

СТРУКТУРА ИНФОРМАЦИОННОГО СОБЫТИЯ: ФАКТ, КОНТЕКСТ И ИНТЕРПРЕТАЦИЯ В МЕДИАДИСКУРСЕ

Галимов И.Ф., студент группы СГНЗ-84Б

Иманов Р.Н., студент группы СГНЗ-84Б

Московский государственный технический университет им. Н. Э. Баумана

*Научный руководитель: Гришнова Е.Е., доктор политических наук,
профессор кафедры «Информационная аналитика и политические технологии»*

Аннотация: В статье рассматривается информационное событие как сложный многослойный конструкт медиадискурса, формируемый на пересечении факта, контекста и интерпретации. Анализируются основные теоретические подходы к пониманию медиасобытия, представленные в работах Н. Лумана, П. Бурдьё, Р. Барта, Х. Уайта, И. Гофмана, Р. Энтмана, Дж. Лакоффа, а также в отечественных исследованиях медиасистемы и политического фрейминга.

Ключевые слова: информационное событие, медиа дискурс, нарратив, фрейм, медиареальность, семантическое моделирование, массовая коммуникация, цифровые медиа, интерпретация, дискурс-анализ.

Информационное пространство современного общества претерпевает фундаментальные изменения, связанные с развитием цифровых технологий, сетевых платформ и непрерывно функционирующих каналов коммуникации. Новость перестаёт быть локализованным и дискретным сообщением, существующим в пределах газетного номера или телевизионного выпуска, и превращается в элемент непрерывного потока данных, обновляемого в режиме реального времени. В подобных условиях возрастает значение не столько самой передачи информации, сколько механизмов её интерпретации, поскольку одно и то же событие может получать принципиально различные, а зачастую и противоположные трактовки в зависимости от особенностей медиасреды, идеологических установок источника и используемых коммуникативных стратегий. В результате событие в медиапространстве существует не как объективно зафиксированный факт, а как сложная совокупность текстовых, визуальных и символических репрезентаций, формирующих определённый способ понимания реальности.

Подобная трансформация приводит к необходимости переосмысления самого понятия события в контексте медиакommunikации. В традиционном понимании событие представляет собой определённое изменение социальной или физической реальности, обладающее завершённостью и значимостью. Однако в медиа дискурсе событие существует преимущественно в форме знаковых конструкций – текстов, изображений, коммента-

риев и интерпретаций, – что позволяет рассматривать его как результат сложного процесса символического конструирования. Информационное событие в этом смысле представляет собой не прямое отражение реальности, а особую форму её медийной организации, в рамках которой факты включаются в систему нарративов, фреймов и оценочных стратегий.

Одним из первых теоретических подходов, позволивших описать данный процесс, стала теория новостных ценностей Й. Галтунга и М. Руге [11]. Исследователи показали, что попадание события в медиа повестку определяется не его объективной значимостью, а степенью соответствия набору критериев, выработанных самой медиасистемой. К числу таких критериев относятся конфликтность, неожиданность, персонализация, негативность, культурная близость и возможность драматизации. Уже на этапе отбора событий происходит их первичная смысловая трансформация: из множества процессов, происходящих в социальной реальности, медиа выбирают лишь те, которые соответствуют логике новостного производства и способны привлечь внимание аудитории. Следовательно, событие в медиапространстве не существует как нейтральный факт, а является результатом селекции и структурирования.

Применительно к российскому медиапространству данные критерии отбора были верифицированы эмпирически: отечественные исследования подтверждают, что логика новостного производства в российских СМИ в целом воспроизводит универсальные новостные ценности, хотя и с поправкой на специфику национального медиарынка и редакционной культуры [9].

Наиболее радикальное развитие эта идея получила в теории Никласа Лумана. В работе «Реальность массмедиа» он рассматривает медиа как аутопоетическую систему [5], функционирующую на основе собственного бинарного кода «информация/не информация». С точки зрения Лумана, массмедиа не транслируют реальность непосредственно, а создают собственное пространство коммуникации, внутри которого информация существует постольку, поскольку она включена в процессы медийного воспроизводства. Реальность массмедиа представляет собой своеобразное удвоение социальной реальности: общество воспринимает мир преимущественно через медиа формы коммуникации, а сами медиа начинают определять, какие события являются значимыми и заслуживают общественного внимания.

