Ученые записки Крымского федерального университета имени В. И. Вернадского.
Филологические науки. Научный журнал. Том 7 (73). № 2. С. 195–201.

УДК 811.161.1

ТРАНСПОЗИЦИЯ ПРИЕМОВ КЛАССИЧЕСКОЙ ДРАМАТУРГИИ В СЕМИОСФЕРУ СОВРЕМЕННОЙ ИВЕНТ-ЖУРНАЛИСТИКИ

Мурзина О. В.

Российский государственный университет
имени А. Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство),
Москва, Россия
E-mail: 210978@list.ru

В статье рассматривается концепт современного вторичного единства действия, наследующего одноименный принцип классической драматургии XVIII–XIX столетия. Поднимается вопрос об актуальности соответствующего концепта в связи с большим интересом молодых журналистов к так называемой ивент-журналистике – организованной концентрации событий, встреч, высказываний и оценок вокруг определенного спланированного и организованного информационного повода. Новизна исследования видится в том, что параметры семиосферы современных средств массовой информации рассмотрены сквозь призму категорий поэтики классицистической драматургии и в доказательстве факта их транспонирования в синтагматику СМИ. Актуальность исследования обусловлена нарастающим интересом молодых журналистов, студентов и абитуриентов к ивент-журналистике и их предпочтениями в данной области. Автор останавливается на вопросах концептуализации события, снижения удельного аксиологического веса информационного повода в силу развития круглосуточного теле- и радиовещания и потребления современными журналистами контента социальных сетей. Особое внимание уделяется вопросам сопоставления категорий современной журналистики со стереотипами, формируемыми массовой культурой и художественной литературой в отношении других профессий – их представители стремятся к разрушению бытующих стереотипов, а журналисты, напротив, к укреплению.
Ключевые слова: средства массовой информации, ивент-журналистика, семиосфера СМИ, социальные сети, информационное событие, единство действия.

ВВЕДЕНИЕ

Настоящее исследование основано на практике организации стажировок в средствах массовой информации для студентов бакалавриата факультета журналистики Российского Государственного университета имени А. Н. Косыгина. Стажировки традиционно коррелируют с учебной и производственной практикой, включенной в учебный план факультета журналистики, и процесс организации посещения студентами действующих средств массовой информации позволяет судить об их предпочтениях в области журналистики и современных СМИ.

Практика в средствах массовой информации организована как постепенное вовлечение студентов в производственный процесс средств массовой информации, посещение съемок, различных мероприятий, предполагающих не только непосредственное участие, но и последующее написание текстов, пост-релизов и публикации в социальных сетях.

Практика организации стажировок с 2014 года показывает устойчивое предпочтение студентами ивент-журналистики: среди предлагаемых вариантов (региональные и федеральные газеты, телеканалы, радиостанции и пр.) наиболее

популярным вариантом стажировки из года в год становится практика на базе PR-агентств, предлагающих студентам посещение различных мероприятий: пресс-показов, спектаклей, презентаций. Интерес студентов к мероприятиям такого рода вполне объясним с практической точки зрения: мероприятия позволяют, с одной стороны, совмещать прохождение практики с занятиями, с другой стороны – ивент-журналистика представляется достаточно легкой работой и видится студентам как шанс пообщаться со знаменитостью, увидеть известного человека. Рассмотрим подробнее причины этого феномена и лежащие в его основе когнитивные искажения.

Целью предлагаемой статьи является описание контрапунктов классической драматургии и современной ивент-журналистики – переноса в область работы молодого начинающего журналиста тех логических связей и когнитивных деформаций картины мира, которые были свойственны определенному литературному жанру в определенный период его развития.

ОСНОВНАЯ ЧАСТЬ

Восприятие контента средств массовой информации молодыми журналистами

Человек, производящий и потребляющий контент средств массовой информации, имеет дело с некоей медиамоделью – медиаполисом, по выражению С. Г. Корконосенко [7, с. 16], представляющим собой семиосферу, творимую и развиваемую СМИ. Эта семиосфера основана на реальности, как и альтернативные семиосферы (возникающие в художественной литературе, в фольклоре, в мифологии и пр.), однако имеет некие деформирующие восприятие реальности особенности [9, p. 189].

