

DOI: 10.12731/2218-7405-2013-4-22

УДК 159.9.072.5

МЕТОДЫ КРИТИЧЕСКОГО ОТРАЖЕНИЯ АСОЦИАЛЬНЫХ ЯВЛЕНИЙ В СМИ

Ложкина А.И.

Новизна исследования заключается в том, что автор впервые выявляет основные методы отражения и критики асоциальных явлений в журналистике. Дается определение вводимому понятию «методы критического отражения». Описываются возможности их применения. Предметом исследования являются методы репрезентации реальности в содержании периодических изданий. Теоретическая значимость исследования заключается в расширении представлений о методах, характеру и способу отображения существующей объективной, социальной реальности в средствах массовой информации. Апробация данных производилась на примере материалов российской общественно-политической и деловой газеты "Известия" за три исторических периода. Предпринята попытка сравнить предложенные методы, отражающие асоциальные явления, которые происходили в обществе в разные периоды истории страны. Результаты данного исследования могут прояснить границ асоциальности журналистики и позиции в освещении асоциальных явлений.

Ключевые слова: методы; критическое отражение; общественное мнение; манипуляция сознанием; асоциальные явления.

THE METHODS OF ASOCIAL PHENOMENA CRITICAL REFLECTION IN MASS MEDIA

Lozhkina A.I.

The novelty of the study is that the author first identifies the main methods of reflection and criticism of asocial phenomena in journalism. The introduced concept of "the methods of critical reflection" is identified." The features of method's application are described. The subject of study is the method of representation of reality in the content of periodicals. The theoretical value of the study is to increase understanding of the methods, the nature and method of displaying the existing objective social reality in the media. Testing was performed on the data sample materials of the Russian socio-political and business newspaper "Izvestia" three historical periods. An attempt was made to compare the proposed methods, reflecting asocial phenomena that have occurred in society in different periods of history. The results of this study may clarify the boundaries of asociality of journalism and position in light of asocial phenomena.

Keywords: methods; critical reflection; public opinion; manipulation of social consciousness; asocial phenomena.

Введение

СМИ играют немаловажную роль в жизни социума, отражая особенности социальных процессов, проблем и явлений, происходящих в нем. Одновременно с этим пресса внедряет в массовое сознание оценки сложившейся ситуации, которые формируют общественное мнение. В последние годы все острее звучит проблема ограничения некоторых методов в деятельности средств массовой информации, методов, позволяющих журналистам излишне увлекаться одними темами в ущерб другим. В своем арсенале журналистика имеют разнообразные

методы отражения социальной реальности. Мы будем рассматривать методы отражения асоциальных явлений в СМИ.

Методы критического отражения - это приемы, используемые (сознательно или бессознательно) авторами публикаций при отборе, обобщении и интерпретации фактов описываемой реальности, в зависимости от целей, стоящих перед ними. Это приемы, при помощи которых в тексте выражается оценка асоциальных явлений средствами художественной выразительности.

Материалы и методы

Среди ученых нет единства в том, какие методы эмпирического уровня следует считать методами критического отражения асоциальных явлений, поэтому они сформулированы и конкретизированы автором работы самостоятельно. Основания к формулировке некоторых методов, их описанию и типологизации были взяты у таких исследователей, как В.П. Кохановский [4], Е.Е. Пронина [7], Л.С. Салемгареева [8], М. Григорьев [3, с. 80] и А.А. Тертычный. [9, с. 77-79].

Для более детального и наглядного рассмотрения методов критического отражения асоциальных явлений средствами массовой информации мы проанализировали российскую газету «Известия» методом контент-анализа. Сопоставив печатные материалы, опубликованные за три периода существования издания: с января по декабрь 1975-го, с января по декабрь 1991 и 2009гг. В своем исследовании мы рассматривали те асоциальные явления, которые были описаны нами ранее в магистерской диссертации «Публичная сфера асоциального: методы критического отражения в средствах массовой информации (на примере газеты «Известия»)».

