Раздел II.

Тематика и проблематика, жанровые процессы в медиасфере

УДК 316.77; 070

В.Е. Беленко
Новосибирский государственный университет

ГЕРОИ И ПЕРСОНАЖИ РАЙОННОЙ ГАЗЕТЫ: ДИСКУРСИВНЫЕ ПРАКТИКИ РЕПРЕЗЕНТИРОВАНИЯ

В данной работе описываются дискурсивные практики репрезентирования героев и персонажей районных газет. Работа выполнена на материалах четырех «районок» Новосибирской области: с самым высоким и низким тиражом, с самым высоким и самым низким соотношением тиража с количеством жителей района. Опираясь на процедуры контроля при производстве дискурсов, предложенные М.Фуко, в статье рассматривается, какие субъекты, в каком качестве и по каким поводам имеют возможность преодолеть эту дискурсивную сеть ограничений.

Ключевые слова: дискурс, дискурсивные практики, районные газеты, герои, персонажи.

The work is devoted to the discourse practices of representation persons and characters in hinterland press (local press in rural areas) in the view of the types of prohibition in social control of the production of discourse, suggested by M. Foucault. It is described in the article: which persons, due to what issue, in what capacity would be able to thread the net of discourse prohibitions. The empirical base of the analysis were for newspapers: with the largest and the smallest circulations and with the largest and the smallest relation between the circulations and the inhabitants of that place.

Keywords: discourse, the discourse practices, "types of prohibition", hinterland press, local press, persons, characters.

Признанный классик и один из пионеров теории текста, теории речевых актов и анализа дискурса Тен ван Дейк полагал, что дискурс — «это сложное коммуникативное явление, которое включает в себя и социальный контекст, дающий представление как об участниках коммуникации (и их характеристиках), так и о процессах производства и восприятия сообщений» [1. С. 112].

Французская философская школа развила лингвистические и семиотические подходы до понимания дискурса как источника социального знания. Работы Мишеля Фуко, в частности, ставили целью описание тех общезначимых установок мышления и мировосприятия, которые обусловливают возникновение тех или иных общественных явлений.

Фуко придавал большое значение пронизывающим дискурс властным отношениям. «Язык, над которым уже работает власть», отражается в правилах дискурса, которые, несмотря на безличность и анонимность, отнюдь не нейтральны к тому, кто и как будет их использовать. В любом обществе производство дискурсов контролируется и организуется. Первая серия процедур такого контроля представляет собой различные способы исключения: «говорить можно не все, говорить можно не обо всем и не при любых обстоятельствах, и наконец, что не всякому можно говорить о чем угодно». Вторая разновидность процедур исключения представляет собой разделение в речи и при помощи речи разума и безумия и отбрасывание последнего. Третья совокупность процедур связана с оппозицией истинного и ложного в дискурсе [2. С. 51–53].

Таким образом, дискурс рассматривается как своего рода резервуар. Прежде всего, резервуар потенциальных объектов высказываний. Сложные и многочисленные условия появления объектов высказываний понимаются как «пучок связей», прежде всего, как исторические условия, при которых мы могли бы «говорить о чем-то», условия, при которых объект может вписываться в единую область с другими объектами, связанный с ними различными отношениями. Этот «пучок связей» не позволяет нам говорить все, что нам заблагорассудится.

Социально упорядоченный механизм порождения дискурсивных практик хорошо заметен в текстах СМИ. «Интенсивные взаимодействия журналистского дискурса с другими дискурсами, а также его внутренние напряженные и порой конфликтные взаимодействия интерперсонального и институционального начала происходят на поле текста и в пространстве текстов газет и журналов, теле- и радиопередач» [3. С. 110]. Можно заметить, что, чем более консервативно издание с точки

зрения источников финансирования и более зависимо от внешних, по отношению к редакционной политике, персон, групп и институтов, тем больше в нем дискурсов «внешних», таких, как «дискурс политического официоза», «дискурс благодарного населения» или «дискурс радеющего благодетеля».

«Дискурсивная практика — набор правил конструирования смыслов, форма сохранения коммуникативного опыта, актуального, например, для массмедиа» [4]. Это то, как создается сообщение, про которое мы можем сказать, например, «это дискурс политического официоза». Не в смысле, как журналист сидел и в какой руке он держал ручку, а в смысле, что он сделал такого в своем сообщении, что между строк читатель с нормальными интертекстуальными компетенциями видит эту наброшенную сеть институционального дискурса. Но так как условия продуцирования текстов, задачи издания, его территориальные и социальные «привязки» как на стороне «отправителя», так и на стороне «получателя» очень разнообразны, принято говорить о разнообразии (ансамбле) дискурсивных практик в связи с конкретными обстоятельствами издания.