Отличительной чертой данной семиосферы является концентрация событийности, отчасти напоминающая сюжеты фильмов и сериалов, а также принятый ранее в драматургии принцип «единства действия» [2, с. 80]: в силу одобряемой эстетики драматического произведения все события, демонстрируемые на сцене в течение 2-3 часов, должны были происходить с героями на протяжении одних суток. В результате многие драматические произведения XVIII – первой половины XIX столетия представляли собой изображение сигнификативно нагруженного дня, который как бы завершал начатые ранее сюжетные линии. В погоне за «правдой жизни» драматурги изображали некий день, сконцентрировавший в себе множество событий (как, например, один день, изображенный в комедии А. С. Грибоедова «Горе от ума»: в течение одних и тех же суток Чацкий прибыл из дальней поездки, Молчалин упал с лошади, в доме Фамусова был проведен бал, Чацкого объявили сумасшедшим, Чацкий узнал о том, что его невеста любит другого…). Поскольку пьеса, изображающая 24 часа, сама по себе длилась существенно меньше, подразумевалось, что рутинные события (переодевание персонажей, принятие ими пищи, если оно не встроено в сюжет произведения и пр.) выведены за сцену, а на сцене представлены только кульминационные точки.

Сходная деформация реальности представлена в кинематографе по вполне понятным причинам: зритель следит за интересным и быстро развивающимся сюжетом, и фильм наполнен событиями, так как подразумевается, что

малоинтересные, ежедневно повторяющиеся действия (по факту занимающие до 100% времени человека в обычной жизни) осуществляются за кадром.

В силу восприятия профессии журналиста через призму кинематографа, художественной литературы и средств массовой информации у молодого журналиста возникает своеобразное когнитивное искажение в отношении будущей профессии: ему представляется, что журналист постоянно вовлечен в некие события, присутствует при историческом моменте, является свидетелем и участником неких неординарных ситуаций. Причем профессии журналиста это когнитивное искажение касается в большей мере, чем, например, профессии врача или полицейского, также часто демонстрируемой в современном кинематографе. Дело в том, что работу врача или полицейского человек, не являющийся ни врачом, ни полицейским, воспринимает не только через призму кинематографа и художественной литературы, но и при непосредственном вовлечении представителей соответствующей профессии в свою жизнь, и в этом случае включается обратное когнитивное искажение. Если в фильме или книге жизнь медика наполнена интересными случаями, и зритель сопереживает пациенту, находящемуся на грани жизни и смерти, надеясь, что врач сможет помочь этому пациенту, то в реальности пациент совсем не хотел бы, чтобы его жизнь «висела на волоске», зависела от верного или неверного решения врача, и склонен считать свой случай обыденным, непримечательным, надеясь на быстрое лечение и скорейшее выздоровление. То же можно сказать и о взаимодействии с полицейскими: с интересом наблюдая за их работой в кино и книгах, мало кто хотел бы оказаться на месте потерпевшего.

С работой журналиста человек сталкивается в формате развлекательных передач, новостных выпусков и в целом продукции масс-медиа, которая, главным образом, посвящена неким неординарным событиям, решениям, ситуациям [8, p. 23]. Соответственно, возникает ложное представление о концентрации этих событий в работе журналиста. Молодому студенту-журналисту кажется, что его жизнь в профессии будет наполнена различными встречами с известными людьми, он будет свидетелем неких исторических событий и пр. Достаточно быстро первые шаги в профессии и даже попытки создания первых учебных передач, материалов и других моделей будущей работы журналиста в ходе освоения практических курсов приводят студента к осознанию того факта, что его будущая работа, как и работа любого другого профессионала в любой другой области, будет состоять из решения рутинных задач, имеющих мало общего со стереотипным представлением о профессии журналиста.

