

Соломин Валентин Евгеньевич
соискатель кафедры истории
журналистики Воронежского
государственного университета
solominve@yandex.ru

ОТРАЖЕНИЕ МЕДИАСОБЫТИЙ В РЕГИОНАЛЬНЫХ СЕТЕВЫХ СМИ

Аннотация. В статье говорится о том, что событийные факты, отображаясь в пространстве массовой коммуникации, все меньше приближаются к адекватному отражению событий и все больше зависят от установок журналистики и от степени свободы слова в обществе. На примере сетевых СМИ Кемеровской области доказано, что, несмотря на расширение участия аудитории в процессе потребления и создания медиатекстов, расширение возможностей субъект-субъектного участия, формирование повестки дня по-прежнему остается прерогативой учредителя, издателя, редакции СМИ.

Ключевые слова: медиасобытие, массовая коммуникация, сетевые СМИ, региональное информационное пространство, отражение событий в СМИ.

На современном этапе развития общества следует констатировать факт резкого увеличения объемов распространяемой информации, циркулирующей в различных слоях общества со скоростью, на порядок превышающей скорость «досетевых» СМИ. Резко возросла и оперативность подачи информации, и ее «сменяемость» в новостных лентах. Эпоха Интернет-коммуникаций подтвердила прогноз футурологов 1970–1980-х годов о наступлении «цивилизации выбрасывания» [7, с. 86].

Между тем вовлеченность в массово-коммуникационные процессы обеспечивает индивиду возможность не только узнать больше о современной жизни, но и прогнозировать свою личную судьбу. На современном этапе Интернет стал передним краем информатизации производства и каждого-дневной деятельности граждан. Несмотря на сравнительную малочисленность отряда регулярных пользователей, событийный

Solomin Valentin Evgenievich
applicant for the department of the history of
journalism
Voronezh State University
solominve@yandex.ru

REFLECTION OF MEDIA EVENTS IN THE REGIONAL ONLINE MASS MEDIA

Annotation. The article examined how the events displayed in the space of the mass media, the less approaching adequately and increasingly depend on the settings of journalism and on the degree of freedom of speech in society. On the example of the online media of the Kemerovo area it is proved that in spite of the expansion of the participation of the audience in the process of consumption and the creation of media texts, expansion of opportunities of the subject-to-subject participation, the formation of the agenda still remains the prerogative of the founder, the publisher, the editor of mass-media.

Keywords: media event, mass communication, online mass-media, regional media space, reflection of the events in mass media.

ряд сетевых СМИ все активнее влияет на формирование общественного мнения. Человек, выбирая медиапродукты согласно своим вкусам, делает свой экзистенциальный выбор в пользу той или иной концепции поведения в обществе.

Сеть в России получает все большее признание в качестве эффективного средства политического информирования и общения власти и общества, что требует, как и любой другой феномен политической жизни, теоретического анализа и оценки. Так, по данным Фонда общественного мнения, доля активной аудитории – это выходящие в Сеть хотя бы раз за сутки – сейчас составляет 39 % (45,6 млн человек) [1]. При этом к настоящему моменту развития интернет-исследований считается, что гуманитарное изучение Интернета требует междисциплинарного подхода, поскольку он не может быть адекватно описан в рамках отдельной дисциплины или частного подхода. Интернет при этом определяют, как «обще-

ние между отдельными людьми и целыми народами без вмешательства правительства» [2, с. 13].

Отдельное направление исследования Интернет-коммуникаций связано с сетевыми СМИ или Интернет-СМИ, понимаемыми как информационно-коммуникативный ресурс, предназначенный для решения задач, как свойственных печатным и электронным несетевым средствам массовой информации, так и новых информационно-коммуникативных задач, реализация которых возможна только с помощью технологий Веб 2.0 и последующих версий [3].

Сетевые СМИ, возникшие как любительские Интернет-проекты, пройдя процесс массовизации Интернета, превратились в мощную мультимедийную машину создания и генерирования смыслов, образов, идей, а зачастую, их симуляков, превратили жизнь человека в бесконечный медийный континуум. При этом на первый план выходит категория «событийности», приобретающая в сетевых коммуникациях новое звучание в структурировании картины мира.

Многомерно усложнившийся событийно-новостной поток требует совершенно иного подхода к структурированию содержания масс-медиа. И прежде всего речь необходимо вести о соответствии медиаконтента сетевой логике, то есть он должен быть мультимедиен, гипертекстуален, интерактивен, наполнен креолизованными текстами. При этом как никогда раньше актуализируются такие компоненты медиатекста, как транспарентность, селективность, глобальность, сбалансированность и идеологичность, поскольку человеку важно разбираться в бесконечном потоке новостей и понимать причинно-следственную связь происходящего [7, с. 5].

Отдельного внимания заслуживает такой компонент, как идеологичность или идеологическая маркированность медиатекста, его идеальная доминанта. Раскрытие этого компонента позволяет понять истинный смысл сообщения, заложенный инициатором коммуникативного процесса. Идеологическая маркированность медиатекста, отражающего событийную грань журналистских произведений, представляет собой совокупность оценочных значений и отношений, которые обусловлены социально-политическими взглядами автора и его единомышленников. Идеологичность новостей находит свое выражение в принципах отбора фактов реальной жизни и в способах их освещения. Следует упомянуть и об экспрессивности журналистского текста, которая, в зависимости от средств выражения,

проявляется в таких чертах, как интенсивность, эмоциональность, образность, оценочность, ассоциативность. Часто такой текст построен как набор стереотипов и наполнен манипулятивной риторикой.

