» («Первый канал», «Время», 11.01.2013), «57 пострадавших, из них пятеро – члены экипажа, двое – в очень тяжелом состоянии, они находятся сейчас в реанимации» («Первый канал», «Время», 9.01.2013);

– еще одна категория представлена через обобщение: «туристы», «сограждане», «очевидцы». То есть, те, кто представляет собой часть общества, с которой многие зрители могут себя идентифицировать;

– группа социальных акторов, которые в общественной структуре всегда рассматриваются как самые незащищенные и безобидные: женщины, дети, пенсионеры. Так, журналист сообщает: «В одной из квартир погибли пожилая женщина и девочка» («Первый канал», «Время», 8.01.2013);

– важную роль играет репрезентация отрицательных персонажей. Здесь существует несколько способов. Во-первых, обозначение по роду деятельности (функциона-



лизация). Причем, акторы имеют те профессии, которые никоим образом не должны нести негативные действия: «водитель», «пилот», «чиновник». Во-вторых, отрицательные социальные акторы представлены через лексемы, которые уже несут отрицательные значения: «злоумышленник», «террорист», «бандиты», «боевики»;

– последняя группа социальных акторов – активные субъекты действия, те, кто борется с последствиями события или пытается минимизировать его трагичность: «спецназовцы», «спасатели», «сотрудники МВД». Репрезентированы, как правило, через обобщение.

Ценностное поле текстов, рассказывающих о событиях-происшествиях, достаточно ограничено. Однако они представляют наиболее значимые аксиологические единицы и, прежде всего, витальные: «жизнь», «здоровье». Нередко встречается и ценность «право», относимая к социальным.

Нарративная структура в большинстве случаев строится по следующей схеме: обозначение информационного повода – того, что случилось; предыстория; подробное описание того, как все происходило; пояснение причин и мнения экспертов, возможные версии случившегося. Затем журналист повествует о некоторой загадке или интриге, которая сложилась после происшествия: «В полиции говорят, что трасса, по которой ехал снегоход, вечером закрывается. Рядом находится альтернативный и к тому же хорошо освещенный маршрут. *Почему владелец отелем не воспользовался им, пока непонятно*» («Первый канал», «Время», 5.01.2013). Далее следует рассказ о фактах биографии главных акторов, затем – предположения относительно того, как могла сложиться ситуация, если бы происшествия не было. Заканчивает корреспондент описанием перспектив развития события.

Визуальный ряд наполнен кадрами момента происшествия – оперативной съемкой или записью видеорегистраторов. Также зритель видит последствия происшествия или работу правоохранительных органов на месте события. Кроме того, часто встречаются, «ассоциативные» кадры, которые заменяют собой отсутствие съемки реального события. К примеру, если что-то произошло в автобусе, то на кадрах мы можем увидеть не обязательно то самое транспортное средство. В любом случае визуальный ряд в такого рода событиях играет особенную роль: его задача сделать зрителя очевидцем события, самому прочувствовать его масштаб и трагичность. Что, в свою очередь, непременно приведет аудиторию к пониманию произошедшего как социально значимого.

События-конфликты

В основе данного типа события – противоречие между интересами разных социальных групп, отдельных личностей, институтов. Эти события отражают нарушения привычного течения частной или общественной жизни. Конфликты, на которые обращают внимание журналисты исследуемого нами материала, происходят между гражданами и какой-либо компанией, интересами государства и отдельной личности, простыми жителями провинциального города и местной властью. Часто журналист рассказывает о событиях-конфликтах, происходящих в других государствах.

Обозначая в этом случае **информационный повод**, корреспондент обращает внимание на беспрецедентность события, прежде всего, через основное противоречие: «Деньги, большей частью уже потраченные, ликвидаторам теперь приходится возвращать. Вот тут и начались странности. *От кого-то потребовали вернуть вдвое больше, чем они получили на руки*. Появилась информация: Алхасова, вроде бы, требовала за свои услуги пятьдесят процентов от компенсации. *Сама она это категорически отрицает*, более того, говорит: не она предлагала чернобыльцам судиться, а они – ей» («Первый канал», «Время», 9.01.2013).

