Светлана Александровна Серова

Тамбовский государственный университет им. Г. Р. Державина

serova.svetlana@mail.ru

**Явления постправды в медиатизированном конфликте: причины возникновения**

Рассматривается кейс явлений постправды, связанный с медиатизацией «футбольного» конфликта в Тамбовской области в 2020–2021 годах. Анализируются коммуникативные намерения участников конфликта, послужившие причиной появления постправды в региональном медиаполе. Материал исследования: публикации в печатных и интернет-медиа.

Ключевые слова: медиатизация конфликта, постправда, коммуникативные намерения, постжурналистика.

Технология «постправды» – это не столько утверждение, что правда не существует, сколько то, что факты подчинены определенной точке зрения [3: 96]. Причем можно говорить о том, что само общество в настоящий момент транслирует запрос на подобные трансформированные факты, поскольку «как власти, так и обществу необходима не правда, а правдоподобная информация, не объективная сумма сведений, а сумма мнений, точек зрения» [1: 14].

В политическом медиадискурсе феномен постправды обусловлен стратегическими задачами ключевых игроков. В условиях медиатизации конфликта технология возникновения постправды состоит в том, что каждый из участников этого конфликта, исходя из своих коммуникативных намерений, старается сформировать свою информационную картину происходящего. В рамках любого из конфликтов явлений постправды, в зависимости от числа вовлеченных в информационное противостояние, может быть несколько.

В 2020 году на региональном медиаполе Тамбовской области получил развитие так называемый «футбольный» конфликт, в который были вовлечены спортивные госструктуры, игроки и руководство футбольного клуба «Тамбов», федеральные спортивные организации и сами медиа. В процессе медиатизации конфликта в информационном пространстве возникло несколько различных «реальностей» происходящего, сконструированных с определенными манипуляционными намерениями.

1. Инициатором медиатизации спора выступил футбольный клуб, который вследствие внешних неспортивных причин (отсутствие финансовых средств и футбольного стадиона) терял возможность продолжать бороться за место в российской Премьер-лиге и хотел через медиа вызвать общественный резонанс обвинительной риторикой: «“Тамбову” забивают свои» («Мой Тамбов»).

2. Спортивные чиновники пытались ослабить конфликт, транслируя оборонительную позицию: деньги внезапно закончились, но клуб и дальше рассчитывал на бюджетное финансирование, не прилагая особых усилий для самостоятельного зарабатывания денег; как только «бюджетный вентиль» был перекрыт, закончился и сам ФК «Тамбов» – теперь «благодарный» и «скромный» клуб во всём винит руководство области («Тамбов без формата»).

3. Наряду с субъектами высокого уровня большую роль в появлении постправды в условиях медиатизации данного «футбольного» конфликта сыграли сами средства массовой информации: преимущественно сетевые медиа и телеграмм-каналы. Они активно включились в полемику, с одной стороны, беспрепятственно, без верификации и фактчекинга публикуя материалы участников спора, с другой – самостоятельно, с целями шоувизации отбирая для своих материалов определенные факты и точки зрения и интерпретируя их под определенным углом. Эту реальность некоторые исследователи связывают с понятием «постжурналистика». Постжурналистике свойственна «форсированная драматизация контента, гибридизация медиатекстов, которые приобретают смешанные характеристики журналистско-пиаровских, а также носят признаки инфотеймента» [2: 8]: «Руководство клуба обмануло президента РПЛ» («Там Инфо»); «В Тамбове больше нет профессионального футбола» («Собиз»).

4. В федеральных медиа история с ФК «Тамбов» получила развитие, когда в региональный конфликт вмешалось руководство РФЛ. Только в федеральных СМИ были обнаружены материалы с взвешенной позицией и попытками представить сбалансированные точки зрения. В футбольном клубе «Тамбов» введена первая процедура банкротства. Клуб объяснял возникновение проблем отказом областных властей финансировать организацию. Власти, в свою очередь, утверждали, что причиной долгов «Тамбова» стали ошибки менеджмента, а область выполнила все обязательства перед клубом («Коммерсант»).

Представляется, что явления постправды и постжурналистики противоречат самой сути журналистики и выдвигают на первый план рыночный аспект медиаиндустрии. Эти медийные дискурсы заслуживают осмысления и четкого трактования в научных и практических кругах журналистики для установления верного вектора эволюции отрасли.

Литература

1. Ильченко С. Н. Политические игры в медиапространстве. СПб., 2017.

2. Короченский А. П. Постжурналистика: сущность, признаки, социальные эффекты // Журнал Белорусского гос. ун-та. Журналистика. Педагогика. 2019. № 1. С. 6–12.

3. Шушпанова И. С. «Постправда» в социальной реальности: риски и угрозы // Социологические исследования. 2018. № 12. С. 94–104.