Указанное когнитивное искажение в итоге провоцирует интерес к ивент-журналистике: она представляется наиболее схожей с тем стереотипом, который для многих абитуриентов является мотивирующим при выборе направления учебы.

Семиосфера современной ивент-журналистики

Ивент-журналистика предполагает участие журналиста в событиях, которые организованы именно с целью привлечения знаменитостей и создания интересных коллизий [1, с. 207]. В современной практике используется именно англоязычный термин «ивент» (event), так как слово «событие» имеет оттенок спонтанности: его

нельзя организовать, предсказать, угадать. Под понятие “event” же подпадает ряд мероприятий – разнообразные пресс-показы, встречи, презентации, вечеринки и пр., которые подразумевают, что осуществляется «тип коммуникации в культуре, где основным способом и формой взаимодействия является символически выстроенное действо. Истоки событийных коммуникаций обнаруживаются в недрах истории человеческой культуры и прослеживаются на всех этапах ее развития, базируются на обширном опыте ритуальных и церемониальных практик» [6, с. 16]. Современные организованные мероприятия наследуют ритуальные практики и семиотически значимые действия прошлого [5, с. 182], что и приводит к повышению к ним интереса не только среди журналистов, но и среди обычных потребителей информации.

Социальные сети только усиливают этот интерес: контент, размещаемый пользователями соцсетей, также представляет собой вариант описанного выше когнитивного искажения – большинство пользователей запечатлевает нечто экстраординарное, формируя тем самым впечатление, что их жизнь наполнена событиями [4, с. 47]. Подобно тому, как средства массовой информации формируют модель мира, в социальных сетях потребитель информации имеет дело с моделью человека, и жизнь этого условного симулякра зачастую представляется потребителю гораздо более интересной и наполненной событиями, чем его собственная. В этом качестве организуемые и управляемые семиотически значимые события приобретают ценность и как генераторы контента, в том числе сетевого.

Популярность ивент-журналистики объясняется также способностью журналиста управлять событиями (организовать, к примеру, презентацию, пригласить на нее заинтересованных лиц, знаменитостей, представителей различных фирм и компаний) – в его картине мира «событие» как случайность заменяется на организованный «ивент». Это приводит к своеобразному аксиологическому сдвигу, касающемуся ценности события как такового.

Относительная ценность события в практике ивент-журналистики

Человек, который работает в средствах массовой информации, в конце XX – начале XXI столетия столкнулся с принципиально новым графиком генерации контента: если ранее телевидение и радио не вещали 24 часа в сутки, то сегодня круглосуточное вещание стало практически нормой. Параллельно контент обновляется и генерируется в интернете, который вообще не имеет четкого графика работы и функционирует практически постоянно. Это приводит к снижению относительной ценности события – если ранее, при ограниченном времени вещания теле- и радиоканалов, в качестве событий характеризовались экстраординарные, выходящие из ряда ситуации, то при современной практике вещания в качестве новости позиционируются события, являющиеся относительно малозначимыми: например, сюжет о встрече одного известного человека с другим, новость о присутствии кого-либо в определенной локации и пр.

Эта особенность современной журналистики привела к своего рода циркулированию событий: чтобы генерировать контент, журналист должен постоянно участвовать в каких-то событиях, а поскольку они не происходят с такой частотой, журналист принимает непосредственное участие в их организации,

провоцируя тем самым их возникновение. На профессиональной основе это приводит к возникновению ивент-журналистики как системного освещения организованных семиотически значимых событий. Освещение этих организованных событий в социальной сети направлено на повышение их значимости в общественном сознании [3, с. 204], что, в свою очередь, приводит к укреплению описанного выше когнитивного искажения, в силу которого журналистика воспринимается как профессия, представитель которой постоянно находится в гуще событий.