Результаты

В результате исследования мы определили следующие методы критического отражения асоциальных явлений:

Агрессии. Метод эмоционального воздействия на аудиторию посредством концентрации фактов насилия (сцен стрельбы, убийств, крови и т.п.), доходящей до информационного садизма. Метод основан на принципе фрейдизма, объясняющем подсознательный комплекс Танатоса (инстинкт смерти), в соответствии с которым сильнее всего привлечь внимание и интерес аудитории может зрелище смерти. 18 сентября 2002 года во время «Круглого стола» на тему «Специфика освещения российскими СМИ кризисных ситуаций. Пропаганда насилия», участники обсуждения заявили, что "российские СМИ превратили действительность в сериал ужасов" [6].

Гиббельса. Метод основанный на многократном повторении лжи для внедрения ее в массовое сознание в качестве непреложной истины. Этим же методом внушения пользуется и подавляющее большинство рекламных компаний многих бульварных газет.

Гедонический. Метод, в основе которого лежит удовольствие как высшая цель жизни (гедонизм – от латинского «наслаждение», «удовольствие») и осознанное отрицание ответственности, долга, запретов, идеалов [2]. Функция гедонического текста – удовольствие, развлечение, десакрализация ценностей и глумливость. Гедонистический текст запускает драйв-мышление, которое впоследствии приводит духовную сферу индивида и общества в целом к состоянию изначального хаоса.

Гиперболический. Метод усиления выразительности посредством явного и намеренного преувеличения. Применение гиперболы часто сочетается с такими стилистическими приёмами, как метафоры, сравнения и т.п.

Дедукции. Основывается на принципе процесса познания от общего к единичному. Характерной особенностью дедуктивного метода отражения реальности в журналистском тексте является то, что от истинных посылок автор идет не к вероятностному, а к истинному, достоверному заключению. Дедуктивные умозаключения позволяют из уже имеющегося знания получать

новые истины с помощью чистого рассуждения, без обращения к опыту, интуиции, здравому смыслу и т.п.

Замалчивания. Используя данный метод, автор публикации заостряет внимание аудитории на заведомо незначительном факте, делая его новостью №1, и в то же время «не замечая» событие большей значимости.

Игнорирования. Метод, в основе которого лежит строгий контроль информации. Журналист оставляет без внимания важные или значимые события и факты, он просто избегает ситуаций, способных вызвать реакцию аудитории.

Индукции. Основывается на принципе процесса познания от частного (опыта, фактов) к общему (к обобщению в выводах). Так как опыт по сути своей является неполным и поэтому бесконечным, то выводы, основанные на умозаклчениях и интуиции, всегда имеют вероятностный (проблематичный) характер. Индуктивные обобщения обычно рассматривают как эмпирические законы (опытные истины). Перенос частного факта в сферу общего. К примеру, рассказывая об убийстве студента, выразившего антифашистские взгляды, автор публикации обвиняет во всем неонацистов (русских фашистов). Утверждая это, он тем самым, вольно или невольно, свидетельствуют о существовании в стране организованного движения под названием «русский фашизм».

Коллажа. Данный метод основывается на применении технического приёма, используемого в изобразительном искусстве, при котором на подложку наклеиваются предметы и материалы, отличающиеся от основы по цвету и фактуре (коллаж от фр. Collage – наклеивание). Включая в публикацию разнородные материалы, автор достигает эффекта неожиданности, а также эмоциональной насыщенности и остроты произведения.

Критический. Данный метод построен на выявлении и осуждении негативных фактов и явлений жизни общества и является разновидностью публицистического жанра. Число критических статей резко увеличилось с

началом демократизации. Многие публикации, анализируя события прошлого, содержат резкие, зачастую охаивающие интонации.

