

Б.Б.Сибиданов

ТАБЛОИДНЫЙ ДИСКУРС В РЕГИОНАЛЬНОЙ ПРЕССЕ: ПОСЛАНИЕ ЧИТАТЕЛЮ (НА МАТЕРИАЛАХ МЕДИА БУРЯТИИ)

В статье рассматривается таблоидный дискурс региональных печатных СМИ. Таблоидный дискурс ставит перед собой цель привлечь внимание массовой аудитории путем эксплуатации информационного инстинкта. Материалом для анализа послужили крупнейшие печатные издания Бурятии: «Информ Полис» и «Номер один» за 2016—2018 гг. В работе производится анализ послания, которое получает читатель в результате ознакомления с первой страницей газеты. В «Номере один» отмечается высокий конфликтный фон анонсов. При общем сходстве «Информ Полис» дает более разнообразный спектр посланий читателю. Однако общий смысл посланий обоих таблоидов сводится к формуле: «Жизнь некомфортна, опасна и несправедлива». Изменение во властных структурах региона влияет на корректировку таблоидного послания читателю, но не способно изменить эмоционально-ценностного отношения таблоида к жизни.

Ключевые слова: таблоидный дискурс, информационный инстинкт, эмпатия, медиаперсона, послание читателю

Нередко исследование типологических основ дискурсов в современной лингвистике ведётся в рамках универсальных речевых объектов [1-6 и др.]. Конфликтный дискурс, провокативный дискурс, суггестивный дискурс и т. д. являются в некотором смысле родовыми речевыми типами: на использовании этих моделей основано большая часть практического речепотребления. Это позволяет наблюдения и закономерности, обнаруженные в этих текстовых универсалиях, экстраполировать на широкую социальную реальность, эффективно заполняя периферийные участки дискурсивной географии. Институциональные типы дискурсов (политический, педагогический, медицинский и т. д.) также порой обладают высокой степенью универсализма. Легко представить себе, что такой дискурс экспортирует свои форматы на значительное количество участков социальной жизни. Однако, стремление современных авторов изучить максимум текстов с широким экстралингвистическим контекстом невольно выводит нас на объекты иного рода — социально-исторического характера. И тогда типологические черты и закономерности реализуются только в тех речевых типах, которые были порождены конкретными социально-историческими условиями. Нашумевшая статья Патрика Серию о советском идеологическом дискурсе [7] в своё время позволила иначе взглянуть на социальную реальность, формируемую тоталитарным государством. При этом несомненная лингвистическая ценность данной научной статьи также очевидна. Стоит отметить, универсальные дискурсивные единицы могут быть использованы в конкретно-исторических дискурсах в качестве строительного материала. В частности, таблоидный тип медиаречи во многом опирается на конфликтный дискурс.

Наш объект изучения — таблоидный дискурс — также возник в рамках конкретных социально-исторических событий. Таблоидный дискурс мы определяем как речемыслительный медиатип, который ставит перед собой цель — привлечение внимания массовой аудитории путём эксплуатации информационного инстинкта. В российских регионах он возник в период регионализации прессы, т.е. в 90-е годы XX в. Местом его функционирования является региональное общественно-политическое поле.

Цель нашего исследования — выявить особенности функционирования регионального таблоидного дискурса на материалах прессы Бурятии.

В условиях рыночной конкуренции современные региональные медиа пришли к единому рецепту борьбы за читателя. В частности, использование информационного инстинкта при отборе публикаций в номер создает у разных региональных изданий весьма ограниченный спектр тем и проблем, попадающих на их страницы. Тем более, что в региональном медиаполе информационных поводов не так много.

Отобранный подобным образом материал в разных изданиях обрабатывается по-разному. В одних редакциях усиливается конфликтное начало, в других проявляется склонность к аналитике и т. д. С этими установками газеты читатель может ознакомиться при прочтении первой страницы издания. Можно сказать, это презентация собирательного образа автора газеты, который ведёт беседу с читателем. Именно первая страница является своеобразным посланием потребителю массовой информации, по которому он имеет возможность судить о характере газеты ещё до её приобретения.