С другой стороны, когнитивное искажение коснулось и упомянутых выше рутинных действий – так, стремительно набирающий популярность видеоконтент таких социальных сетей, как Youtube и TikTok, зачастую вовсе не содержит в себе экстраординарных событий. С помощью камер смартфонов люди увлеченно снимают свои рутинные, ежедневные действия: принятие пищи, переодевание, прогулки и пр. Практика просмотров показывает, что и такие действия находят своего зрителя, более того, обычная жизнь в чем-то даже интереснее экстраординарного события. Вероятно, в данной ситуации срабатывает эффект «подглядывания», обусловивший популярность формата реалити-шоу – зрителю нравится наблюдать за жизнью другого человека, сравнивать себя с ним, часто мысленно признавая свое превосходство в какой-либо сфере.

ВЫВОДЫ

Описанные выше факторы: стереотипы, формируемые художественной литературой и кинематографом, взаимодействие потребителя контента СМИ с его производителем и потребление контента социальных сетей в совокупности приводят к укреплению модели мира, которую можно условно назвать «вторичным единством действия». Первичное было свойственно драматургии в определенный период ее развития и реализовало как рекреативную функцию, так и функцию катарсиса. Вторичное же возникло под влиянием когнитивного искажения, сформированного восприятием работы журналиста абитуриентами. Далее, как показывает практика, срабатывает своего рода цепная реакция: журналист, столкнувшийся с развенчанием стереотипов о его профессии, одновременно сталкивается и с возможностью самостоятельно формировать такие стереотипы и преобразовывать представление о действительности.

В художественной семиосфере пьес эпохи классицизма присутствовал концепт «ключевого дня»: того дня, когда все ранее назревавшие конфликты разрешаются, различные сюжетные линии проходят кульминационную точку развития, и в нескольких часах концентрируется квинтэссенция предыдущих лет и десятилетий. Современная журналистика усвоила и переработала указанную модель мира, подвергнув ее творческому переосмыслению: концентрация событий обусловлена снижением удельного веса понятия «события» как такового, а также умелой организацией семиотически значимого хронотопа.

Список литературы

1. Андрианова, Н. А. Феномен «ивент» в социальном и научном контексте [Текст] / Н. А. Андрианова // Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 9. Язык и литература. – Вып. 3. – С. 201–209.
2. Безруков, А. Н. Введение в литературоведение. Теория литературы [Текст] / под ред. А. Н. Безрукова. – Бирск : Бирская государственная социально-педагогическая академия, 2009. – 182 с.
3. Горячев, А. А. Сетевая речь // Сетевые СМИ российского мегаполиса [Текст] / под ред. И. Н. Блохина, С. Г. Корконосенко. – СПб. : Филол. ф-т СПбГУ, 2011. – С. 200–215.
4. Губанков, А. Н. Сетевые СМИ в культурном пространстве города: коммуникация, интерпретация, диалог: дис. … канд. культурологии [Текст] / А. Н. Губанков. – СПб.: Санкт-петербургский государственный университет культуры и искусств, 2011. – 151 с.
5. Дускаева, Л. Р. Журналистика сферы досуга [Текст] / под общ. ред. Л. Р. Дускаевой, Н. С. Цветовой. – СПб.: Высш. школа журн. и мас. коммуникаций, 2012. – 305 с.
6. Каверина, Е.А. Создание событий в современном социокультурном пространстве: автореферат дис. … д.ф.н. [Текст] / Е. А. Каверина. – СПб. : Российский государственный педагогический университет имени А. И. Герцена, 2012. – 47 с.
7. Корконосенко, С. Г. Медиаполис : другое измерение современного мегаполиса [Текст] / С. Г. Корконосенко // Лабиринт. Журнал социально-гуманитарных исследований. – 2013. – № 1. – С. 15–28.
8. Deuze M. The Media Logic of Media Work. Journal of Media Sociology. 2009, Vol. 1, № 2, Winter/Spring, pp. 22–40.
9. Wilkinson J., Grant A., Fisher D. Principles of Convergent Journalism. Oxford: Oxford University Press, 2009. 234 p.