Также журналист, представляя данный тип события, использует:

– прямую оценку события: «*наиболее громкое шпионское дело*», «*очередной громкий скандал*», «*нашумевшее дело*»;



– указание, в том числе и через стандарты новостного дискурса на то, что это событие действительно важно: «*новый поворот* темы, *актуальной для всех*», «*в Интернете бурно обсуждают поступок*», «*набирает обороты скандальная история*», «*в деле открылись новые обстоятельства*», «*вопрос, актуальный во всем мире*».

Репрезентация **социальных акторов**:

– значимость представлена через количественное выражение акторов, которых затронуло событие: «*196 человек*, многие с детьми», «*сотни тысяч человек*», «*в шестии приняли участие более 20 тысяч человек*»;

– отрицательные социальные акторы делятся на две группы. Однако общее для них то, что они по роду своей деятельности не имеют права совершать негативные поступки. Представители первой группы репрезентированы через обобщение: «*Врачей университетской клиники Лейпцига уже прозвали торговцами правом на жизнь*» («Первый канал», «Время», 2.01.2013). Вторая группа представлена через номинации конкретных личностей, как правило, это известные личности: «Анатолий Сердюков», «Лэнс Армстронг», «Евгения Васильева», «бывший министр обороны», «самый известный в мире велогонщик». Есть и специальное обозначение: «*центральная фигура скандала*»;

– еще одну группу социальных акторов составляют «жертвы» конфликта. Чаще всего это обычные люди или группы, с которыми соотносит себя аудитория: «*пассажиры*», «*туристы*», «*чернобыльцы*», «*участники акции*».

Аксиологическая сфера практически совпадает с ценностным полем предыдущего события. Здесь также основными ценностями стали «жизнь», «здоровье», «право». Однако к ним добавляется еще одна: «*дети*» – аксиологическая единица, относимая к категории социальных.

Нарратив события-конфликта представлен следующей цепочкой повествований: обозначение сути конфликта, рассказ о том, что сначала ситуация развивалась так, как и должна была, лишь затем переросла в межличностный или межгрупповой конфликт, который впоследствии был взят под правовой контроль третьей стороны – правоохранительных органов или государства. Далее журналист выдвигает свои предположения относительно возможного разрешения конфликта или прогнозы по его развитию.

Визуальный ряд здесь достаточно разнообразный и для каждого сюжета исключительно индивидуален.

События из жизни известных людей

В этом случае всегда в центре внимания – личность. Информационным поводом для СМИ становятся события из жизни известной персоны. Интерес в этом случае представляют сразу несколько категорий публичных людей.

Во-первых, так называемые, «любимцы публики», те, кого действительно любит аудитория – актеры, спортсмены, музыканты и т. д.

Во-вторых, наоборот, те, кто к кому общество относится негативно или нейтрально. Примечательно, что СМИ транслируют только те действия этих персон, которые носят аморальный или противозаконный характер. Внимание массмедиа они привлекают как «нарушители» образцового поведения, а не представители своей профессии.

В-третьих, СМИ интересуют события из жизни политиков и чиновников. Они не случайно выделены в отдельную категорию. Так как их социальная роль несколько иная. Ожидания публики относительно этих персон связаны в основном с родом их деятельности. Принято, что о событиях из их частной жизни говорить не совсем этично, поскольку для общества они важны, прежде всего, как профессионалы, качественно справляющиеся со своими прямыми обязанностями. Но аудитория всегда хочет большего, а потому, когда приоткрывается завеса тайны частной жизни – это вызывает интерес. Есть еще и другая сторона. Политики и чиновники тоже могут выступать в качестве «нарушителей». Что, разумеется, тоже вызывает интерес у аудитории. И это снова



связанно с ожиданиями общества. Поскольку обычно известные люди воспринимаются как те, на кого возложена миссия быть своего рода образцами для социума в поведении. В самых разных явлениях общественного самосознания – патриотизме, долге, чести, достоинстве и т.д. И когда эта личность совершает какой-либо противоправный поступок, разрушая все ожидания общества, она не может оставаться в информационной тени.

