

УДК 316

**Хэ Цзиньчжэ**

магистрант, факультет журналистики,

Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова

851419576@qq.com

**He Jinzhe**

Master's Degree, Faculty of Journalism,

Lomonosov Moscow State University

[851419576@qq.com](mailto:851419576@qq.com)

**Позитивные и негативные последствия индустрии  
«черных» новостей и ее влияние на социум**

**Positive and negative consequences of the black news industry  
and its influence on society**

***Аннотация.** В данной статье проводится исследование «черного» контента массмедийного новостного пространства. Автор статьи рассматривает сущность «черной» новости, под которой он понимает сообщение негативного воздействия, играющее роль в манипулировании сознанием общественности. Автор статьи приходит к выводу, что сцены жестокости, насилия, убийств, катастроф, военных конфликтов способны влиять на психологическое состояние человека, и, в то же время, сообщения негативного характера могут сыграть позитивную роль в развитии общества. В качестве примера новостной политики, автор статьи рассматривает подачу новостей в российских и китайских массмедиа.*

***Ключевые слова:** массмедиа, «черная» новость, негативная информация, манипуляция сознанием.*

***Abstract.** This article examines the "black" content of the mass media news. The author of the article examines the essence of the "black" news, which he defines as the message of negative influence playing an important role in manipulating the public consciousness. The author of the article comes to the conclusion that scenes of cruelty, violence, murders, catastrophes, military conflicts can affect the psychological state of a person, and at the same time negative messages can play a positive role in the development of society. As an example of news policy, the author of the article considers the presentation of news in the Russian and Chinese mass media.*

***Keywords:** mass media, "black" news, negative information, manipulation of public consciousness.*

На рубеже третьего тысячелетия в коммуникативных процессах произошли серьезные изменения, связанные со всевозрастающим воздействием современных массмедиа на жизнь индивидов и общества в целом. Можно сказать, что современный человек живет в медиапространстве, представленном контекстом массовой информации. Информация – самый распространенный продукт потребляемый человечеством. Спрос на нее всегда был высоким. Но именно в настоящее время, когда массмедиа завоевали Интернет-пространство, возросла роль информативного воздействия на человека. Информационное поле, которому подвергается человек с утра до вечера, поистине огромно. Печатные и электронные издания, телевизионные и радиоканалы, которые, благодаря Интернету, можно смотреть и слушать в любой точке земного шара, выдают сотни новостей, рассказывают о тысячах событий. Однако, как свидетельствует статистика, большая часть передаваемого журналистами и репортерами материала имеет тенденцию к демонстрации негатива, что выражается в репортажах, передающих сцены жестокости, убийств, массовых расстрелов, в публикациях, с натуралистическими подробностями описывающих истории, связанные с работой правоохранительных органов, раскрывающих то или иное преступление.

Негативно ориентированная информация очень плохо сказывается на здоровье ее потребителей (причем не только психологическом, но и физическом). Читая, слушая или просматривая подобные сюжеты, человека начинает мучить мысль, что мир погружается в катастрофу и хаос. С точки зрения М.О. Руденко, «после просмотра подобного рода телеэфиров неизбежно возникает чувство страха: страха за собственную жизнь, за жизнь близких, пропадает уверенность в завтрашнем дне» [2, с. 109]. Но, тем не менее, в России только 17% респондентов не довольны обилием на экранах телевизоров сцен, в которых культивируется жестокость и насилие, в которых основными действующими лицами являются криминальные структуры, правоохранительные органы, насильники, жертвы. Согласно статистическим данным, в России 90% читателей периодики пропускают позитивные (экономические, культурные и т.д.) новости и пристально следят за информацией, которая «щекочет нервы». Аудитория, по мнению российских исследователей, не понимает, что «увлеченность негативными новостями не всегда позволяет беспристрастно взглянуть на их содержание и объективно оценить реальную необходимость в получении такого рода информации» [1, с. 529].

Учитывая тот факт, что массовая аудитория сама с нетерпением ждет новостей, в которых зрители увидят кадры катастроф, стихийных бедствий, пожа-

ров, наводнений, убийств, репортеры «подогревают» ее интерес тем, что приукрашивают события, добавляя в сюжет новые подробности. Иными словами, репортеры идут на поводу у публики: «читатель хочет острого сюжета – журналист его создает».

Если апеллировать к телевидению, то «черные» новости привлекают зрителей не только интригующим содержанием. Новостные каналы всегда опираются на визуальные стимуляторы, под которыми имеются в виду видеоролики и графические кадры, сопровождающие повествование. Редакторы зачастую готовы отказаться от правды, лишь бы для зрителей создать зрелище. Поэтому даже самая последняя срочная новость может быть сконструирована таким образом, что ее истинное содержание потеряется в видео- и аудиоэффектах, иллюстрирующих данную новость. Эмоционально воздействует на аудиторию и музыкальное сопровождение. Грамотно, в соответствии с темой, подобранная музыка оказывает сильное психологическое воздействие на зрителей и может даже подавить словесный комментарий [5, р. 5].