References

1. Andrianova N. A. *Fenomen Ivent v Sotsialnom I Nauchnom Kontekste* [The Event Phenomenon in the Social and Scientific Context]. *Vestnik Sankt-Peterburgskogo universiteta. Seriya 9. Yazyk i Literatura*, iss. 3, pp. 201–209.
2. Bezrukov A. N. *Vvedeniye v Literaturovedeniye. Teoriya Literatury* [Introduction to Literary Studies. Literature Theory]. Ed. by A.N. Bezrukov. Birsk: Birsk State Social and Pedagogical Academy Publ., 2009. 182 p.
3. Goryachev A. A. *Setevaya Rech* [Speech in Network]. *Setevyye SMI Rossiiskogo Megapolisa*. Ed. by I. N. Blokhina, S. G. Korkonosenko. SPb.: Filologocheskii Fakultet SPbGU Publ., 2011, pp. 200–215.
4. Gubankov A. N. *Setevyye SMI v Kulturnom Prostranstve Goroda: Kommunikatsiya, Interpretatsiya, Dialog: Dis. ... Kand. Kulturolog.* [Network Media in the Cultural Space of the City: Communication, Interpretation, Dialogue. Thesis]. SPb.: Sankt-Peterburgskii Gosudarstvennyi Universitet Publ., 2011. 151 p.
5. Duskaeva L. R. *Zhurnalistika Sfery Dosuga* [Journalism of the Sphere of Leisure]. Ed. by L. R. Duskayeva, N. S. Tsvetova. SPb.: Vysshaya Shkola Zhurnalistiki i Massovoi Kommunikatsii Publ., 2012. 305 p.
6. Kaverina Ye. A. *Sozdaniye Sobytiy v Sovremennom Sotsiokulturnom Prostranstve: Dis. ... Dokt. Filol. Nauk* [Creation of Events in Modern Socio-Cultural Space. Abstract of Thesis]. SPb.: Rossiiskii Gosudarstvennyi Pedagogicheskii Universitet Imeni A. I. Gertsena, 2012. 47 p.
7. Korkonosenko S. G. *Mediapolis: Drugoye Izmereniye Sovremennogo Megapolisa* [Mediapolis: Another Dimension of the Modern Metropolis]. *Labirint. Zhurnal Sotsialno-Gumanitarnykh Issledovaniy*, 2013, no. 1, pp. 15–28.

8. Deuze M. The Media Logic of Media Work. Journal of Media Sociology. 2009, Vol. 1, № 2, Winter/Spring, pp. 22–40.
9. Wilkinson J., Grant A., Fisher D. Principles of Convergent Journalism. Oxford: Oxford University Press, 2009. 234 p.

TRANSPOSITION OF METHODS OF CLASSICAL DRAMA INTO THE SEMIOSPHERE OF MODERN EVENT JOURNALISM

Murzina O. V.

The article examines the concept of modern secondary unity of action, inheriting the principle of the same name of the classical drama of the 18th – 19th centuries. The question is raised about the relevance of the corresponding concept in connection with the great interest of young journalists in the so-called event journalism – an organized concentration of events, meetings, statements and assessments around a certain planned and organized news occasion. The novelty of the research is seen in the fact that the parameters of the semiosphere of modern media are considered through the prism of the categories of poetics of classic drama and in the proof of the fact of their transposition into the syntagmatics of the media. The relevance of the study is due to the growing interest of young journalists, students and applicants in event journalism and their preferences in this area. The author dwells on the issues of conceptualizing the event, reducing the specific axiological weight of the news occasion due to the development of round-the-clock television and radio broadcasting and the consumption of the content of social networks by modern journalists. Particular attention is paid to the issues of comparing the categories of modern journalism with the stereotypes formed by mass culture and fiction in relation to other professions - their representatives strive to destroy the prevailing stereotypes, while journalists, on the contrary, to strengthen them.

Keywords: mass media, event journalism, semiosphere of media, social networks, informational event, unity of action.