Рассмотрим, как в этом типе событий отразились способы конструирования социально значимых событий посредством репрезентации **информационного повода**:

– как правило, предметом внимания массмедиа становятся те информационные поводы, которые в принципе имеют особую значимость и интерес в общечеловеческой культуре: юбилей, свадьба, рождение ребенка, личные достижения, состояние здоровья, нарушение закона. Последнее становится более интересным, если оно связано со знаменитостью, персоной, которая, согласно общекультурным стереотипам, должна своим поведением представлять некий общественный идеал;

– в основе информационного повода – отсылка на ранее произошедшее событие, вызвавшее большой общественный резонанс. К примеру, дело «Оборонсервиса», действия участниц группы «PussyRiot»;

– автор текста часто обозначает место новости в информационной картине. Здесь используются журналистские штампы, представляющие событие в глазах аудитории масштабнее: «самой обсуждаемой новостью стало...», «в центре внимания», «...снова заставил говорить о себе».

Сама природа события на первый план из способов конструирования выдвигает **социальных акторов**. Специфика их репрезентации автором в тексте на вербальном уровне подчеркивает уровень новости. Статус, должность, место актора в социальной структуре способны «добавить» значимости в описываемое журналистом событие.

На вербальном уровне это проявляется в:

– использовании эмоционально-окрашенной лексики, с помощью которой журналист представляет своего героя. Приведем примеры: «известный журналист и политолог», «известный интернет-блогер», «выдающийся российский музыкант», «виртуозный альтист», «серьезный классический музыкант», «самый влиятельный политик в Соединенных Штатах»;

– использовании приема функционализации, когда журналист называет героя по роду его деятельности, при этом значение используемой лексики отсылает нас к пониманию роли этой персоны, как высокой и общественно важной: «президент», «глава государства», «олимпийский чемпион», «создатель «Звездных войн», «глава ФИФА», «верховный главнокомандующий»;

– применении устойчивых лексем и лексических соединений, которые указывают стереотипные представления социума о заметных персонах: «лидер», «звезда», «покоритель сердец», «секс-символ поколений», «королева рок-н-ролла»;

– в событиях, имеющих в основе негативные действия главных акторов, их репрезентацию можно охарактеризовать как нейтральную и сдержанную. Чаще всего это номинация или довольно однобокая функционализация: «Сильвио Берлускони», «Сергей Полонский», «политик», «бизнесмен». В этом случае эмоционально-окрашенная лексика не используется, так как она дала бы неуместную для общественно-политического выпуска новостей иронию;

– также применяется функционализация, вербальное выражение которой может быть применено исключительно к одной личности. Назовем ее частной. Как правило, связана она с конкретной ситуацией. К примеру, «участница «ПуссиРайот», «фигурантка дела о масштабных хищениях» (о Евгении Васильевой).

Кроме того, особый статус актора журналист репрезентирует в описании его достижений, профессиональных успехов и даже физических качеств: «Сегодня, пересматривая фильмы с Челентано, мало удивляешься, как этот человек совсем не мо-



дельной внешности стал секс-символом для многих поколений: необыкновенная пластика, чувство юмора и обаяние» («Первый канал», «Время», 6.01.2013).

Ценностная сфера, представленная в текстах, достаточно разнообразна. В основном это моральные, социальные и витальные аксиологические константы. Среди них: семья, дети, здоровье, любовь, верность, долг, благотворительность, карьера, профессионализм, талант.