В данной перспективе информационное событие оказывается не объективным происшествием, а результатом включения определённого факта в систему медийных операций. Событие существует в публичном пространстве только в той мере, в какой оно становится частью коммуникационного процесса и продолжает воспроизводиться в текстах, комментариях и интерпретациях. Значимость события определяется не са-

ним фактом, а интенсивностью и продолжительностью его циркуляции в медиасреде.

Сходную позицию, но с акцентом на институциональный аспект функционирования власти, занимает Пьер Бурдьё. В работе «О телевидении» он подчёркивает, что медиа события формируются под воздействием символической власти, редакционных практик и коммерческой логики рейтингов [1]. Журналистское поле структурировано конкуренцией за внимание аудитории, что приводит к драматизации, стандартизации и упрощению сложных социальных процессов. Средства массовой информации, по Бурдьё, обладают способностью определять границы общественной видимости, решая, какие события становятся частью публичного дискурса, а какие остаются за его пределами.

Информационное событие в этой логике представляет собой результат взаимодействия институциональных ограничений, профессиональных стратегий журналистов и рыночных механизмов медиа производства. События, не обладающие высокой степенью зрелищности или эмоциональной насыщенности, часто оказываются исключёнными из медиа повестки независимо от их реальной социальной значимости. Напротив, отдельные происшествия могут получать гипертрофированное освещение исключительно благодаря своей способности вызывать эмоциональную реакцию аудитории.

Для понимания механизмов смыслового конструирования события особое значение приобретают понятия нарратива и фрейма. Нарратив в гуманитарных науках традиционно рассматривается как универсальная форма организации человеческого опыта. Ролан Барт в работе «Введение в структурный анализ повествовательных текстов» показывает, что повествование является базовым способом упорядочивания реальности [10]. События приобретают смысл только тогда, когда они включаются в определённую сюжетную структуру, выстраиваются в причинно-следственную последовательность и получают внутреннюю логическую завершённость.

В медиа дискурсе нарратив выполняет функцию организации информационного события в форму связного рассказа. Даже краткое новостное сообщение неизбежно содержит элементы повествовательной структуры: обозначение действующих лиц, описание конфликта, причин происходящего и предполагаемых последствий. Через подобную организацию медиа формируют у аудитории определённую картину реальности.

Хейден Уайт в работе «The Content of the Form» развивает эту идею, показывая, что нарратив никогда не является нейтральной формой передачи информации [15]. Сам выбор сюжетной логики уже представляет собой акт интерпретации. Повествование предполагает распределение ролей

между участниками событий, выделение героев, жертв, виновников и спасителей, а также имплицитную моральную оценку происходящего. Таким образом, информационное событие существует в медиа не как набор фактов, а как определённым образом организованный рассказ.

Мануэль Кастельс, анализируя коммуникационные процессы сетевого общества, подчёркивает, что современное публичное пространство представляет собой арену конкуренции нарративов [4]. Различные политические, медийные и общественные акторы стремятся закрепить собственную версию событий как доминирующую интерпретацию реальности. Контроль над нарративом становится формой символической власти, влияющей на общественное восприятие происходящего и политическое поведение аудитории.

Важную роль в исследовании медиадискурса играет анализ структурных и институциональных условий, в которых формируются медиа-события. Отечественные исследователи медиасистемы фиксируют, что в условиях цифровой трансформации медиaprостранства принципиально меняются не только каналы распространения информации, но и механизмы отбора, интерпретации и иерархизации событий [2]. Архитектура современных медиаплатформ, алгоритмические фильтры и редакционные практики совместно определяют, какие события обретают публичную видимость, а какие остаются на периферии общественного внимания. В этом контексте особое значение приобретает вопрос о том, как институциональная логика медиасистемы соотносится с когнитивными механизмами восприятия информации аудиторией. Анализ политического фрейминга показывает, что устойчивые интерпретационные схемы формируются не спонтанно, а воспроизводятся через систему профессиональных медиапрактик и редакционных конвенций [6].

