

НОВЫЕ И СТАРЫЕ МЕДИА В УСЛОВИЯХ КРИЗИСА: ИГРА НА ВЫБЫВАНИЕ

*Пронина Е.Е., д. филол. н., к. психол. н., профессор
МГУ им. М.В. Ломоносова*

Аннотация

В статье сравниваются информационные стратегии новых и старых медиа в условиях пандемии коронавируса с точки зрения требований информационно-психологической безопасности и задач медиатерапии. Отмечается несоответствие институциональных медиа требованиям времени, обнаружившаяся неспособность традиционных СМИ оказать психологическую и моральную поддержку национальной аудитории. Выявляется действительная причина кризиса современного института СМИ – манипулятивный характер коммуникации.

Ключевые слова: новые медиа, Я-медиа, личные медиа, медиатерапия, СМИ и пандемия

The article compares information strategies of new and old media in the context of the coronavirus pandemic in terms of information and psychological security requirements and media therapy tasks. There is a discrepancy between the institutional media and the requirements of the time, as well as the inability of traditional media to provide psychological and moral support to the national audience. The real reason for the crisis of the modern media institution is revealed-the manipulative nature of communication.

Keyword: new media, I-media, personal media, media therapy, media and the pandemic

Кризис ударил по многим. Ударил он и по печатным СМИ. Сигналы SOS приходят сегодня из разных частей мира. Тревожные заголовки шокируют:

«Коронавирус – идеальное оружие против газет». Исчезнут ли печатные СМИ после эпидемии?[1]

Так, «жертвами» коронавируса в Америке стали не только небольшие местные издания, которые бесплатно распространялись в кафе и бистро, но и гиганты медиаотрасли вроде Playboy.

Во Франции региональные газеты стали заметно тоньше, покупать их стали реже, а часть журналистов ключевых изданий – Midi-Libre, le Télégramme, Ouest-France и Le Parisien – были отправлены в неоплачиваемый отпуск. На фоне эпидемии прекратила выпуск 15 региональных изданий газеты Sud-Ouest.

В Великобритании впервые за 116 лет не вышла газета County Down Spectator. Прекратился выход и других местных газет.

Похожая тенденция наблюдается и в России. Во время эпидемии некоторые издания, в том числе «Ведомости», отказались от выпуска печатной версии. Через несколько недель после введения карантина в России закрылся известный журнал «Русский репортер».

В чем же причины этих потрясений. В настоящее время называются три:

1) Уход рекламодателей, которые не захотели видеть названия компаний рядом с негативными новостями о пандемии.

Как утверждают аналитики из Брукингского института в Вашингтоне, для рекламодателя «коронавирус» превратился в стоп-слово. Другой повестки своим читателям СМИ предложить не захотели и не смогли. Главный редактор французской газеты Sud-Ouest Жан-Пьер с горечью констатирует: «Местные новости пропали, все говорят только о коронавирусе, и информация повторяется. А объем рекламы упал от 100 до нуля» [1].

2) Уход аудитории в онлайн среду.

Глава издания Play Boy, как и многие другие издатели и представители медиабизнеса, признает, что «привычки читателей менялись уже некоторое время», и кризис просто ускорил переход аудитории в цифровое пространство. Надеясь на лучшее, глава издания, постарался поддержать репутацию: «Иногда нужно отпустить прошлое, чтобы обрести будущее» [1].

3) Невозможность покупать газеты в киосках из-за карантинных мероприятий.

Так, на неделю была остановлена продажа прессы в Санкт-Петербурге, чтобы избежать риска заражения посредством «передачи из рук в руки». Правда, после обращения ведущих издателей к губернатору, запрет отменили, газеты и журналы даже включили в список товаров первой необходимости. Однако неизвестно, помогут ли такие меры дальнейшему падению тиражей изданий.

Хотя издатели пытаются не падать духом и даже выражать сдержанный оптимизм: «*Мы вернемся. Местная пресса сейчас обладает такой же ценностью, как и в 1904 году*» (выразил надежду редактор английской газеты County Down Spectator) [1], – думается, не все так просто, как кажется, и кризис все же не причина, а катализатор процессов, которые начались давно.