Нарратив. Как правило, повествование о событии разворачивается по определенной схеме:

- представление того, что произошло с известной личностью, то есть обозначение информационного повода;
- представление главного социального субъекта, напоминание о его достижениях;
- часто: описание жизненного пути героя материала, при этом журналист показывает, что этот человек начинал с малого и сам достиг каких-либо жизненных высот, преодолел жизненные трудности. Также журналист указывает на особые свойства характера этой персоны: сила воли, выдержка при обязательном профессионализме и таланте. В результате создается образ человека, который воспринимается как пример для подражания.

Или же, если информационным поводом стал негативный поступок известной личности, схема несколько видоизменяется. Журналист рассказывает о том, что эта персона и раньше проявляла себя не лучшим образом и, возможно, предъявляет в тексте и другие подобные факты из биографии. Это превращает социальное событие в «вопиющий случай» или даже прецедент, что, соответственно, только усиливает социальную значимость события.

Визуальный ряд разнообразен. В первую очередь, это кадры хроники, на которых запечатлены достижения известной персоны. Видя ее успехи своими глазами, у зрителя уже не остается сомнений в значимости этой личности, а значит и событий, которые связаны с ее именем. Дополнением, в случае, если речь идет об актерах, служат кадры из кинофильмов, особенно любимых публикой.

События традиционные

Особенность того типа событий в том, что их значимость конвенциональна, закреплена в культуре социума. Они обладают определенной периодичностью, являются общими для большого количества людей. Их суть можно выразить в концепте «традиции». Чаще всего, это праздники, имеющие давнюю историю: «Новый год», «Рождество», «Крещенский сочельник», «Татьянин день».

В этом случае, обозначая информационный повод, журналист делает это с помощью репрезентации:

– географического охвата события: «2013 наступил на территории всей России» («Первый канал», «Время», 1.01.2013), «Новый год завершает свое шествие по миру» («Первый канал», «Время», 1.01.2013);

– прямой оценки события, которая, однако, встречается крайне редко: «Рождество Христово – особый праздник», «главный праздник»;

– конкретного пространства, где разворачивается событие, которое, к примеру, своей особой исторической значимостью предопределяет и значимость происходящего: «...центром торжеств стал главный собор Русской Церкви, Храм Христа Спасителя» («Первый канал», «Время», 7.12.2013);

– реже – периодичности события: «патриаршая елка ежегодно устраивается Русской Православной Церковью» («Первый канал», «Время», 8.12.2013).

Как правило, **социальные акторы** здесь репрезентированы собирательными существительными. Они выражают и, собственно, действующих лиц события, и аудиторию, которой адресовано сообщение. К примеру, лексема «россияне» – это своего рода обращение к зрителям, но в тоже время они являются главными участниками ка-



кой-либо культурной традиции. Сюда же можно добавить следующие примеры: «миллионы жителей России», «православные верующие», «российские студенты».

Также значимость события подчеркивается и за счет количественного выражения социальных акторов: «тысячи людей», «миллиарды людей», «миллионы верующих». Что подчеркивает масштаб события.

Особое положение событию придают и конкретные личности, имеющие высокий должностной статус: «Патриарх Московский и всея Руси Кирилл», «Владимир Путин», «Дмитрий Медведев».

Ценностная картина здесь достаточно однообразная. Но в то же время представлена разнородными константами: «семья», «дети», «милосердие», «вера», «единство».

Нарратив. Повествование журналиста представляет собой калейдоскоп – автор сменяет множество пространств, точек, откуда он ведет свой рассказ. Однако, иногда содержание текста организовано более традиционно. От частной ситуации – повествования о каком-либо человеке, для которого традиционное событие стало особенным, возможно, и перевернуло жизнь. Впрочем, много об этой персоне журналист не говорит, поскольку он не совсем главное действующее лицо сюжета, а, скорее, человек, оказавшийся в пространстве события. Далее автор перемещается к передаче общей информации – об истории события, о фактах, которые происходят в настоящее время.