Итак, по мысли большинства исследователей, негативные новости оказывают разрушительное воздействие на аудиторию. Посредством черной индустрии новостей совершается манипулирование массовым сознанием. Следствием «криминализации» массмедиа может стать общий страх населения перед природными катаклизмами, войнами, преступным миром, неопределенным будущим и т.п., приводящий к паническим атакам, суицидальным мыслям, росту смертности от инфарктов, инсультов и других болезней, а также увеличивающееся число преступных деяний, особенно среди подростков и молодежи, бессознательно копирующих поведение телевизионных героев. Негативная информация, сходящая с экранов телевизоров и полос газет, приводит к агрессивным настроениям в обществе, готовым вот-вот вылиться наружу и решить проблему, о которой вещает новость, грубой силой.

Однако, как считает В. Соловьев, «любое подвергающееся манипуляции сознание рано или поздно устает. Устает от негатива. Поэтому очень важно при манипуляции общественным сознанием или сознанием одного человека вовремя перевести представляемую информацию в иной регистр степени важности» [3, с. 139]. Поэтому иногда негативные новости «затушевываются» второстепенным комментарием, ослабляющим эффект от основного сообщения. Например, в случае с разливом нефти в Атлантическом океане, связанным с компанией «Бритиш Петролеум», на телевидении стали выходить репортажи о том, как компания содействует защите окружающей среды, производит выплаты пострадавшим, ликвидирует последствия катастрофы [4, с. 81]. Подобный аспект подачи информации сглаживает негативное воздействие на зрителя, которого волнуют экологические проблемы.

«Черную» индустрию новостей не следует рассматривать только в негативном контексте. Эта мысль чаще всего содержится в работах западных аналитиков, которые считают, что негативные сюжеты в телепередачах и газетные статьи с негативной риторикой могут выступать в роли сторожевого пса [5, р. 6]. Так, просмотрев репортаж о пожаре, который произошел по вине какого-нибудь человека, заснувшего на диване с зажженной сигаретой в руке, зритель задумается о том, следует ли курить, ведь эта пагубная привычка может привести к трагическим последствиям. «Черные» новости, по мысли М.Дж. Проктора, могут даже стать катализатором социального прогресса и экономического развития. Поскольку, осведомляя население о проблемах, они могут привести к позитивным изменениям в обществе, которое потребует от правительства принятия определенных законов, затрагивающих интересы граждан [5, р. 6].

В завершение скажем, что «черные» новости – это результат целенаправленной политики. «Черный» контент очень выгоден телерадиокомпаниям и прессе, поскольку уклон потребителя информации в сторону новостей негативного содержания может им обеспечить определенную выгоду, ибо «негатив дает рейтинги, а следовательно, и прибыль» [2, с. 112].

### ***Литература***

1. Маркелов К.В., Громова Е.Б., Нафиева Н.Р. Негативная новость на центральных телеканалах России и Украины: общее и специфическое // Вестник РУДН. Серия: Литературоведение. Журналистика – 2019. – Т. 24. – № 3. – С. 521-532.

2. Руденко М.О. Негативная медийная информация и ее влияние на человека // Медиаобразование. – 2014. - № 2. – С. 108-112.

3. Соловьев В.Р. Манипуляции: Атакуй и защищайся. – М.: Эксмо, 2011. – 352 с.

4. Черкасова В.П. Медиа-манипулирование общественным политическим сознанием: Телевидение и Интернет. – М.: Издательство «Весь Мир», 2019. – 152 с.

5. Proctor M.J. An Investigation into Negative Television News and its Psychological Effects on Viewers. Thesis for BA (Hons) in Communications in Creative Media. – School of Informatics and Creative Arts, 2021. – 63 p.

### ***Literature***

1. Markelov K.V., Gromova E.B., Nafieva N.R. Negative news on the central TV channels of Russia and Ukraine: general and specific // Bulletin of the RUDN. Series: Literary Studies. Journalism – 2019. – Vol. 24. – No. 3. – pp. 521-532.

2. Rudenko M.O. Negative media information and its impact on a person // Media education. - 2014. - No. 2. – pp. 108-112.

3. *Soloviev V.R. Manipulations: Attack and defend. – Moscow: Eksmo, 2011. – 352 p.*

4. *Cherkasova V.P. Media manipulation of public political consciousness: Television and the Internet. – Moscow: Publishing House "The Whole World", 2019. – 152 p.*

5. *Proctor M.J. Investigation of negative television news and its psychological impact on viewers. Dissertation for a bachelor's degree (with honors) in communications in creative media. – School of Computer Science and Creative Arts, 2021. – 63 p.*