Преуменьшения, литоты (от др.-греч. – простота, малость, умеренность). Метод заведомого преуменьшения значения, величины или силы изображаемого события или явления. Автор публикации сопоставляет два разнородных явления на основании какого-либо общего признака, но этот признак представлен в явлении-средстве сопоставления в значительно меньшей степени, нежели в явлении-объекте сопоставления.

Лояльности – благожелательное и корректное отображение происходящих событий, соблюдение (порой только внешнее, формальное) действующих законов, постановлений органов власти. Принципы лояльности:

- не подвергать сомнению решения руководства страны, правящей партии;
- не высмеивать, не отзываться уничижительно о политике и действиях первых лиц страны и госчиновников.
- не распространять слухи и сплетни о правительстве и руководстве;
- не обсуждать в публикациях внутреннее устройство правительства, их методы работы и т.д.

Метод **маскировки** применяется в журналистских материалах для того, чтобы ввести в заблуждение сторонников противоположного мнения по поводу реальных намерений автора публикации. Маскировка, несмотря на свою кажущуюся простоту, является важным инструментом журналиста. Факт использования данного метода в тексте удастся далеко не всегда, т.к. его суть – утаивать истинные мотивы.

Мистификации. Метод, при котором автор публикации выдает за действительное событие, которого на самом деле не было, лжесобытие. На использовании данного метода построена работа бульварной прессы. К примеру, «свидетельства» о сатанистских оргиях и жестоких ритуалах с

кровавыми жертвоприношениями давно набили оскомину и ничего, кроме отвращения или гнева в адрес авторов подобных публикаций, не вызывают.

Мифологичности. Метод использования в публикациях разного рода домыслов и слухов, ориентирующий, прежде всего, на иррациональную сторону человеческой психики: когда ищут не информации, а надежды; не фактов, а оценок; не логики, а исхода чувствам; не обоснованности, а панацеи от своих бед; не объективности, а поддержки и т. д. Характерной чертой мифологического текста является поэтизация. Мифологические тексты массовой коммуникации играют важную роль в поддержании системы духовных ценностей путем воспроизведения и обновления коллективных символов.

Нейтральности. Это метод отражения конфликта, не дающий каких-либо преимуществ ни одной из сторон конфликта. Данного метода придерживается в основном западная журналистика. По мнению Эрика Фихтелиуса, одного из самых известных и опытных репортеров Швеции, «журналист – не судья, облеченный полномочиями решать, кто прав, кто виноват, и не пророк, предрекающий простым смертным будущее» [10].

Профанации. Метод намеренного искажения фактов, опoшления каких-либо идей, «осквернение святыни». Считается, что профанация – это естественный процесс, связанный с особенностями человеческой психики. Самым ярким примером профанации XX века стала предложенная В.И. Лениным идея создания социалистического государства, которую в ходе истории неоднократно интерпретировали правящие структуры, в зависимости от политических тенденций.

Реалистический. Метод правдивого, объективного отражения социальной действительности и личности человека в его нерасторжимом единстве с общественными отношениями, располагающий необычайным многообразием способов подхода к действительности, способов обобщения, стилистических форм и приёмов.

Реконструкции. Метод восстановления картины произошедшего события, действия, явления. Данный метод применяется при подготовке материалов как информационных, так и аналитических и художественно-публицистических жанров. При этом следует иметь в виду, что реконструкция предполагает перестраивание, новую организацию, реставрацию отображаемых событий в зависимости от целей авторов публикации [1]. Журналистская реконструкция может быть оперативной, используемой для восстановления картины актуальных событий, и исторической, применяемой для изображения и анализа событий, ставших фактами истории.