События, которые касаются нормативных изменений жизни общества

Обычно это сообщения о принятии или вступлении в силу каких-либо нормативно-правовых актов, появлении конвенциональных правил – всего того, что регулирует и контролирует социум, вносит изменения в его жизнь.

В этом случае мы выделили ряд способов репрезентации **информационного повода**:

– лексика, указывающая на усиленную степень нового контроля над социумом или факты, которые непременно ведут к положительным или отрицательным изменениям привычного хода жизни: «ужесточаются правила», «запрет», «вырос минимальный размер оплаты труда», «увеличился материальный капитал», «будут обязаны пройти», «смогут лишать права», «усиливают меры безопасности». И, указывающие на последствия неподчинения новым правилам: «штрафы», «лишение свободы». К примеру, «С нового года в России ужесточаются правила продажи пива» («Первый канал», «Время», 1.01.2013), «В России ужесточат ответственность за нарушение правил регистрации и организацию договорных матчей» («Первый канал», «Время», 9.01.2013);

– слова, указывающие на изменение возможностей аудитории. «Теперь его *невозможно будет* купить по ночам» (о пиве), «поправки в закон *упростят возвращение* на Родину»;

– ссылка на дату. Это обязательно ближайшее число, время, связанное с недалеким будущим: «С *Нового года* в России вступит в силу ряд положений, которые призваны улучшить благосостояние граждан». Также, к примеру, «с 1 июля», «с сегодняшнего дня»;

– ссылка на документы, имеющие статус основополагающих: «Это предусмотрено *федеральным законом*», «предусмотрено поправками в *Гражданский кодекс*»;

– прямое указание на обновление жизни социума: «*модернизация в различных сферах жизни*», «появится *новый дорожный знак*», «*новые правила*»;

– указание на беспрецедентность: «депутаты *впервые* столкнулись...»;

– географический охват: «*В России* создается дополнительный механизм защиты прав участников долевого строительства» («Первый канал», «Время», 6.01.2013);

– прямая отсылка к значимости события для социума: «Новость, которая *касается миллионов жителей России*», «закон так или иначе *касается всех*», «тема *касается миллионов людей*», «В России *вопрос* международного усыновления по-прежнему *находится в центре внимания*», «сейчас *под пристальным вниманием*».



В данном типе событий мы выделяем три группы **социальных акторов**:

– латентные (ни субъект, ни объект действия в тексте не называются, но, тем не менее, мы понимаем, что у события есть участник);

– социальные акторы, выраженные через обобщение: «автолюбители», «трудо-вые мигранты», «иностранцы», «госслужащие», «чиновники», «игроманы», «несо-вершеннолетние», «граждане», «добровольцы», «россияне», «соотечественники» – то есть, та часть социума, которую затрагивают нормативные изменения. В этом случае данные группы предстают как пассивные деятели, те, на кого направлены некоторые действия. Однако, есть одно исключение: обобщенное «депутаты» или «парламента-рии» всегда предстают как активные деятели;

– конкретные имена или определение по исключительному роду деятельности в подобных текстах тоже встречаются. Как правило, ими обозначают как раз активных деятелей того или иного события, действия которых распространяются на предыдущих акторов: «Соответствующие законопроекты *Президент* внес на рассмотрение Госдумы».

Аксиологическая сфера разнообразна. Однако, в основном, представлена социальными ценностями: «профессионализм», «закон», «права», «ответственность», «безопасность», «долг», «помощь», «семья», «справедливость», также встречаются и витальные – «жизнь» и «благополучие», моральная – «помощь», политическая – «родина».

Нарратив. Часто повествование начинается с какого-либо заседания офици-альных лиц по поводу обсуждения некой проблемы. Это подчеркивает важный харак-тер события, так как проблема, лежащая в его основе, обсуждается на высоком уровне, что происходит не во всех случаях.

