

трансформировать город и составлять часть «светской жизни». В пространстве провинциального города большую роль играют личные знакомства и социальные контакты редакции. На страницах журнала чаще появляются интересные главному редактору и издателю персонажи, но это не основополагающий момент.

В результате сопоставительного анализа событийной среды города, связанных с ней культуртрегеров и типологии публикаций издания, можно сделать вывод, что феномен появления культуртрегеров – это безусловный тренд, который носит устойчивый характер. СМР.Собака.ru – один из немногих культуртрегерских примеров российских СМИ, которые не только влияли на окружающую реальность, но и по-настоящему меняли ее.

ЛИТЕРАТУРА

1. Гала Мари Портреты: Михаил Савченко // СМР.Собака.ru – №09(125). – 2019. С. 12.
2. Мусагалиев Т. Белая гора // СМР.Собака.ru – №02(129). – 2020. – С. 24.
3. Баландин С. Аперитив: Книги // СМР.Собака.ru – №06(113). – 2018. – С. 23.
4. Сергей Баландин прочитает лекцию о психоделической литературе // СМР. Собака.ru [Электронное издание] / URL: <http://www.sobaka.ru/smr/entertainment/books/85271>.
5. Сумин С. Виталий Кальпиди: разговор с поэтом // «ГУЛ». Галерея уральской литературы. – №11. – 2014. – С. 8-14.

*Н.М. Кузуб (Россия, Самара)
Научный руководитель Н.А. Захарченко*

СПОСОБЫ ПОДАЧИ ИНФОРМАЦИИ О ВИРУСЕ COVID-19 В МАССМЕДИЙНОМ ПРОСТРАНСТВЕ

В работе исследуются различные способы подачи информации, так или иначе связанной с коронавирусной инфекцией. В связи с этим особый интерес в современном медиапространстве представляет телевизионные продукты и интернет-контент. Отмечается сохранение основных массмедийных форматов в период пандемии, что объясняется ангажированностью или независимостью конкретного СМИ. Более того, делается вывод о том, что сегодня не только проправительственные массмедиа, но и многие независимые издания в связи с широким распространением инфекции в России стараются придерживаться объективных (официальных) статистических показателей и позиций. Тем не менее, данные массмедиа активно используют развлекательный контент в освещения темы коронавирусной инфекции.

Ключевые слова: *коронавирус, пандемия, телевидение, интернет-издание, массовая коммуникация, СМИ.*

Современное медиапространство располагает множеством тем: злободневными и давно забытыми. В связи с обострённой ситуацией из-за нового вируса

COVID-19, СМИ – все без исключения – актуализируют внимание аудитории именно на этой проблеме мирового масштаба, используя для этого разные способы, в том числе и откровенно манипуляционные, этически не всегда выстроенные. Интересно не только описать различия в подаче информации информации о коронавирусе в СМИ, но также проследить динамику новостей о вирусе с начала эпидемии и до настоящего момента.

«Первый канал», как и положено «главному каналу страны», с первого дня эпидемии (1 декабря 2019 года) задал серьезный тон в манере подачи информации. Даже когда инфекция ещё не добралась до России, «Первый» уже рассказывал о вирусе как о начале страшной катастрофы, сгущал краски, нагнетал обстановку. Сегодня «Первый канал» продолжает активно использовать приемы драматизации: суперкрупные планы, соответствующее ситуации музыкальное сопровождение информационного сюжета, переход от универсалий к аудиовизуальным образам. Например, в программе «Время» (эфир от 03 мая 2020 г.) в сюжете «Герои нашего времени» журналисты рассказывают о врачах, находящихся в эпицентре заболевания в России, в Москве, и волонтерах, помогающих нуждающимся безвозмездно [1]. Сюжет начинается с устрашающей музыки, которую прерывает лайф, где медсестра помогает ослабленному больному в приеме пищи. Далее следует текст: *«Поднять ложку сил нет, поэтому кормит медсестра, одного, второго, третьего пациента...»*. Такой подход к подаче информации привычен для данного федерального СМИ, выражает позицию государства и власти по данному вопросу. Стоит добавить, что сюжеты, посвященные коронавирусу, выходят здесь часто – в среднем, «Первый канал» выпускает по 5 сюжетов в день, посвященных течению пандемии, обсуждению ее последствий и дальнейшему прогнозу. Если учесть, что количество новостных блоков в сетке вещания существенно, то однозначно можно сделать вывод о том, что новость о вирусе COVID-19 активно тиражируются.