Если нарратив задаёт общую сюжетную структуру события, то фрейм определяет способы интерпретации его отдельных элементов. Понятие фрейма было разработано Ирвингом Гофманом в работе «Frame Analysis» [12]. Гофман рассматривал фреймы как когнитивные схемы, позволяющие индивидам организовывать опыт и интерпретировать происходящее. Фрейм задаёт интерпретационную рамку, внутри которой событие получает определённый смысл. В медиакommunikации теория фреймов получила развитие в работах Роберта Энтмана. Он определяет фреймирование как процесс выделения отдельных аспектов реальности и придания им повышенной значимости в коммуникационном тексте. Фреймирование позволяет формировать у аудитории определённое понимание проблемы, её причин, моральной оценки и возможных способов решения.

Одно и то же событие может интерпретироваться через различные фреймы, формируя принципиально разные когнитивные и эмоциональ-

ные реакции аудитории. Так, миграционные процессы могут описываться как «гуманитарный кризис» или как «угроза национальной безопасности». Экономические реформы могут представляться как «модернизация» либо как «сокращение социальных гарантий». Выбор фрейма определяет не только смысловое содержание события, но и допустимые формы общественной реакции на него. Особую глубину теории фреймов придал Джордж Лакофф, связавший фреймы с концептуальными метафорами и глубинными когнитивными структурами [14]. Согласно Лакоффу, фреймы функционируют преимущественно на дорациональном уровне и определяют сам способ восприятия информации. Активированный фрейм начинает организовывать дальнейшее понимание происходящего, делая одни интерпретации интуитивно естественными, а другие – трудно воспринимаемыми.

Существенную роль в структуре информационного события играет контекст. Контекст включает исторические, политические, культурные и технологические условия, в рамках которых осуществляется восприятие события. Ни одно сообщение не интерпретируется изолированно: аудитория всегда соотносит новую информацию с уже существующими знаниями, коллективной памятью и актуальной общественной повесткой. Контекст определяет границы допустимых интерпретаций. Одни и те же действия могут восприниматься как легитимные или противоправные, героические или агрессивные в зависимости от политической и культурной среды. Через апелляцию к историческим аналогиям, национальным символам и коллективному опыту медиа придают своим интерпретациям дополнительную убедительность.

Особое значение в условиях цифровой среды приобретает медиа контекст. Социальные сети, алгоритмические рекомендательные системы и персонализированные информационные потоки приводят к фрагментации медиaprостранства. Пользователи всё чаще существуют внутри информационных пузырей, в рамках которых они сталкиваются преимущественно с интерпретациями, соответствующими их уже существующим взглядам.

Подобная фрагментация приводит к возникновению множественных параллельных медиареальностей. Одно и то же событие может одновременно существовать в совершенно различных интерпретационных режимах, практически не пересекающихся между собой. В результате информационное событие становится полем конкуренции нарративов, фреймов и идеологических стратегий. Данные процессы вписываются в более широкую тенденцию «пересборки» медиасистемы, при которой традиционные институциональные границы между производителями и потребителями контента размываются, а платформы становятся самостоятельными акторами информационного пространства [3].

В условиях высокой интенсивности информационных потоков возрастает значение формализованных методов анализа медиа дискурса. Одним из наиболее перспективных направлений становится семантическое моделирование информационного события. Подобный подход предполагает представление события как системы взаимосвязанных сущностей, действий, атрибутов и интерпретационных связей.

Проблема определения информационного события тесно связана с вопросом о соотношении факта и интерпретации в медиа дискурсе. Традиционная журналистская парадигма длительное время основывалась на представлении о возможности объективного отражения реальности средствами массовой информации. В рамках подобного подхода журналистика рассматривалась как механизм передачи фактов аудитории, а основным профессиональным принципом провозглашалась нейтральность. Однако, развитие критических исследований медиа показало ограниченность данной модели. Любое сообщение неизбежно связано с выбором, структурированием и интерпретацией информации. Уже сам процесс определения того, что именно считать событием, предполагает наличие определённых критериев значимости в определённой системы ценностей.