Раньше непременно существовало что-то плохое, но теперь после произошед-шего, обязательно последуют изменения в лучшую сторону. Часто в начале повество-вания присутствует рассказ о герое, представителе интересов всего общества, который сталкивается с некоторой проблемой, возникшей еще при старом правовом порядке. Благодаря планируемым изменениям жизнь станет легче. То есть, новые нормы-тивы нейтрализуют общественные проблемы.

Так как речь чаще всего в этих текстах идет о принятии законов, то **видеоряд** состоит из кадров заседания, на котором принимается решение. Или же – из кадров «ассоциативных», наиболее подходящих к предмету обсуждения.

События, рассказывающие о работе власти

В этом случае информационным поводом становятся действия власти. А все, что ни делает власть, значимо априори. Таковы метальные особенности восприятия мира россиян.

В центре **информационного повода** – действие власти, оно и моделирует со-бытие. В тексте смысловое ударение ставится на конкретный акт, выраженный актив-ным глаголом, вокруг которого и строится информационный повод: посетил, прибыл, поручил, назначил, провел совещание, потребовал доложить, взял под личный кон-троль, поддержал, обозначил приоритеты, проверил. Именно на этом строится значи-мость такого рода событий.

Получается, что чаще всего речь о том, что сделано должностным лицом, а не о том предмете, на которое он обратил свое внимание. К примеру, «Президент вместе с губернатором Краснодарского края Александром Ткачевым осмотрел трассы на высоте в километр» («Первый канал», «Время», 3.01.2013). В тексте об этой новости нет объ-яснения, зачем там побывал глава государства, ничего не говорится о самих трассах, только о том, что делал президент: «осмотрел», «пообщался», «поинтересовался», «задал вопросы».

Другой пример: «Сегодня на совещании в Сочи Дмитрий Медведев назвал ре-кордным число мероприятий, которые пройдут в Сочи перед Олимпиадой». В этом случае первую фразу подводки уместнее начать сразу с количества: «Рекордное число



мероприятий пройдут в Сочи перед Олимпиадой». А потом уже упомянуть имя премьер-министра. Однако именно такие «перевернутые» информационные поводы чаще всего встречаются в этой категории событий.

На первом плане именно конкретный **социальный актор**, привлекающий внимание и делающий своим статусом событие значимым. Это обусловлено политической системой практически любой страны, где руководству отводится главная роль.

В текстах СМИ они репрезентированы с помощью номинации и функционализации. Итак, в число основных социальных акторов исследованного нами материала входит: Президент, Владимир Путин, Предстоятель Русской Православной Церкви, Патриарх Кирилл, мэр, Сергей Собянин, Дмитрий Медведев, глава правительства.

Аксиологическая картина достаточно разнообразна. Это говорит о том, что власть распределяет свои действия на все сферы жизни общества. В текстах представлены следующие ценности: «добро», «милосердие», «забота», «дети», «семья», «здоровье», «благополучие», но особенно часто встречается ценность «помощь».

Нарратив. Должностное лицо, как правило, прямо в процессе заседания или совещания решает какую-либо проблему, помогает справиться с тяжелой ситуацией, делает то, что до него никто не мог сделать.

События-ретроспекция

В эту группу входят годовщины и знаменательные даты, юбилеи, рассказы о памятных исторических событиях и явлениях, которые изменили жизнь общества или всего человечества. Предметом повествования становятся изобретения или новаторские методы.