В таблоидном дискурсе первая страница издания играет едва ли не ведущую роль. В ней оформляются основные интенции издания, основанные на эмоционально-ценностных ориентирах, которые, как правило, находят своё выражение в правилах написания материалов. Послание одного номера, как мы увидим, может незначительно отличаться от послания следующего или предыдущего, но в целом их содержание является константным, сохраняя единство автора, с которым имеет дело читатель.

Таким образом, мы исходим из гипотезы о том, что способ обработки таблоидного материала на первой странице приводит к формированию медиатекста, который, как известно, обладает связанностью и целостностью [8, с. 507].

Но если послание медиатекстов одного издания отличается незначительно, то отличие одного регионального таблоида от другого иной раз весьма существенно. В частности, «Номер один» презентует себя

как крайне агрессивного и энергичного собеседника, не претендующего на высокий социальный статус: эти черты подчеркиваются дизайном издания, в котором крупный логотип на серой бумаге стандартного оформления дополняется крупными, часто агрессивными анонсами с пояснениями, которые по оформлению и по функциям напоминают лиды. От него, например, отличается оформление первой страницы общественно-политического издания «Информ Полис». Логотип также с применением красного цвета не выглядит вызывающе, поскольку вся первая страница издания глянцевая, цветная с хорошей полиграфией. В результате разнообразие и насыщенность цветов не создает вызывающего эффекта. И хотя агрессивность заголовков «Информ Полиса» порой не уступает агрессии в «Номер один» глянцевый еженедельник производит впечатление более солидного собеседника.

С точки зрения формирования дискурса первая страница таблоидного издания или типовое послание таблоида читателю представляет, очевидно, мельчайшую единицу таблоидного дискурса газеты.

На странице располагаются вербальные и невербальные (изображения лиц и событий) анонсы, рекламные блоки (фреймы), логотип издания, не считая более мелких элементов графического дизайна: линий, стилей и т. д. Вся эта совокупность разрозненных знаков соединяется в единое целое с использованием как минимум двух семиотических систем: вербальной и невербальной, которые состоят друг с другом в четко выраженной смысловой связи.

На примере разбора двух таблоидных еженедельников «Информ Полис» и «Номер один» рассмотрим особенности формирования и развития таблоидного дискурса.

Первая страница издания «Номер один» включает в себя анонсы тех событий, о которых идет речь в издании, логотип (на красном фоне белым шрифтом название «Номер один»), рекламный фрейм (расположенный в «подвале»). В номере от 28 марта 2018 г. (№ 12) в центре крупная фотография с зажатой рукой с ключами, сложенной в кукиш. Основной анонс гласит: «Подстава от чиновников», а в пояснении-лиде содержится разъяснение: «КУИ изымает у горожан приватизированные участки, с. 6». Такую же структуру имеют и остальные анонсы: «Штраф-стоянка без гарантий», лид: «После эвакуации владельцы получили искорененные авто, с. 7» (сопровождается мелкой фотографией эвакуатора); анонс: «Из-за грязи в князи», лид: «Геннадий Айдаев собрался в спикеры Хурала, с. 5» (сопровождается мелкой фотографией бывшего мэра Улан-Удэ Г. Айдаева); анонс: «Антинародная реформа», лид: «Благодаря государству квартиры подорожают, с. 8». В «чердаке» расположен традиционный анонс для «Номера один» из рубрики криминальной хроники: «Изнасиловали при муже», лид: «Преступники — примерные студенты». В «подвале» рекламный фрейм сети магазинов «Титан».

Первая страница «Информ Полиса» включает в себя крупную фотографию горящего торгового центра «Зимняя вишня» в г. Кемерово (вид сверху), рядом с зданием несколько пожарных машин и поднимающийся густой дым. Основной анонс гласит: «Опасные торговые центры: возможна ли Кемеровская трагедия в Улан-Удэ?». Фотография занимает примерно две трети площади первой страницы. Внизу, в «подвале», слева под логотипом и в «чердаке» расположены рекламные фреймы: сеть магазинов «Абсолют», сеть магазинов «Титан» и «Гео607. Бурение скважин». На фоне главной и единственной фотографии предложены анонсы: «Путину пожаловались на Наговицына»; «Сократить нельзя оставить: что делать с депутатами Народного Хурала?»; «Жесткие красотки: девушки из Бурятии вырвали победу на чемпионате России»; «Секс в политике: домогательства и служебные романы». В верхнем правом углу в «чердаке» рядом с рекламным фреймом «Гео607» расположен ещё один анонс: «Как молодежь становится жертвой наркодилеров» (сопровождается небольшой фотографией двух молодых людей, один из которых что-то покупает у второго).