Особенно ярко это проявляется в региональном информационном пространстве России, которое развиваются по двум возможным моделям: с преобладанием либо бизнес-ориентированных, либо государственно-ориентированных масс-медиа [4]. Соответственно, крен как в одну, так и в другую сторону, отсутствие баланса и сил, способных его восстановить, приводят к ярко выраженной идеологической окраске медиатекста.

Вместе с тем за пределами научного осмысливания остается исследование специфики событийно-новостного потока в региональных сетевых СМИ в условиях властно-ориентированной модели региональной журналистики. Особенный научный интерес представляет журналистика регионов с сильным лидером у власти, к числу которых относится Кемеровская область.

Так, региональное пространство Кемеровской области зависит от региональной власти, моноцентрично и унифицировано по содержанию, несмотря на разнообразие представленных медиаформ. В регионе действует соглашение о партнерстве между редакциями СМИ и региональной исполнительной властью, которое на практике выливается в зависимость СМИ от решений власти. Здесь прежде всего стоит упомянуть долгосрочную целевую программу «Пресса» и учрежденный администрацией региона конкурс «Медиапрестиж», которые воспринимаются редакторами региональных средств массовой информации, как некая модель социального партнерства прессы и власти и поддерживаются самим журналистским сообществом вплоть до самоцензуры [5; 6].

Анализ контента региональных сетевых средств массовой информации, публикаций онлайн-изданий Кемеровской области («Газета Кемерова», «Город новостей») за период 2007–2012 гг. свидетельствует о следующих тенденциях и закономерностях событийно-новостного потока:

1. В событийно-новостном потоке региональных сетевых СМИ преобладает информация о событиях местного значения, в подавляющем количестве данные события определяются как обыденно-актуальные.
2. Тематически преобладает информация о событиях в сфере социальной жизни и происшествиях. Быстрая смена событий не свидетельствует о глубоком проникновении журналистов в социальные конфликты.

Криминальная хроника является наиболее ярким семантическим пятном в палитре местных новостей.

3. Соотношение мировых, общероссийских и местных событий в новостном потоке возможно определить как разумное и достаточное, вызванное необходимостью информирования аудитории о событиях за пределами регионами в той мере, в какой этого требует реалии действительности.

4. Значительная часть событийно-новостного потока задана изначально источником информации, которым в подавляющем большинстве являются пресс-службы федеральных, региональных и муниципальных органов власти и учреждений.

5. Зафиксированы варианты деформации, «искривления» событийно-новостного потока и создание псевдоактуальных событий, а то и симуляков, что вызвано зависимостью региональной журналистики от решений региональной власти.

6. Несбалансированность структурных элементов медиатекста о событиях:

– гипертрофированное преобладание идеологической заданности медиатекста: журналисты изначально знают, как и о чем (о ком) можно и нужно писать, какие события пропускать в событийно-новостной поток;

– отсутствие транспарентности, выражющееся в подмене истинного смысла события симулякром;

Четко выраженная медийность событийно-новостного потока: информация гипертекстуальна и мультимедийна.

7. Псевдоинтерактивность и низкий качественный уровень дискуссий в региональных сетевых СМИ, в результате чего пользователи не предрасположены к активному обсуждению событий и подвержены манипулятивному влиянию.

8. Все это позволяет сделать вывод о том, что информация о событиях в региональных СМИ носит подцензурно-унифицированный характер, что предполагает усиление «критического подхода» к ее анализу.

Литература

1. Интернет в России: динамика проникновения. Весна-2012. URL: <http://runet.fom.ru/Proniknovenie-intemeta/10507>
2. Интернет-коммуникация как новая речевая формация: колл. монография. М. : ФЛИНТА: Наука, 2012. 328 с.
3. Калмыков А.А. Интернет-журналистика в системе СМИ: становление, развитие, профессионализация : Дис. ... д-ра филол. наук. М., 2009. 362 с.
4. Карлова О.А. Современное информационное пространство России: три модели медиапродукта // Журналист. Социальные коммуникации. 2011. № 1. С. 12–16.
5. Логинова Е.Ю. Кузбасс имущие // Деловой Кузбасс – новый век. 2008. № 5–6 (74–75).
6. Пресса и власть // Журналист Кузбасса. 2002. № 1. С. 6.
7. Хорольский В.В. Современные теории массовой коммуникации на Западе. Воронеж: Факультет журналистики ВГУ, 2011. 104 с.

Literature

1. The Internet in Russia: dynamics. Spring-2012. URL: <http://runet.fom.ru/Proniknovenie-intemeta/10507>
2. Internet communication as a new voice formation: monograph. M. : FLINT: Science, 2012. 328 p.
3. Kalmykov A.A. Internet journalism in the mass media system: establishment, development and professionalization : Dis. ... d-ra philological Sciences. M., 2009. 362 p.
4. Karlova O.A. Modern media space of Russia: three models // Journalist. Social communications. 2011. № 1. P. 12–16.
5. Loginova E.Yu. Kuzbass haves // Business Kuzbass – new age. 2008. № 5–6 (74–75).
6. Press and power // the Journalist of Kuzbass. 2002. № 1. P. 6.
7. Khorolsky V.V. Modern theories of mass communication in the West. Voronezh: the Faculty of journalism of the Voronezh state University, 2011. 104 p.