Значимость информационного повода представлена тремя способами:

– отсылкой на круглую дату. В этом случае значимость подчеркивает количество прошедшего времени: «*45 лет* назад впервые в эфир вышла программа «*Время*» («Первый канал», «*Время*», 2.01.2013), «Дата в новейшей истории – в нынешнем году исполняется *60 лет* со дня прекращения войны в Корее, одного из вооруженных конфликтов, в которых неофициально участвовал Советский союз» («Первый канал», «*Время*», 9.01.2013);

– прямой отсылкой к значимости через характеристику предмета обсуждения: «*Молнию*» по праву можно назвать *одним из главных изобретений XX века* («Первый канал», «*Время*», 4.01.2013), «*Театральный юбилей планетарного масштаба*» («Первый канал», «*Время*», 17.01.2013), «...очередной репортаж Первого канала о предметах и явлениях, которые изменили жизнь людей» («Первый канал», «*Время*», 4.01.2013), «*Сегодня юбилей у ключевого военного органа страны*» («Первый канал», «*Время*», 25.01.2013);

– значимость просматривается в связи между ретроспективным событием и настоящим временем. К примеру, в тексте говорится о развитии предмета речи в ближайшем будущем. В материале к 35-летию процедуры экстракорпорального оплодотворения находим: «*С нового года власти обещают сделать ЭКО доступнее – оно станет частью обязательного медицинского страхования*» («Первый канал», «*Время*», 3.01.2013).

Социальные акторы репрезентированы тремя основными группами:

– историческими персонажами, которые пользуются особым почтением у потомков: «*величайший воздушный ас XX века*» (о Евгении Пепеляеве), «*выдающийся режиссер, актер и педагог Константин Станиславский*», «*основатель Московского художественного театра*»;

– эксперты – те, чья деятельность напрямую связана с историческим наследием. Их мнение высоко ценится. В то же время именно их выводы о предмете рассказа подчеркивают значимость события: «*На брюках «молния» стала использоваться в 30-е годы, а, например, в 1950-е «молния» стала использоваться на чемоданах, что еще важнее, потому что эта застежка позволяет нам втолкнуть в чемодан такое количество*



вещей, которое обычные застёжки в виде навесных карабинов, конечно, не могли сделать» («Первый канал», «Время», 4.01.2013) (историк моды Александр Васильев о застёжке «молнии»);

– обычные люди, как представители всего общества, они пользуются тем, что было изобретено много лет назад ли продолжают заложенные в прошлом традиции. Как правило, наследие эпох, в чем способствовало улучшению их жизни.

Ценности здесь напрямую связаны с предметом текста – изобретением или исторической личностью, а точнее с теми последствиями, которые они принесли. Так, в аксиологическое поле входит: «дети», «материнство», «признание», «качество», «родина», «культура».

Нарратив. Повествование строится на историях современных людей. Автор рассказывает, как изменилась жизнь, с появлением какого-либо изобретения или новаторства, а также деятельностью исторической персоны: *«Понадобилось 6 лет, чтобы детский смех наконец зазвучал в доме Ольги и Юрия Кудиенко. Безуспешные попытки забеременеть, страшный диагноз бесплодие и последняя надежда, на ЭКО. Чтобы накопить деньги на дорогостоящую процедуру, супруги работали на нескольких работах. И наконец услышали заветное: вы беременны. Тройней»* («Первый канал», «Время», 3.01.2013).

Видеоряд разнообразен. Предмет съемки исключителен для каждого конкретного сюжета.

События уникальные

В этом случае журналисты рассказывают о необычных явлениях, людях, уникальных ситуациях, которые с ними происходят. Главная особенность – беспрецедентность.

Информационный повод строится на необычных фактах, которые привлекают внимание зрителя:

– журналистов интересует необычный поступок людей, которым он не свойственен по их статусу, профессии, возрасту: «Александр Лукашенко готов пересесть из президентского лимузина на велосипед», «Новая звезда рэпа штурмует хит-парады, снимается в клипах, выступает на концертах. 76-летняя пенсионерка из Финляндии задает моду на бабушкины ритмы»;

– действия, которые не поддаются объяснению в соответствии с традициями современного общества: «Даже разбогатец, жительница Поднебесной продолжает работать дворником» («Первый канал», «Время», 5.01.2013);

– необычные занятия, незаурядные способности, беспрецедентные достижения: «Он стал первым в истории четырехкратным обладателем «Золотого мяча» («Первый канал», «Время», 8.01.2013), «Он освоил модный у людей паркур и благодаря интернету прославился далеко за пределами родных Черновцов» («Первый канал», «Время», 2.01.2013);

– при этом важную роль играет прямая оценка события, выставляющая его из ряда обычных: «захватывающее по своей красоте», «такого мир еще не видел», «небывалая амнистия в Грузии».