При этом «дискурсивные практики могут конструировать как событие текста, так и персонажа (и именно ими мы займемся в данной работе — *прим. В.Б.*) — главное действующее лицо текста» [5. С. 17]. Конечно, сами журналисты считают, что никаких героев специально не конструируют. Журналистам кажется, что они лишь описывают, отражают, приводят слова и т.п. Однако само пространство дискурса подсказывает, диктует автору не только структуру жанра[1], но и то, о ком можно писать, о ком принято писать, о ком стоит писать, о ком надо писать. Напомним сформулированные Фуко процедуры контроля при производстве дискурсов: «говорить можно не все, говорить можно не обо всем и не при любых обстоятельствах, и наконец, что не всякому можно говорить о чем угодно». То есть табу на объект, табу обстоятельств, право стать говорящим субъектом.

Главный герой, главное действующее лицо, ньюсмейкер — очень важная категория журналистского дискурса, не сводимая к реальному индивиду. Можно сказать, что действующий, представленный в журналистском тексте субъект — это не просто человек: персонаж журналистского текста представляет собой некую социально и культурно обусловленную позицию в рамках структуры дискурса, которую извлекает из анонимного большинства (люди вообще, граждане страны, жители района и т. п.) журналист. Можно сказать об ориентированности героя или просто упоминаемого персонажа публикации на смысл, который пытается осуществить журналист, повинуясь коммуникативным стратегиям своего СМИ. И анализируя районное издание с позиции «о ком оно», можно выявить дискурсивные практики репрезентирования объекта журналистского текста (под которым в данной работе понимаются герои и персонажи), помня о том, что табу на объект — первая среди упоминаемых Фуко процедур контроля при производстве дискурсов.

Теперь ответим на вопрос о том, на каком материале проводилось исследование, и постараемся ответить на вопрос, почему именно на этом.

С точки зрения усиления внимания к локальным рынкам газетной прессы 2014 год можно считать знаковым (по крайней мере, таковым его называют авторы — а это всегда весьма авторитетные персоны и организации — отраслевого доклада «Российская периодическая печать. Состояние, тенденции и перспективы развития»[2]). Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям постаралось обеспечить в 2014 году приоритет региональных и муниципальных изданий при распределении федеральных субсидий на государственную поддержку реализации социально значимых проектов в печатных СМИ.

Это стало запоздалой реакцией государства на 131-й федеральный закон, согласно которому государственные районные администрации уступили место муниципальным районам, т.е. районные газеты остались без основного соучредителя. Учредителем местных государственных газет и редакций радиовещания выступили областные администрации, что позволило сохранить «районку», но поставило ее в зависимость от «нового начальника». Теперь осуществляется попытка «разбавить» деньги, которыми региональные (областные) власти делятся с местными СМИ «от себя» деньгами «от государства» и компенсировать резкое снижение газетами собственных доходов из-за увеличения цен на услуги распространения и на бумагу.

Всего в 2014 году Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям поддержало 215 социально значимых проектов в региональных и местных изданиях на сумму 49,6 млн рублей, а в бюджете 2015 г. размер денежных средств, выделенных на государственную поддержку реализации социально значимых проектов в региональных и местных печатных СМИ, вырос до 270 млн руб.

Несмотря на то, что редакционная политика малой прессы оказалась под влиянием рыночных процессов, а газеты значительно утратили свою популярность в неравной конкуренции, прежде всего, с сетевыми массовыми еженедельниками, местное население верит «рай-

---

[1] «Постоянно установленные обычаи — этикеты порядка осмотра мира (как мне кажется) — называются жанрами. ... Жанр — это не только установившееся единство, но и противопоставление определенных стилевых явлений, проверенных на опыте как удачные и имеющие определенную эмоциональную окраску и воспринимаемых как система. Система эта определяется в самом начале (в задании) через название...» [6. С. 278].