Как видим, содержательно оба послания таблоидов достаточно агрессивны. Нет практически ни одного анонса, в котором не содержалось бы негативного отношения к событиям, происходящим в регионе. Даже информация о победе девушек из Бурятии на конкурсе красоты в «Информ Полисе» принимает вид ожесточенного противоборства. И хотя создатели анонса переиначивали выражение, существующее в маргинальных кругах, — «жО-О-Осткий красавчик» в «жестких красоток» на общем негативном фоне фото трагедии в Кемерово и остальных анонсов языковая игра, призванная порадоваться «за наших», не находит адресата, оставляя лишь контекстную агрессию информации о девушках-победительницах.

Теперь рассмотрим сумму смысловых посылов газеты своему читателю. При анализе единичных анонсов мы опирались на методику анализа смысловой структуры (подробней см. у Т.М.Дридзе, [9, с. 87-89]).

При этом характер предложенного материала в таблоиде в виде отдельных публикаций настолько един, что и «основная мысль» первой страницы становится единой и завершённой. А анонсы воспринимаются как иллюстративный материал к этой мысли.

Возможно, что эта «основная мысль» послания формируется из положения регионального таблоида в массово-коммуникативном процессе. Тексты СМИ должны информировать массовую аудиторию так, чтобы индивид мог максимально эффективно приспособиться к изменениям. Совокупность этих изменений может свидетельствовать только об одном: хороши ли они для среднестатистического жителя региона. Именно в характеристике этих изменений и будет заключаться послание издания аудитории. В рассмотренном номере издания мы получили следующие результаты по посланиям (основной мысли) анонсов (табл. № 1). Три из пяти анонсов сообщают о том, что власти в Бурятии — преступны и их деятельность безнравственна; один анонс сообщает, что жить скоро будет ещё трудней (квартиры подорожают) и один анонс связан с характеристикой нравов преступников.

Таблица 1

Анонсы и связанные с ними сообщения («Номер один»)

№	Анонс	Послание (основная мысль)
1	Главный анонс: Подстава от чиновников. <i>КУИ изымает у горожан приватизированные участки, с. 6</i> + фото	Государство злоупотребляет властью
2	Штрафстоянка без гарантий. <i>После эвакуации владельцы получили искореженные авто, с. 7</i>	Полицейские злоупотребляют властью
3	Из-за грязи в князи. <i>Геннадий Айдаев собрался в спикеры Хурала, с. 5</i>	Политика — грязное дело
4	Антинародная реформа. <i>Благодаря государству квартиры подорожают, с. 8</i>	Жилищная проблема в Улан-Удэ усугубляется
5	Изнасиловали при муже. <i>Преступники — примерные студенты, с. 12</i>	Люди, которые совершили преступления, двуличны

В результате мы можно подвести и общий итог, общую мысль всего послания: «Жизнь в регионе некомфортна, опасна и несправедлива, а власти преступны».

В целом формула «Жизнь некомфортна, опасна и несправедлива» сохраняется и в других номерах газеты (табл. № 2).

Таблица 2

Анонсы и послания в «Номере один» (2018 г.)

№	Анонсы первой страницы	Послание
№ 9	Гл. анонс: «Французское вторжение» Остальные анонсы: «Сменила погоны на указку»; «Бунт против кумовства»; «Вирус “АУЕ”»; «Улан-удэнец распилил голову беременной женщине»	«Жизнь некомфортна, опасна и несправедлива»
№ 10	Гл. анонс: «Силовикам закон не писан» Остальные анонсы: «Анализ ДНК для собачьих фекалий»; «Последняя надежда»; «Удар по местным овощам»; «Прокурор погиб на базе отдыха при загадочных обстоятельствах»	«Жизнь некомфортна, опасна, несправедлива и загадочна»
№ 11	Гл. анонс: «Экс-министр ведёт расследование» Остальные анонсы: «Золотые слитки довели до беды»; «Владелец “Байкалфарма” вконец обнищал»; «Из Хурала на нары»; «Супермаркет вместо рынка»; «Насильника вычислили по генотипу спермы»	«Жизнь некомфортна, опасна и несправедлива даже для богатых»
№ 12	Гл. анонс: «Подстава от чиновников» Остальные анонсы: «Штрафстоянка без гарантий»; «Из-за грязи в князи»; «Антинародная реформа»; «Изнасиловали при муже»	«Жизнь в регионе некомфортна, опасна и несправедлива, а власти преступны»

Эта мысль является содержанием таблоидного дискурса данного издания. С небольшими изменениями мы наблюдаем её практически на всём протяжении 2016—2018 гг. (табл. № 3).