Социальные акторы представлены в четырех группах:

– известные персоны, которых журналист представляет с помощью эмоционально-окрашенной лексики: «единственный в Европе», «он настоящая звезда», «лучший игрок минувшего года», «знаменитый актер», «богатый и знаменитый француз»;

– номинации известных персон: Владимир Путин, Жерар Депардьё, Лионель Месси, Александр Лукашенко;

– частные номинации, в основе которых уже заложена привлекающая внимание необычность: «пенсионерка-рэперша», «татуированные защитники животных»;

– обобщение и функционализация: «туристы», «студенты», «почтальон», «дворник» – то есть те, кто составляет часть общества.



Аксиосфера разнообразна, поскольку и необычные события затрагивают совершенно разные сферы жизни. Основными ценностями для данного типа событий стали: «жизнь», «свобода», «дети», «семья», «забота», «помощь».

Нарратив. Как правило, главный социальный актер живет обычной жизнью, но однажды неожиданно побеждает обстоятельства, которые не соответствуют его роду деятельности.

Визуальный ряд и в этом случае очень разнообразен. Так как события уникальные обладают не только фактической эксклюзивностью, но и непохожи друг на друга, скажем так, по организации в социальной реальности.

Выводы

Конструирование социально значимых событий, конечно, процесс непреднамеренный и его не стоит сравнивать с процессом манипуляции – продуманным способом управления сознанием. Конструирование событий, как нам представляется, является, прежде всего, продуктом экономическим. Высокая конкуренция между средствами массовой информации ведет к поиску журналистами способов выделения своей новости как особенно важной. Огромную роль здесь играют приемы подачи информационного повода, репрезентации социальных акторов, использование аксиосферы культуры, особенности повествования и невербальных средств. Однако все же наиболее важными являются первые два. Поскольку внимание аудитории всегда приковывают личность и факт.

В целом, механизм конструирования реальности – многоаспектный процесс, который зависит от специфики работы журналистов, положения того или иного СМИ в общей системе, особенностей взаимодействия редакций с другими институтами. Так как коммуникация это двусторонний процесс, то особенности конструирования зависят и от получателей информации, от их личностных характеристик.

Список литературы

1. Липпман У. Общественное мнение. – М.: Институт Фонда «Общественное мнение», 2004. – 384 с.
2. Дьякова Е. Г., Трахтенберг А. Д. Массовая коммуникация и проблема конструирования реальности: анализ основных теоретических подходов. – Екатеринбург: УрО РАН, 1999. – 130 с.
3. Луман Н. Реальность массмедиа. – М.: Праксис, 2005. – 256 с.
4. Бурдые П. О телевидении и журналистике. – М.: Фонд научных исследований «Прагматика культуры», Институт экспериментальной социологии, 2002. – 160 с.
5. Ефремова Т. Ф. Толковый словарь словообразовательных единиц русского языка [Электронный ресурс] // Мир слов. – 2009. – Режим доступа: <http://www.mirsllovefremovoy.ru>.
6. Харрис Р. Психология массовых коммуникаций. – М.: «ОЛМА-ПРЕСС», 2002. – 321 с.

CREATION OF SOCIALLY SIGNIFICANT EVENTS IN MEDIA TEXTS

T. Krasikova

*Belgorod National
Research University*

e-mail:

tkrasikova@inbox.ru

The paper presents the problem of creation of socially significant events. The author gives basic ways of construction important news for society in media texts. The main of them are representation of agenda and social actors.

Keywords: creation of socially significant events, reality, constructivism, social actors, agenda, narrative.