В этой связи особое значение приобретает различие между событием как фактом реальности и событием как элементом медиакommunikации. Вне медийного пространства множество социальных процессов остаются невидимыми для широкой аудитории, несмотря на их объективное существование и потенциальную значимость. Событие становится общественно значимым только тогда, когда оно получает символическую форму и включается в коммуникационные процессы. Таким образом, медиа дискурс выполняет не только отражающую, но и конституирующую функцию: он не просто описывает события, а участвует в их общественном производстве.

Данная логика особенно заметна в условиях цифровой медиасреды, где скорость распространения информации и конкуренция за внимание аудитории приводят к постоянной трансформации критериев новостной значимости. Если в традиционной журналистике существовали относительно устойчивые институциональные механизмы отбора и верификации информации, то современное медиaprостранство характеризуется высокой степенью фрагментации и децентрализации. В производстве информационных событий участвуют не только профессиональные журналисты, но и блогеры, пользователи социальных сетей, политические акторы, алгоритмические системы рекомендаций и автоматизированные новостные агрегаторы.

Подобная трансформация медиасреды приводит к изменению структуры публичной коммуникации. Информационное событие пере-

стаёт быть линейным сообщением, распространяемым от институционального источника к массовой аудитории, и превращается в динамическую сеть взаимосвязанных реакций, комментариев, репостов и интерпретаций. Каждый новый акт коммуникации способен модифицировать исходный смысл события, смещая акценты и изменяя контекст его восприятия. Особое значение в этой системе приобретают механизмы символического упрощения.

Персонализация выступает одним из важнейших механизмов организации информационного события. Сложные структурные процессы значительно легче воспринимаются аудиторией, когда они связываются с действиями конкретных лиц. В результате внимание медиа дискурса смещается с системных факторов на индивидуальных акторов. Политические кризисы начинают интерпретироваться через личностные характеристики лидеров, а общественные конфликты – через действия отдельных участников. Подобная логика усиливает эмоциональную вовлечённость аудитории, но одновременно способствует упрощению понимания социальных процессов.

Ролан Барт в своих исследованиях массовой культуры показывает, что медийные тексты функционируют как системы мифологизации реальности. Через устойчивые символические конструкции и повторяющиеся сюжетные схемы медиа создают иллюзию естественности определённых идеологических представлений. Подобная мифологизация особенно заметна в политическом дискурсе, где отдельные события начинают интерпретироваться как подтверждение заранее существующих мировоззренческих моделей. Информационное событие в этом контексте можно рассматривать как особую форму символической организации коллективного опыта. Через медиа репрезентации общество не только получает сведения о происходящем, но и вырабатывает общие способы интерпретации социальной реальности.

Фреймирование играет в этом процессе ключевую роль, поскольку именно через систему фреймов осуществляется селекция значимых аспектов события. Роберт Энтман подчёркивает, что фреймы выполняют функцию организации внимания аудитории [13]. Медиа не могут представить событие во всей его сложности, поэтому они неизбежно выделяют отдельные элементы как центральные и значимые. В результате аудитория воспринимает событие через ограниченный набор интерпретационных схем. Важной особенностью фреймов является их способность функционировать имплицитно. В большинстве случаев фрейм не проговаривается напрямую, а задаётся через совокупность лексических, композиционных и визуальных решений. Именно поэтому фреймирование часто воспринимается аудиторией как естественный способ описания реальности, а не как результат определённого коммуникативного

выбора. Джордж Лакофф связывает подобный эффект с особенностями когнитивной организации мышления. По его мнению, человек воспринимает информацию не в форме изолированных фактов, а через систему концептуальных схем и метафор. Эти схемы структурируют восприятие ещё до рационального анализа сообщения. В результате изменение фрейма способно радикально трансформировать интерпретацию события даже при сохранении фактической основы.

Особую роль в современном медиапространстве играет алгоритмическая организация коммуникации. Цифровые платформы используют алгоритмы ранжирования и персонализации контента, определяющие, какие сообщения получают более широкое распространение. Это приводит к тому, что видимость информационного события начинает зависеть не только от журналистских практик, но и от технической архитектуры платформ. Алгоритмы ориентированы преимущественно на показатели вовлечённости аудитории, что создаёт дополнительные стимулы для распространения эмоционально насыщенного и конфликтного контента. В результате информационные события всё чаще конструируются в логике максимизации внимания, а не передачи объективной информации.