Сатирический. Метод обличения асоциальных явлений посредством различных комических средств: пародии, иронии, сарказма, гротеска, аллегии, гиперболы и др. В сатирических публикациях высмеиваются явления жизни, представляющиеся автору порочными: индивидуальные или социальные сумасбродства и злоупотребления. Современная публицистика пользуется такими приемами обличения, как *инвектива*, *пародия* и др. К примеру, в резюме гардеробщика, ищущего работу в консерватории, значится "менеджмент в области учета и хранения материальных ценностей в сфере шоу-бизнеса", а уборщицы – "менеджер по освобождению офиса от добровольного отчуждения собственности". В сатирических публикациях широко используется юмор с целью «разбавления» прямой критики, и придания ей большей привлекательности.

Известинцы Р. Арифджанов и С. Мостовщиков трансформировали жанр фельетона в некий симбиоз журналистского расследования, репортажа, сатирического рассказа и пародии. Однако эти произведения не утрачивают фельетонной направленности, так как не теряют жанровых признаков классического фельетона - основаны на строгой фактической основе, с авторским подтекстом, в них наличествует ассоциативная тема, образы, картинки, используются сатирическое заострение темы и лирико-юмористическая интонация, присутствуют конкретные выводы [5].

Убеждения. Метод предполагает использование внушения. Автор публикации убеждает аудиторию в собственной компетентности, входя в доверие к ней, становясь своего рода альтер-эго аудитории. С этой целью читатель или зритель вводится в так называемое суггестивное состояние (реактивное поведение – поведение озадаченной толпы), при котором читатель, слушатель, зритель принимает на веру все, что ему преподносится, не требуя доказательств. На основе внушения построены все религии: «Не надо думать, надо верить». В убеждающем тексте предупреждения звучат свыше, как мнение наставника.

Устрашения. Метод «страшилок», при котором аудитория оказывается перед выбором меньшего из двух зол. Живописный рассказ об ужасах большего зла заставляет воспринимать меньшее почти как добро. Скажем, апеллирование некоторых СМИ к истории Третьего рейха (хотя, естественно, никакого отношения та история к нынешней ситуации в России и в мире не имеет).

Метод **фрагментации** заключается в делении потока информации на не связанные друг с другом отдельные фрагменты, вследствие чего потребители информации становятся не в состоянии сформировать правильную и полноценную картину мира или хотя бы выделить основную мысль, сосредоточиться на чем-то одном.

Обсуждение результатов

Представленные методы используются журналистами, исходя из собственных убеждений и настроения, темы публикации, ситуации, имеющих фактов, выбранного жанра. В результате исследования можно сделать следующие выводы:

Во-первых, посредством коммуникации с использованием специфических методов критического отражения действительности средствами массовой информации создается общественное мнение и формируется общественное сознание, то есть осуществляется манипуляция массовым сознанием как внутри

государства, так и за его пределами. Все зависит от того, кто фактически определяет информационный контент.

Во-вторых, существует целый ряд специфических методов отражения асоциальных явлений посредством СМИ, наиболее часто используемые среди которых – убеждения, воздействия, устрашения, замалчивания фактов, фрагментации, мистификации, критический, метод коллажа, индукции и дедукции. В рамках одной публикации может использоваться несколько методов.

В-третьих, индивидуум располагает определенным пространством для независимого формирования своего мнения относительно окружающей его действительности – собственной культурой.

Заключение

В современных средствах массовой информации количество материалов асоциальной направленности резко увеличилось, при этом методы, применяемые для освещения асоциальных явлений, не способствуют объективной и адекватной оценке их в социуме. Большую роль в характере и способах отображения существующей объективной реальности играет специфика издания, состав авторского коллектива и его руководство.

Список литературы

1. Кузнецов С. А. Большой толковый словарь русского языка. СПб.: Норинт, 2000. 1536 с.
2. Губский Е. Ф. Национальная философская энциклопедия. М.: Инфра-М, 1997. 576 с.
3. Григорьев М. Как рождаются слухи, или тонкости превентивной пропаганды в СМИ // Открытая политика. 1999. № 9-10. С. 80-88.
4. Кохановский В.П. Философия науки в вопросах и ответах. Ростов н/Д: Феникс. 2006. 352 с.