С момента появления формата Web 2.0 (более десяти лет назад) издатели, менеджеры и исследователи стали бить тревогу, отмечая неуклонное снижение аудитории традиционных, так называемых, «старых», медиа. Да и могло ли быть иначе, когда появились «новые медиа», принципиально отличные от старых.

К новым медиа обычно относят «проекты и сервисы, активно развиваемые и улучшаемые **самими пользователями**: блоги, вики-

проекты, социальные сети и т. д.» [2]. Особенность новых медиа, по мнению Тима О'Рейли, одного из идеологов технологии Web 2.0, в том, что такие медиа «становятся тем лучше, чем больше людей ими пользуются» [2].

Активное включение аудитории в создание и распространение медиаконтента окончательно разделило СМИ: на официальные, «медиаинституты» – и личные, Я-медиа. И одни, похоже, восприняли цифровые технологии как возможность усилить «идеологическую обработку» аудитории, вывести пропаганду на новый тотальный уровень [3] и продолжить борьбу за власть «с большей эффективностью», а другие – как возможность самореализоваться в новом мире, с одной стороны, и освободиться от идеологического давления, с другой, и непосредственно перешли к самоинформированию, и даже к самостоятельной проверке достоверности информации, в том числе той, что предлагается «большими медиаинститутами».

С течением времени это размежевание становилось все заметнее. Даже привычные ко всему политики, записные политтехнологи и лояльные медиаисследователи стали пренебрежительно именовать журналистику больших СМИ как «стадную» и «мусорную» [4], которая не гнушается прибегать к откровенным фальсификациям, грязным скандалам и наглой клевете. Обычным стало открытое участие «уважаемых» изданий в информационных войнах на той или иной стороне в интересах спонсоров и собственников.

Все это было известно и до разгула пандемии и только механизм психологического «отрицания» препятствовал наступлению окончательной ясности. Пандемия, если воспользоваться метафорой, сорвала еще один покров с современных медиаинститутов. Оказалось, что социальный институт СМИ, пользующийся положенными прерогативами и предпочтениями со стороны общества и государства, не способен оказать необходимую морально-психологическую поддержку населению, осуществить функции медиатерапии. Авторы газетных статей (неважно в печатном или цифровом формате, он-ли офф-лайн), составители информационных выпусков, ведущие ток-шоу уважаемых СМИ как будто соревнуются за то, чтобы представить информацию в наиболее устрашающем виде. Достаточно взглянуть на заголовки в любой из дней карантина:

«Терпят невыносимые боли»: как жесткий карантин запугал людей [5] (Газета.ru)

«Просто смерть»: какие вредные привычки притягивают COVID-19 [6] (Газета.ru).

ГОСы и диплом: почему студентам стоит опасаться онлайн-формата [7] (Газета.ru).

Лекарство станет ядовитее, чем сама болезнь [8] (Россия 1, МК.ру, РИА Новости).

Морг вместо катка: Европе некуда девать жертв COVID-19 [9] (Газета.ру).

Зараженные бананы и горы трупов: что известно о китайском вирусе [10] (Утро.ру).

Группы привозят в парк: как россияне переживают эпидемию в США [11] (Газета.ру).

Погибнут миллионы: страшный прогноз о жертвах коронавируса [12] (Утро.ру).

Заголовки и анонсы иллюстрируются самыми «впечатляющими» фото и видео в сопровождении тревожной, напряженной музыки; ведущие задают вопросы так, чтобы вызвать ощущение хаоса и полной неопределенности, взвинтить страхи до уровня фобий, посеять сомнения («В жестком карантине мы можем наскочить на ситуацию, когда лекарство станет ядовитее, чем сама болезнь», — рассуждает эксперт в эфире шоу «60 минут» на канале Россия 1 от 13.04.2020 [13]), сулят «библейский голод» и «апокалипсис» (*Мир на пороге апокалипсиса? Распространение COVID-19 невозможно предсказать. 60 минут от 22.04.20* [14]).