Таблица 3

Анонсы и послания в «Номере один» (2016 г.)

№	Анонсы первой страницы	Послание
№ 11	Гл. анонс: «Секс в маленьком городе» Остальные анонсы: «Таежные робинзоны»; «Тариф на жадность»; «Удавка для бизнеса»; «Тепловой тупик в Улан-Удэ»; «Смерть от наркоза?»; «Три дня в гестапо»	«Жизнь некомфортна, опасна и несправедлива»
№ 12	Гл. анонс: «Почти падаль» Остальные анонсы: «Певец из Бурятии спел со Стингом»; «Тунка в хаосе»; «Война против ОДН»; «Невероятная история улан-удэнца»; «В горах Бурятии пропал студент из Америки»	«Жизнь некомфортна, опасна и несправедлива, но иногда некоторым везет»

№ 13	Гл. анонс: «Тарифы на грани коррупции?» Остальные анонсы: «Страсть к Корею»; «Кто спасет боргойскую баранину»; «В погоне за “вышкой”»; «Деньги превращаются в бумагу»; «Собачий парадокс: отстрел вызывает шквал рождаемости»	«Жизнь некомфортна и несправедлива»
№ 14	Гл. анонс: «Рыбзавод “Байкал” убивают» Остальные анонсы: «Бродилка по Достоевскому»; «Гиблое место»; «Меню для преступников и детей»; «111 квартал заселят сиротами»; «VIP-хулиганы в Сети»; «Подвела гиперответственность»	«Жизнь некомфортна, опасна и несправедлива»

«Информ Полис» в отличие от «Номера один» демонстрирует больший диапазон изменений своих медиатекстов. Во многом это состояние продиктовано даже не столько каким-то принципиальным изменением концепции издания, сколько изменением графического облика и чуткостью к изменениям в составе и деятельности региональной власти.

Так, в 2016 году проблема региональной власти стояла довольно остро. Однако даже это обстоятельство не приводило к тому, что таблоид реагировал на данный факт сколько-нибудь агрессивно. В частности, показателен в этом отношении выпуск «Информ Полиса» от 20.04.2016. Главная, самая крупная фотография — это фото чемоданчика, который извлекается чьими-то руками с полки. Тематически к ней относится и вторая фотография на тот момент главы Республики Бурятия — Вячеслава Наговицына. Анонс гласит: «Обыски в правительстве. Наговицын опровергает присвоение имущества / с. 5». Однако, благодаря разнообразному и неоднозначному эмоциональному иллюстративному фону основное послание имеет не такой уж и пессимистический посыл: «Во власти Бурятии не всё хорошо, но жизнь продолжается». Это происходит за счет того, что макет издания на тот момент включал в себя несколько фотографий, связанных с анонсами. В результате главное фото не распространяло свой эмоциональный посыл на все остальные анонсы. В данном случае отрицательная интенция главного анонса действенно нейтрализовалась положительными анонсами с картинками улыбающегося тракториста (анонс: «Уникальный тракторист из Закамны / с. 17») и ухоженной овцы (анонс: «Выгодный скот. Каких животных лучше разводить в Бурятии / с. 15»).

2017 год знаменуется тем обстоятельством, что типовое послание массовой аудитории в ряде номеров меняется: во-первых, из-за изменения графики первой страницы еженедельника; во-вторых, из-за смены главы республики. Возникает ощущение, что из газеты постепенно уходят публикации, «нейтрализующие» отрицательное воздействие (материалы о «простых людях», рассказы об особенностях культурного своеобразия народностей Бурятии и т.д.). В результате процент «отрицательных» анонсов резко вырастает. Однако, это обманчивое впечатление. Просто в дизайне изменилась роль главного анонса. Главная иллюстрация первой страницы теперь гораздо крупнее остальных. А она по понятным причинам несёт в себе агрессивный заряд. Так формируется один доминирующий эмоциональный настрой послания.

