

## МЕДИАСОБЫТИЕ КАК ЦЕНТРАЛЬНОЕ ПОНЯТИЕ ЖУРНАЛИСТИКИ

**Ройко Валерия Андреевна**

студент, Белгородского государственного национально исследовательского университета, РФ, г. Белгород

**Аннотация.** Статья посвящена рассмотрению специфике медиасобытий и медиакартины мира, представленных в журналистских текстах.

**Ключевые слова:** медиасобытий; медиакартины мира; медиаскандалы; фейки; фейковые новости.

В последние десятилетия термин «событие» играет важнейшую роль в целом ряде наук – философии, логике, семиотике, лингвистике, теории журналистики, теории коммуникации.

Говоря о событии в повседневном общении, имеют в виду какой-либо случай, имеющий определенные хронологический рамки, в течение которых что-то подвергается изменениям.

В условиях информационного общества, глобального Интернета, новых медиа исследователи пытаются переосмыслить базовые принципы журналистики, такие как объективность и достоверность информации, роль субъекта в подаче новостей и их интерпретации и др. Терминология журналистики расширяется за счет таких новых понятий, как медиасобытие и медиаскандал, фейк и фейковые новости, постправда и медиакартина мира. В новых исследованиях на первый план выдвигается субъект, от которого зависит интерпретация одного и того же реального события. Все эти вопросы обладают высокой злободневностью и актуальностью и требуют как теоретического, так и практического осмысления.

Определение события в журналистике опирается на разработки в гуманитарных науках. Медиасобытием называют реальное событие, ставшее предметом отображения в журналистских текстах; образ, смоделированный журналистом под влиянием различных факторов; информацию о конкретных событиях в жизни людей, отдельных стран и регионов; шаг в общественном процессе». Таким образом, медиасобытие представляет собой ключевое понятие в журналистском тексте. Медиасобытия классифицируют по различным основаниям. Одно из них – деление вербальных событий в журналистских текстах на действительные и вымышленные (например, фейки, фактоиды, «газетные утки».

Медиасобытия классифицируют в журналистике по: а) социальной значимости; б) эффекту воздействия на аудиторию в пространстве и времени; в) цитируемости в СМИ; г) прогнозируемости и планируемости и т. д. [Самарцев, 2007: 178].

Медиасобытия различают по различным параметрам:

- событие может быть моментальным, длительным, повторяемым;
- событие может быть реальным и вымышленным;
- событие может быть завершенным (единичное событие) и незавершенным (длящееся событие).

Скандал как медиасобытие всегда выступает привлекательной новостью для читателя и резко усиливает внимание различных медиа. В последнее время особое внимание уделяется политикам и их деятельности. Скандалы очень ценятся прессой, потому что один скандал может повлечь за собой его дальнейшее развитие и расширение различными мнениями «экспертов», заполняя таким образом информационное пространство [Черных 2014: http]. Стать частью скандального события может любая известная личность. Любой недостойный поступок или не соответствующее нормам морали поведение, вызывающие осуждение со стороны аудитории, будут выставлены напоказ всему миру. Скандал как медиасобытие может уничтожить, и напротив – может сделать популярной малоизвестную личность на национальном и даже на мировом уровне. Скандалы, в которых нарушаются морально-этические нормы, вызывают в обществе большое возмущение, что в дальнейшем усиливает важность нарушенной нормы. Здесь важно отметить, что СМИ часто предоставляют возможность самой аудитории сделать вывод.

Медиасобытия – элемент картины мира, которая определяется как образ мира, интуитивные представления о реальности, интерпретация окружающей действительности. В работах по журналистике термин «картина мира» дополняется такими определениями, как *информационная картина мира, публицистическая картина мира, журналистская картина мира, медиакартина мира, медиа-рекламная картина мира* и др. Картина мира, создаваемая журналистикой, оказывается шире, чем реальная действительность. В.Д. Мансурова объясняет «разрыв между реальностью и медиасобытием» появлением новых информационных технологий, создающих условия для расширения предметной области СМИ. Ведущими признаками медиакартины мира являются ее субъективность, мозаичность, интерпретативность.

В современную медиакартину мира включаются и такие явления, как фейки, фейковые новости, симулякры из мира культуры и т.д., которые представляют собой проблемную зону достоверности.

С.Н. Ильченко определяет фейк как «журналистское сообщение, опубликованное в СМИ, содержащее недостоверную и непроверенную информацию, не соответствующую реальным фактам и эмпирической действительности» [Ильченко 2016: http://].

Авторы фейковых новостей используют в своих материалах яркие и вызывающие заголовки, сфабрикованные факты для повышения читательской аудитории и цитируемости. В данной ситуации прибыль создается с помощью «кликбейтинга». Доход от рекламы не зависит от достоверности опубликованного материала. Возможность лёгкого дохода от рекламы, усиление политической поляризации общества и большое количество социальных сетей побудили распространение фальшивых новостей [Woolf Nicky: http]. Так называемые фальшивые новости в Интернете могут создаваться при помощи специализированных сайтов, основной задачей которых и есть создание и распространение псевдо-материалов.

Зачастую фейковыми новостями можно назвать те новости, которые несут в себе экстраординарную информацию. Кроме этого, фейковые новости могут вызвать у человека эмоции и совсем отключить логику. В таких ситуациях люди верят даже в самые невероятные небылицы.

### **Характеристика фейковой новости, сообщающей о якобы смерти королевы Великобритании Елизаветы II.**

Некоторые российские СМИ внезапно стали публиковать информацию о смерти английской королевы Елизавете II, которая в последствии оказалась ложной.