Не лучше и другие стратегии. СМИ то неизвестно чему радуются, переходя на сарказм: «Уральский бизнес подхватил коронавирус» [15], «Беженцам разошлась «грязная» Европа» [16], то начинают восторгаться положением дел в России и неумеренно хвалить тех или иных функционеров и начальников; то наперебой сообщают о повышенном спросе на отдельные продукты: чеснок, имбирь и лимон, — предрекают неминуемый дефицит, вслед за чем цены на эти товары предсказуемо взлетают.

Издатели и журналисты как будто никогда не слышали о психологической и информационной травме, принципах подачи стрессогенной информации, копинг-стратегиях (стратегиях совладающего поведения), медиатерапии [17, 18]. Спеша собрать «жатву» в виде ажиотажа и паники, они «живописуют» ужасы пандемии так же, как некогда расцвечивали скандалы и «жареные факты» в надежде добиться хайпа.

Но морально-психологическую поддержку аудитория все же получила. Медиатерапия стала мощным средством психологической адаптации и мобилизации на преодоление трудностей. Все возможные копинг-стратегии сегодня можно найти... в социальных сетях (VK, WhatsApp, FB, Instagram и др.). Именно здесь люди обсуждают свои тревоги, советуются, делятся полезной информацией (проблемно-ориентированный копинг), рассказывают о способах создания защитных масок в домашних условиях [19], находят различные формы

эмоционального совладания: переключение (делятся ссылками на вебинары театров и музеев, тренинги, дистанционное обучение), занимаются творчеством (как флэш-моб ИЗОизоляция [20]), ищут положительные стороны в сложившейся ситуации [21], оказывают психологическую помощь (группы психологической поддержки [22]), обращаются к смыслу и высшим ценностям [23], и конечно, к юмору (как форме разрядки и дистанцирования). Такого количества анекдотов и юмористических видео уже давно не было. При этом национальных границ для распространения информации практически не существует, контент свободно перемещается по социальным сетям из одной страны в другую. Самые удачные ролики, попадают пользователям в социальные сети быстрее, чем в большие СМИ и на телевидение. Так, сюжет о финском полицейском, который поет «Я люблю тебя, жизнь» на опустевших в карантин улицах города, попал на телевидение спустя несколько дней после того, как разошелся в Интернете и соцсетях [24].

Думается, что испытание, выпавшее на долю наших современников, сорвало маски со многих политиков, представителей бизнеса, медиаиндустрии и целых социальных институтов. И вряд ли оправдаются надежды издателей вернуть себе интерес аудитории, оставляя все как есть. Но вряд ли поможет и переход изданий в цифровой формат, «интервью по FaceTime и съемки для обложки через веб-камеру» [1]. Измениться должно само отношение к аудитории, которая больше не нуждается в учителях, руководителях и политтехнологах. Чтобы выжить, у «старых медиа» есть только один шанс – стать полезными свободной самоорганизующейся аудитории, людям, умеющим решать свои проблемы самостоятельно.

Список использованной литературы:

1. «Коронавирус – идеальное оружие против газет». Исчезнут ли печатные СМИ после эпидемии?// rfi. 15.04.2020. <http://www.rfi.fr/ru/в-мире/20200415-сша-пресса-коронавирус>
2. Википедия. Веб 2.0. https://ru.wikipedia.org/wiki/Веб_2.0
3. *Кириченко А. С., Пронина Е. Е.* Постправда: патогенез медиавируса // Материалы международной конференции, посвященной О.В. Афанасьевой. — Москва: Москва, 2019. — С. 33–41.
4. «Мусорная журналистика»: Трамба обрадовало разоблачение CNN.// Экономика сегодня. 01.07.2017. <https://rueconomics.ru/257893-musornaya-zhurnalistika-trampa-obradovalo-razoblachenie-cnn>
5. “Терпят невыносимые боли”: как жесткий карантин запугал людей . // Газета.ru. 14.04.2020. <https://www.gazeta.ru/social/2020/04/14/13047991.shtml>
6. “Просто смерть”: какие вредные привычки притягивают COVID-19// Газета.ru. 14.04.2020. <https://www.gazeta.ru/social/2020/04/14/13048537.shtml>
7. ГОСы и диплом: почему студентам стоит опасаться онлайн-формата// Газета.ru. 14.04.2020. <https://www.gazeta.ru/social/2020/04/14/13048225.shtml>