5. Матвейчев И. О пресловутых «грязных» методах и не только // ПолитТех:сайт, 2011. URL: <http://polittech.org/2011/04/07/о-пресловутых-«грязных»-методах-и-не-т/> (дата обращения: 14.02.2013).

6. Подлесова И. Журналистов поучили правильно писать // Известия. 2002. №169. URL: <http://main.izvestia.ru/community/article24070/> (дата обращения: 10.12.2012).

7. Пронина Е.Е. Психология журналистского творчества. М.: КДУ. 2006. 224 с.

8. Салемгареева Л.С. СМИ и общественное сознание: влияние, проблемы, технологии манипулирования // Вестник электронных и печатных СМИ. 2007. №2. URL:http://vestnik.ipk.ru/vip_2_salem.html/ (дата обращения: 30.01.2013)

9. Тертычный А.А. Для журналиста. Что такое реконструкция // Журналист. 2004. №4. С. 77-79

10. Фихтелиус Э. Десять заповедей журналистики. Мультипортал Юн-пресс: Стокгольм, Швеция, 1999. URL: http://www.journ.bsu.by/index.php?option=com_remository&Itemid=108&func=download&id=530&chk=c87bfe3ffc5dd611b1f8fd808115ba05&no_html=1&fname=Fichtelius_10_zapovedej.pdf/ (дата обращения: 30.01.2013).

References

1. Kuznetsov S. A. *Bol'shoy tolkovyy slovar russkogo yazyka* [The Great Explanatory Dictionary of the Russian Language]. SPb: Norint, 2000. 1536 p.

2. Gubskiy E.F. *Natsional'naya filosofskaya entsiklopediya* [The National Encyclopedia of Philosophy]. M: Infa-M, 1997. 576 p.

3. Grigorev M. *Otkrytaya politika* 39, no. 9-10 (1999): 80-88.

4. Kokhanovkiy V.P. *Filosofiya nauki v voprosakh i otvetakh* [Philosophy of Science in Questions and Answers]. Rostov n/D: Feniks, 2006. 352 p.

5. Matveychev I. *PolitTekh*. <http://polittech.org/2011/04/07/> (accessed February 14, 2013).
6. Pronina, E.E. *Psikhologiya zhurnalistского tvorchestva* [Psychology of Journalistic Creativity]. M: KDU, 2006. 224 p.
7. Podlesova I. *Izvestiya*, 2002, 169.
<http://main.izvestia.ru/community/article24070/> (accessed December 10, 2012).
8. Salemgareeva L.S. *Vestnik elektronnykh i pechatnykh SMI*, no. 2 (2007).
http://vestnik.ipk.ru/vip_2_salem.html (accessed January 30, 2013).
9. Tertychnyy A.A. *Zhurnalist*, no. 4 (2004): 77-79.
10. Fikhtelius E. *Yunpress*, (1999):
http://www.journ.bsu.by/index.php?option=com_remository&Itemid=108&func=download&id=530&chk=c87bfe3ffc5dd611b1f8fd808115ba05&no_html=1&fname=Fikhtelius_10_zapovedej.pdf (accessed January 30, 2013).

ДААННЫЕ ОБ АВТОРЕ

Ложкина Анастасия Ивановна, администратор сайта, магистр журналистики
Инновационный Евразийский университет
ул. Ломова, д.45, г. Павлодар, Павлодарская область, 140003, Казахстан
e-mail: nastyalozhkina@bk.ru

DATA ABOUT THE AUTHOR

Lozhkina Anastasiya Ivanovna, web-site administrator, Master of Journalism
Innovative University of Eurasia
45, Lomov str., Pavlodar, Pavlodar oblast, 140003, Kazakhstan
e-mail: nastyalozhkina@bk.ru

Рецензент:

Каирбекова Б.Д., директор Академии образования, доктор педагогических наук, профессор кафедры «Педагогика и психология» Инновационного Евразийского университета