Информация оказалась на столько востребованным медиасобытием, что опубликованная на официальном сайте Royal новость, ненадолго появилась в верхней части результатов поиска Google для королевы.

В материалах говорилось о том, что якобы: «Официальный сайт британской королевской семьи опубликовал известие о смерти королевы Елизаветы II, но позже срочно удалил ее» (Fasenevs, 11.01.2017г.). В подтверждение данной информации служили якобы

скриншоты заявления о кончине королевы, сделанные с официального сайта королевской семьи.

*«Королева Елизавета II умерла во сне утром в своей резиденции в Сандрингемском дворце»,* – сообщается в скриншоте, который появился в российских изданиях.

На официальном сайте монархов данную информацию так и не удалось найти. Вероятно, информация была удалена или её вообще не существовало. *«Представители королевской семьи никаких официальных заявлений не давали»* (Pravda.ru, 16.01.2017г.).

Существует ещё одна версия появления данной информации. Проведя расследование журналисты ВВС пришли к выводу, что волна слухов о смерти королевы Елизаветы II, которую якобы скрывают СМИ, началась с твита пользователя под ником @ecclesmanutd. *«Только что услышал, что британские медиа намеренно перестали освещать одну важную информацию. Это правда», — написал мужчина, поставив хэштег #mediablackout, под которым в дальнейшем стала распространяться новость о смерти Елизаветы II»* («Вести.ру», 10.01.2017 г.).

*«Сотрудники ВВС нашли и связались с автором данного поста, который как правило публикует информацию о ежедневных событиях из своей жизни. Мужчина объяснил, что просто поделился информацией, которую прочитала его жена в Facebook. Предоставленную ему информацию он решил не проверять на достоверность»* («Вести.ру», 10.01.2017 г.)

После этого поста волну слухов уже было не остановить. Вплоть до настоящего времени в Twitter появляется сотни постов с хэштегом #mediablackout, в которых сообщалось, что королева Елизаветы II мертва, а власти это тщательно скрывают.

Журналисты ВВС решили найти авторов самых популярных аккаунтов, которые распространяли подобные сведения о смерти королевы. Как не странно, но все они уверенностью сообщали, что слышали информацию о гибели Елизаветы II по радио или от друзей.

В том числе и сам канал ВВС в своем twitter-аккаунте опубликовал информацию о данном событии: *«Срочные новости: Букингемский дворец объявляет о смерти королевы Елизаветы II в возрасте 90 лет. Обстоятельства неизвестны. Подробности появятся в ближайшее время»* (BBC NEWS (UK), 29.12.2016 г.).

Позже журналисты сообщили, что twitter-аккаунт на самом деле подделка и не является официальным.

Интересен тот факт, что новость о кончине королевы подхватили даже крупные британские и мировые СМИ. Даже французский посол Жерар Аро в США поверил в их подлинность и выразил соболезнования по поводу кончины Елизаветы II.

Помимо этого, существовало мнение, что информацию задерживают из-за борьбы за трон в самой королевской семье. Якобы принц Чарльз и принц Уильям воюют между собой. *«Принц Уильям знает секреты своего отца, разглашать которые королевская семья не желает, и хочет их использовать, чтобы в дальнейшем стать коронованным королем.»* («КРАМОЛА», 12.01.2017г.).

*«Шумиха вокруг смерти королевы утихла, после того, как она появилась на воскресной поминальной службе по бывшему мужу своей покойной сестры Маргарет лорду Сноудону, в церкви Святой Марии Магдалены, находящейся на территории королевского поместья Сандрингем, вместе со своим мужем принцем Филиппом Эдинбургским и другими членами семьи»* (Pravda.ru, 16.01.2017г.).

Однако, спустя время тема снова оказалась востребованной в СМИ. Британские средства массовой информации заявили, что всему виной русские хакеры, которые взломали официальный сайт королевской семьи и опубликовали данную информацию. Но эта история

продолжения не имела.

В наше время медиасобытием может стать любая предоставленная информация, даже самая незначительная.

Обращая своё внимание на публикации, связанные с якобы смертью Елизаветы II, которая в дальнейшем оказалась жива и невредима, мы можем сделать вывод, что предоставленная информация в действительности являлась фейковой новостью, но при этом, также является медиасобытием.

Потому что, в случае нераспространения подобной информации о здоровье королевы, о жизни королевской семье никто бы не рассуждал так долго. А благодаря своего рода «утке», выпустившую СМИ, они в течении года были на слуху не только у британцев, но и жителей других стран.

Медиасобытие сейчас пользуются популярностью у читательской аудитории своей скандальностью и возможностью обсудить нарушение морально-этические нормы в лице какой-то известной личности.

### **Список литературы:**

1. Woolf N. How to solve Facebook's fake news problem: experts pitch their ideas // theguardian.com. - 2016. - 29 Nov. Режим доступа: <https://www.theguardian.com/technology/2016/nov/29/facebook-fake-news-problem-experts-pitch-ideas-algorithms>
2. Ильченко С. Н. Фейк в практике электронных СМИ: критерии достоверности // Электронный научный журнал «Медиаскоп». - 2016. - Вып. 4. - Режим доступа: <http://www.mediascope.ru/2237>
3. Самарцев О.Р. Творческая деятельность журналиста: Очерки теории и практики: учебное пособие. - М.: Академический Проект, 2007. - 528 с.
4. Черных А. Ритуалы и мифы медиа. - М.: ЦГИ Принт., 2014. - Режим доступа: <https://books.google.ru/books>