Однако не все СМИ с самого начала придерживались серьезных интонаций, а, наоборот, воспринимали происходящее со скептицизмом. Так, интернет-газета «Версия» (федеральное издание) 3 февраля 2020 г. опубликовала материал с заголовком «Начхать на вирус!»[2]. Журналист Кира Деливория открыто негативно высказывается о ситуации: *«Подобные вспышки заболеваний давно уже превратились в хорошо отлаженный бизнес, пенки с которого снимают все – от фарминдустрии до политиков. Новый китайский коронавирус, похоже, не станет исключением»*. И если «Первый» сообщает о пандемии как о страшном и неуправляемом явлении, о том, какие меры предпринимаются российским правительством, чтобы избежать масштабной трагедии, то «Версия» придерживается оппозиционного мнения, воспринимает политику власти, что называется, в штыки и подвергает остракизму государственную стратегию борьбы с распространением коронавирусной инфекции в России. Однако по прошествии трёх месяцев журналисты вышеуказанного издания стали избегать таких открыто протестных и непримиримых высказываний. Сегодня «Версия», подобно многим СМИ, публикует ежедневный дайджест о COVID-19, ведёт статистику заражений, летальных исходов и выздоровлений в России.

Независимый паблик «Лентач» (социальная сеть «ВКонтакте») тоже не обходит стороной тему пандемии. Вопреки напряженной обстановке и нагнетанию панических настроений, сообщество демонстрирует спокойствие. Хотя администрация группы все же ведёт ежедневный подсчёт жертв COVID-19, новостей об эпидемии немного. Поток информации здесь разбавляют развлекательным контентом, например, игровыми тестами. «*Попробуйте угадать, как справлялись с болезнями и эпидемиями русские крестьяне*» – так подбадривают аудиторию модераторы сообщества [3]. Значительную долю постов также занимают мемы на тему вируса. Стоит отметить, что «Лентач» придерживается «лёгкой» и независимой позиции с самого начала эпидемии и в будущем планирует не отходить от намеченного коммуникативного вектора.

Итак, различия в способах подачи информации на актуальную тему «Коронавирусная инфекция (COVID-19)» объясняются прежде всего типологическими особенностями массмедиа: сам формат издания диктует журналистам вид публикации, её характер и способ выражения авторской позиции.

ЛИТЕРАТУРА

1. Начхать на вирус! // Время // Первый канал. 2020. 3 мая // <https://versia.ru/amp/strashnuyu-epidemiyu-koronavirusa-privdumali-politiki-i-farmkorporacii>.
2. Лентач // ВКонтакте // 2020. Апрель – май // https://vk.com/im?peers=27720679_62135981&sel=93803244&w=wall29534144_13424768%2F59b974cdd6cc65a73c.

*Р.Г. Кутляева (Россия, Самара)
Научный руководитель И.В. Колякова*

ДЕЛОВОЕ ИЗДАНИЕ «САМАРСКОЕ ОБОЗРЕНИЕ»: ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ РЕГИОНАЛЬНЫХ МЕДИА

Статья рассматривает тенденции развития региональных медиа на основе анализа публикаций делового издания «Самарское обозрение». Газета иллюстрирует тенденцию развития региональных медиа: отражение экономических ожиданий читателей в публикациях деловой прессы. Современные СМИ освещают не только изменения, но и общественные ожидания. Анализ текстов вызывает интерес в наблюдениях за «проговариванием» этих ожиданий. Такие тенденции заметны и при освещении инфраструктурных проблем локальных территорий. Экономические новости в региональном деловом издании представляют информацию как об экономических ожиданиях, так и о формах их достижений, видении ситуации разными целевыми группами читателей. На основе текстуального анализа публикаций в «Самарском обозрении» и соотнесения их тематики с процессами в губернии делается вывод о тенденциях развития региональных медиа.

Ключевые слова: *социальные и политические процессы, социальное пространство города, экономические ожидания, деловое издание.*