Мелкие фото второстепенных анонсов выполняют пиктографическую функцию. В результате в центре на фоне главного события в качестве информационной ленты присутствуют остальные анонсы. Таким образом, издание отказывается от полиэмоциональности первой страницы. В семантическом смысле «Информ Полис» предлагает переживать только по одному информационному поводу, остальную же информацию — просто принять к сведению.

В результате этих изменений можно констатировать и изменение типового послания массовой аудитории. Основное событие формирует всё послание. В «Информ Полисе» от 13 сентября в центре внимания — главный анонс: «На выход! В ожидании кадровых перемен». Его послание: «Властные структуры Бурятии изменяются». Именно это послание становится основным и для формирования послания всего номера своему читателю: «Жизнь в Бурятии меняется, потому что меняется власть». Остальные анонсы: «Деньги или соцслужбы?», «Буддисты террористы?», «Солнечная Сонголия» — не оказывают значительного влияния на содержание общего типового послания ещё и потому, что главное послание по своему значению сильно превосходит остальные.

В отличие от дизайна номеров 2016 года, анонсы издания в «Информ Полисе» за 2017 г. можно разделить на две группы: 1) с подавляющим главным анонсом, формирующим типовое послание аудитории; 2) с относительно «равноправным» влиянием главного и второстепенных анонсов.

В 2016 году типовое послание таблоида читателю во многом имело отношение к власти. Особенно преуспел в этом «Номер один», создавший красочную картину тяжелой жизни людей и связал её с преступлениями и бездействием региональной власти.

В начале 2017 года в Бурятии сменился глава. Им стал молодой технократ Алексей Цыденов. Как результат, типовое послание самого агрессивного таблоида в Бурятии, «Номера один», несколько поменялось. Особенно ощутимым стало начало 2018 г., когда такое послание претерпело, пожалуй, самые большие изменения со времени прихода Алексея Цыденова: «Возможно, наверху что-то меняется, но жизнь опасна и несправедлива». Однако к марту 2018 года они вновь вернулись к изначальной таблоидной агрессии. Изменения в послании «Информ Полиса» 2017—2018 гг. в сравнении с 2016 г. более определённые, и связаны с динамикой развития графической модели, а также со сменой руководства региона. Первый фактор сработал на

увеличение агрессии в послании, второй — на ожидание изменений. В частности, определённый период 2017 г. характеризовался посланием: «Алексей Цыденов изменит власть, но жизнь опасна и несправедлива». Таким образом, изменение во властных структурах региона влияет на корректировку таблоидного послания читателю, но не способно изменить эмоционально-ценностное отношение таблоида к жизни. Оно продиктовано инстинктивными технологиями привлечения внимания массовой аудитории к публикациям. Это сообщает таблоидному дискурсу содержательную устойчивость и постоянство.

1. Степанов В.Н. Два полюса массовой коммуникации: провокативные жанры заботы и признания // Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия: Социально-гуманитарные науки. 2008. № 6. С. 73-81.
2. Степанов В.Н. Провокативные стратегии в текстах массовой коммуникации // Иностранные языки в высшей школе. 2011. № 1. С. 20-24.
3. Белоус Н.А. Социокультурный аспект анализа речевого конфликтного поведения // Известия Российского государственного педагогического университета им. А.И.Герцена. Общественные и гуманитарные науки. 2008. № 6(15). С. 30-48.
4. Сейранян М.Ю. Конфликтный дискурс и его просодический строй. М.: МПГУ, 2016. 242 с.
5. Сейранян М.Ю. Конфликтный дискурс как интеграция стратегического и коммуникативного действий // Казанская наука. 2012. Вып. 7. С.183-186.
6. Гончарова Е.С. Магический дискурс как суггестивный тип коммуникации // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 2: Языкознание. 2012. № 2. С. 167-170.
7. Серио П. Русский язык и анализ советского политического дискурса: анализ номинализаций // Квадратура смысла: Французская школа анализа дискурса. М.: ОАО ИГ «Прогресс», 1999. С. 337-383.
8. Лингвистический энциклопедический словарь / Гл. ред. В.Н.Ярцева. М.: Сов. энциклопедия, 1990. 683 с.
9. Дридзе Т.М. Текстовая деятельность в структуре социальной коммуникации. М.: Наука, 1984. 270 с.