8. Инфекционист объяснил опасность жесткого карантина. Лекарство станет ядовитее, чем сама болезнь. //МК.ru. 14.04.2020.
<https://www.mk.ru/social/2020/04/14/infekcionista-obyasnil-opasnost-zhestkogo-karantina.html>
9. Морг вместо катка: Европе некуда девать жертв COVID-19//Газета.ru. 23.03.2020.
<https://www.google.ru/amp/s/m.gazeta.ru/amp/social/2020/03/24/13019905.shtml>
10. Зараженные бананы и горы трупов: что известно о китайском вирусе. //Утро.ru. 29.01.2020. <https://utro.ru/life/2020/01/29/1433410.shtml>
11. Трупы привозят в парк: как россияне переживают эпидемию в США.// Газета.ru. 10.04.2020.
https://www.google.ru/amp/s/m.gazeta.ru/amp/sport/2020/04/10/a_13043683.shtml
12. Погибнут миллионы: страшный прогноз о жертвах коронавируса // Утро.ru. 06.03.2020.
<https://www.google.ru/amp/s/utro.ru/amp/internet/2020/03/06/1437745.shtml>
13. Ток-шоу «60 минут» от 13.04.2020.
https://www.youtube.com/watch?v=7MAdFs_vRQ8
14. Ток-шоу «60 минут» от 22.04.2020.
<https://www.youtube.com/watch?v=iwWB2ClpEZ0>
15. Уральский бизнес подхватил коронавирус //Коммерсантъ (Екатеринбург) №41 от 06.03.2020. <https://www.kommersant.ru/doc/4277450>
16. Беженцам разонравилась «грязная» Европа // Комсомольская правда. 06.04.2020.
<https://www.kp.ru/daily/27113/4192705/>
17. Пронина Е. Е. СМИ и социальный стресс // Журналистика для здоровья нации. Человеческий потенциал в российском медиадискурсе. — Т. 3. — Факультет журналистики МГУ, 2018. — С. 71–84.
<https://istina.msu.ru/publications/article/126549575/>
18. Пронина Е. Е. Информационная война и коллективные стрессовые состояния // Психическое здоровье человека и общества. Актуальные междисциплинарные проблемы. Научно-практическая конференция (30 октября 2017 г., Москва): Сборник материалов / под ред. Костюка. — КДУ, Университетская книга М, 2018. — С. 592–602. <https://istina.msu.ru/publications/article/156561319/>
19. Защитная маска от вируса! Как сделать за минуту! Virus protection mask! How to do it in a minute! <https://www.youtube.com/watch?v=5JG9prqwWB8>
20. ИЗОизоляция. <https://fishki.net/3277314-shedevralynaja-izoizoljacija-luchshij-sposob-izuchity-iskusstvo---vosproizvesti-ego.html>
21. Венеция, италия, вода, каналы, экология, коронавирус. Во всём надо искать плюсы. Вода в каналах Венеции стала чище после введения карантина. Местные жители начали замечать рыб, лебедей и дельфинов. // ok.ru.
<https://yandex.ru/video/preview/?filmId=17129038657873097465&text= каналы в венеции стали чище&path=wizard&parent-reqid=1587624772632099-180688897709857265000165-production-app-host-man-web-yp-96&redircnt=1587625144.1>
22. Он-лайн группа «Час поддержки». <http://skumina.com/support-reg>
23. From us, for you. Rotterdams Philharmonisch Orkest. <https://youtu.be/3eXT60rbBVk>
24. Финский полицейский спел советский хит «Я люблю тебя, жизнь». // Канал Москва24. С песней по жизни.
https://yandex.ru/efir?stream_id=4deb38e78be4182a88aa29084d5f28fc