Подобные процессы тесно связаны с феноменом постправды, при котором эмоциональная убедительность сообщения начинает играть большую роль, чем его фактическая достоверность. В условиях информационного перенасыщения аудитория нередко ориентируется не на проверку фактов, а на соответствие сообщения уже существующим убеждениям и эмоциональным ожиданиям. Это усиливает значение нарративов и фреймов как инструментов организации медиареальности. Постправда не означает полного исчезновения фактов, однако меняет саму структуру их общественного функционирования. Факты становятся элементами конкурирующих интерпретационных систем, каждая из которых стремится представить собственную версию событий как единственно достоверную. В результате информационное событие оказывается не точкой консенсуса, а объектом постоянной символической борьбы.

Важным направлением исследования информационных событий становится анализ интертекстуальности медиа дискурса. Любое новое событие интерпретируется через соотнесение с уже существующими сюжетами, образами и историческими аналогиями. Медиа постоянно включают текущие события в более широкие символические ряды, что позволяет аудитории быстрее распознавать смысл происходящего. Интертекстуальность способствует устойчивости определённых нарративов, поскольку повторяющиеся символические схемы начинают восприниматься как универсальные модели объяснения реальности. Например, политические кризисы могут описываться через аналогии с историческими революциями, международные конфликты – через метафоры холодной войны, а

экономические процессы – через циклические модели кризиса и восстановления.

В этой связи информационное событие следует рассматривать не как изолированное сообщение, а как элемент более широкой системы медиа дискурса. Его смысл формируется через взаимодействие с другими текстами, визуальными образами, культурными кодами и идеологическими установками. Анализ события требует учёта не только непосредственного содержания сообщений, но и тех символических структур, в которые они включены.

Литература и источники:

1. Бурдьё П. О телевидении и журналистике. М.: Прагматика культуры, 2002.
2. Вартанова Е.Л. (ред.) Медиасистема России: учебник. 2-е изд., испр. М.: Аспект Пресс, 2021. 424 с.
3. Вартанова Е.Л. Пересборка медиа: актуальные процессы трансформации в условиях цифровизации // Меди@льманах. 2023. № 3. С. 8–16.
4. Кастельс М. Власть коммуникации / пер. с англ. Н.М. Тылевич; под науч. ред. А.И. Чёрных. 3-е изд. М.: Изд. дом ВШЭ, 2020. 594 с.
5. Луман Н. Реальность массмедиа. М.: Праксис, 2005.
6. Пономарёв Н.Ф. Особенности политического фрейминга в западных медиатекстах // Russian Linguistic Bulletin. 2024. № 56. С. 18–25.
7. Противодействие фальсификации истории великой отечественной войны / Бочарников И.В., Суздалева Т.Р., Федоров К.В., Криворучко А.А., Петренко А.И., Зеленков М.Ю., Кандыбович С.Л., Разина Т.В., Овсянникова О.А., Трипольский В.Б. Москва, 2020.
8. Ремарчук В.Н. Информационно-аналитическая деятельность: проблемы и перспективы // Вестник Академии военных наук. 2023. № 1 (82). С. 31–35.
9. Россошанский А.В. «Новостные ценности» российских СМИ // Изв. Сарат. ун-та. Нов. сер. Сер. Социология. Политология. 2013. № 4.
10. Barthes R. An Introduction to the Structural Analysis of Narrative // New Literary History. 1975. Vol. 6. No. 2. P. 237–272.
11. Galtung J., Ruge M. The Structure of Foreign News // Journal of Peace Research. 1965. Vol. 2. No. 1.
12. Goffman E. Frame Analysis: An Essay on the Organization of Experience. Cambridge: Harvard University Press, 1974.
13. Entman R. Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm // Journal of Communication. 1993. Vol. 43. No. 4.
14. Lakoff G. Moral Politics: How Liberals and Conservatives Think. Chicago: University of Chicago Press, 2002.
15. White H. V. The Content of the Form: Narrative Discourse and Historical Representation. Baltimore: The Johns Hopkins University Press, 1987.