References

1. Stepanov V.N. Dva poljusa massovoj kommunikacii: provokativnye zhanry zaboty i priznanija [Two poles of mass communication: provocative genres of care and recognition]. Bulletin of the south Ural state university, series "Linguistics", 2008, no. 6, pp. 73-81.
2. Stepanov V.N. Provokativnye strategii v tekstah massovoj kommunikacii [Provocative strategies in mass communication texts]. Foreign Languages in Tertiary Education, 2011, no. 1, pp. 20-24.
3. Belous N.A. Sociokul'turnyj aspekt analiza rechevogo konflikt'nogo povedenija [Socio-cultural aspect of analysis of speech conflict behaviour]. Izvestia: Herzen University Journal of Humanities & Science, 2008, no. 6(15), pp. 30-38.
4. Seyranyan M.Yu. Konfliktnyj diskurs i ego prosodicheskij stroj [Conflict discourse and its prosodic system]. Moscow, 2016. 242 p.
5. Seyranyan M.Yu. Konfliktnyj diskurs kak integracija strategicheskogo i kommunikativnogo dejstvija [Conflict discourse: an interplay of strategic and communicative actions strategic and communicative aspects of conflict discourse]. Kazanskaja nauka, 2012, no. 7, pp. 183-186.
6. Goncharova E.S. Magicheskij diskurs kak suggestivnyj tip kommunikacii [Magic discourse as suggestive type of communication]. Science Journal of Volgograd State University, Linguistics. 2012, no. 2, pp. 167-170.
7. Sériot P. Langue russe et discours politique soviétique: analyse des nominalisations. Langages, 1986, no. 81, pp. 11-41 (Russ. ed.: Russkij jazyk i analiz sovetskogo politicheskogo diskursa: analiz nominalizacij. Kvadratura smysla: Francuzskaja shkola analiza diskursa. Moscow, Progress, 1999, pp. 337-383).
8. Lingvisticheskij jenciklopedicheskij slovar' [Linguistic encyclopedic dictionary]. Moscow, 1990. 683 p.
9. Dridze T.M. Tekstovaja dejatel'nost' v strukture social'noj kommunikacii [Textual activity in the structure of social communication]. Moscow, 1984. 270 p.

Sibidanov B.B. Tabloid discourse in the regional Russian press: message to the reader. The article discusses tabloid discourse, which is a type of journalistic speech that appeared in the regional Russian press in the 1990-s and continues to thrive today. The study uses the most popular printed media of Buryatia, "Inform Polis" and "Number One" 2016—2018 issues, as material. The tabloid discourse is a phenomenon belonging to the media word, generated by specific social and historic conditions, in contrast to other discourses that claim to be universal (for example, provocative discourse). Besides, these universal discursive units are present in concrete historical discourses as building blocks. Thus, the tabloid type of media speech uses conflict discourse. Its goal is to attract the attention of the mass audience by exploiting their information instinct. The article argues that the first page of the newspaper contains a generalized message to the audience. In fact, this message is the tabloid discourse media text. The totality of generalized messages creates the content of each regional newspaper tabloid discourse. Most often, this message is highly aggressive, especially in the headlines of "Number One", a regional newspaper. However, the general semantic model of the message does not considerably change from issue to issue. The events related to the regional authorities sometimes influence its content. The message of the newspaper in 2016 can be formulated as "Life is uncomfortable, dangerous, and unfair". The change in the power structures of the region leads to the correction of the tabloid message to the reader, but is not able to change the emotional and value attitudes of the tabloid toward life. This gives the tabloid discourse content stability and regularity.

Keywords: the subjects of the media conflict, tabloid discourse, information instinct, empathy, media person, message to the reader.

Сведения об авторе. Б.Б.Сибиданов — кандидат исторических наук, доцент, ФГБОУ ВО «Бурятский государственный университет», Институт филологии и массовых коммуникаций, кафедра журналистики и рекламы, sibibair@gmail.com.

Статья публикуется впервые. Поступила в редакцию 15.11.2018.