

## Нарратив и аттракцион при подаче негативных новостей

Научный руководитель – Громова Екатерина Борисовна

*Нафиева Ниляра Рустемовна*

*Студент (магистр)*

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет журналистики, Кафедра зарубежной журналистики и литературы, Москва, Россия

*E-mail: nnr2198@mail.ru*

Два главных направления в журналистике на современном этапе - новости и развлечения. Масс-медиа недостаточно просто донести информацию до аудитории, им нужно добиться определенного эффекта. Актуальность данного исследования обуславливается рядом социально значимых факторов, важнейшим из которых является возможность и неизбежность манипулятивного воздействия на потребителя информации через формирование медийной повестки на телевидении с активным использованием в новостных выпусках негативной информации. В Интернете активно ведутся дискуссии по поводу негативной информации в новостях, есть публикации и в периодических изданиях. В качестве примера можно привести статью «Плохие новости. Как защититься от негативной информации?» [1], корреспонденцию «Как негативные новости влияют на наше самочувствие», опубликованную на сайте «Мир 24» [2]. Последствия регулярного воздействия негативных новостей на психическое здоровье описывают американские исследователи К. Грегуар на портале « Huff Post » [3] и С. Пинкер на сайте «The Guardian» [4]. В работе С. Пинкера приводится анализ журналистских материалов американской ежедневной газеты «New York Times» и результаты социологического опроса жителей США за 2016 год, где отмечено, что подавляющее большинство американцев внимательно следят за новостями об ИГИЛ - организации запрещенной в России. Причем 77 % опрошенных убеждены, что сирийские боевики представляют угрозу для целостности США [4]. Но можно ли считать информацию о сирийских боевиках негативной и что есть негативная информация (новость) с точки зрения теории журналистики?

О.В. Кукушкина в статье «Негативная информация: утверждение о факте или выражение мнения?» предлагает разграничивать форму подачи негативной информации и ее содержание, противопоставить понятия нарратива и аттракциона [5]. Нарратив в данном случае выступает как смысловой элемент текста, а аттракцион как эмоциональный. Аттракцион, по С.М. Эйзенштейну, есть «всякий демонстрируемый факт (действие, предмет, явление, сознательная комбинация и т.д.), известный и проверенный как нажим определенного эффекта на внимание и эмоцию зрителя» [6]. В отличие от позитивных новостей, которые вызывают улыбку и удовольствие, негативные приводят в действие цепь эмоциональных реакций зрителей (ступор, испуг, ошеломление, страх, ярость, апатию) и дают тем самым основания считать аттракцион фактором формирования негативной новости. Причем отношение к негативной информации у потребителей бинарное: с одной стороны, люди не хотят и устали видеть на экранах плохое, а с другой - получают удовольствие от новостей, благодаря которым испытывают шок.

Мы разделяем подход к определению негативных новостей, который был сформулирован Е.Е. Прониной: «Негативные новости - это те, которые сообщают о чем-то, что ухудшает жизнь людей или грозит ухудшением».

В нашем исследовании будет уместно провести параллель со всемирно скандальной историей публичного самоубийства в эфире американской тележурналистки Кристин Чаббак. 15 июля 1974 года она вела собственное ток-шоу на канале «WXLT-TV». На восьмой

минуте в эфире случилась накладка - анонсированный сюжет о стрельбе в ресторане не мог быть показан по техническим причинам. Узнав об этом, ведущая произнесла: «Поддерживая политику телекомпании «Channel 40's» - доносить до вас свежие смерти и кровь в ярких красках, вы станете первыми, кто увидит попытку суицида». Ведущая достала револьвер, приставила к голове и нажала на спусковой крючок.

Увлеченность негативными новостями не всегда позволяет беспристрастно взглянуть на их содержание и объективно оценить реальную необходимость в получении такого рода информации. Именно поэтому последствия влияния негативной новости на личность и социум должны изучаться представителями различных наук и научных направлений - психологами, социологами, теоретиками журналистики, медиалингвистами, специалистами по информационной безопасности и другими.

### Источники и литература

- 1) Неровнова Ю. Плохие новости. Как защититься от негативной информации // АиФ Здоровье. 20.06.2017. No 25.
- 2) Как негативные новости влияют на наше самочувствие. URL: <https://mir24.tv/news/14108102/kak-negativnye-novosti-vliyayut-na-nashe-samochuvstvie> (дата обращения: 01.06.2019).
- 3) Gregoire C. What constant exposure to negative news is doing to our mental health. URL: [https://www.huffpost.com/entry/violent-media-anxiety\\_n\\_6671732](https://www.huffpost.com/entry/violent-media-anxiety_n_6671732) (дата обращения: 01.06.2019).
- 4) Pinker S. The media exaggerates negative news. This distortion has consequences. URL: <https://www.theguardian.com/commentisfree/2018/feb/17/steven-pinker-media-negative-news> (дата обращения: 1.06.2019).
- 5) Кукушкина О.В. Негативная информация: утверждение о факте или выражение мнения? URL: <https://www.tipse.ru/jour/article/view/59/60#> (дата обращения: 01.06.2019).
- 6) Эйзенштейн С.М. За кадром: ключевые работы по теории кино. М.: Академический проект; Гаудеамус, 2016.