[2] Российская периодическая печать. Состояние, тенденции и перспективы развития / Отраслевой доклад Федерального агентства по печати и массовым коммуникациям, 2015 — URL: http://www.fapmc.ru/rospechat/activities/reports/2015/pechat/main/custom/o/o/file.pdf

онкам», ведь они не пускаются в погоню за тиражами, в них нет насилия и «желтизны», а жизнь простых людей, напротив, занимает основное место в содержательной структуре этих газет. В роли авторов, кстати, нередко выступают и сами читатели.

Это огромный сегмент газетного рынка России, и он, в целом, по-прежнему неплохо востребован населением на территориях выхода и распространения газет. В 2008 году (более поздние отчеты ФАПМК не содержат данных о районных газетах) доля аудитории таких изданий составляла 35% от общего населения страны[3]. Тираж местных газет в том году (32%) занимал достойное место среди тиражей газет федеральных (35%) и региональных (33%). В России около 1870 административных районов, а значит, не менее 1900 районных газет (в одном районе могут сосуществовать государственная и частная газеты). Так, в Новосибирской области только финансируемых областным правительством районных газет — 32.

Это специфичный сегмент российской периодики. «Консерватизм и традиционность аудитории приводят к тому, что любые изменения воспринимаются читателем негативно, и журналисты, следовательно, неохотно идут на модернизацию содержательной или композиционно-графической модели, смену логотипа и т. д. Неторопливость, спокойный уклад жизни, подчиненной сезонным полевым работам, практически полностью исключают появление на страницах местных газет сенсаций, громких публикаций; в большинстве материалов ослаблена событийность и оперативность, эти критерии качественного текста в районной прессе теряют свою значимость» [7. С. 20]. Однако в городах с населением более ста тысяч человек живет всего 45,5% россиян [8]. А значит потенциальная аудитория районных газет — более половины жителей нашей страны.

Для анализа были выбраны четыре районные газеты Новосибирской области. Данные об официальных тиражах районных газет, предоставленных областной администрацией, позволили выявить две газеты, которые имеют самый высокий и самый низкий тираж среди областных районных газет соответственно. А данные переписи населения на 1 января 2009 г. и соотнесение количества жителей района с тиражами изданий позволили выявить две газеты, имеющие самое высокое и самое низкое соотношение тираж/число жителей.

Соответственно, анализируемыми изданиями стали газеты «Наша жизнь» и «Знамя труда», а также «Трудовая жизнь» и «Коченевские вести».

Группа 1 — назовем их «успешные»: это газеты «Наша жизнь» и «Трудовая жизнь». Газета «Наша жизнь» выходит в Карасукском районе Новосибирской области в цвете на 24 полосах тиражом 9450–9750 экземпляров. «Трудовая жизнь» — газета Куйбышевского района Новосибирской области. Она выходит на 16 полосах, тиражом 7 000–8 000 экземпляров. Газета черно-белая.

Группа 2 — назовем их «непопулярные»: газеты «Знамя труда» и «Коченевские вести». Газета Усть-Таркского района «Знамя труда» выходит тиражом 2005 экземпляров. В газете 8 полос, некоторые из них (а именно, 1, 4–5 и 8) издаются в цвете. Самое низкое соотношение тираж/число жителей имеет газета Коченевского района, «Коченевские вести», выходящая на 8–20 полосах, тиражом 4700 экземпляров. Она, в основном, черно-белая, хотя некоторые полосы цветные: 1, 2 и 4.

Рассмотрим, что представляют собой дискурсивные практики репрезентирования персонажей районной газеты, обращая внимание на их различия в газетах различной степени популярности.

Во всех газетах присутствует если не пиетет, то уважение к деятельности местных (районных), а также областных властей. Чиновники администраций разных уровней — безусловный объект и даже субъект дискурса районного СМИ. В качестве субъекта они публикуют поздравления сельчанам с различными праздниками (от Дня победы до Дня хлебороба). «Минимальный набор» — поздравление от губернатора, председателя Областного совета депутатов, главы района, главы муниципалитета (местного города), главы местного заксобрания. Всего в номере может быть до шести таких «парадных» текстов. В качестве объекта дискурса представители власти фигурируют в двух видах текстов: тексты-цитаты (отчеты с пресс-конференций и выдержки из выступлений), тексты, в которых сами действия чиновников становятся информационным поводом (такие тексты есть в обеих группах газет, например, «глава Куйбышевского района посетил село Чумаково» [«Трудовая жизнь», 2014, №2]).

Расхождения в дискурсивных практиках изданий первой и второй группы из выделенных нами заметны в третьем типе текстов — тех, в которых представители власти оказываются гостями мероприятий. Так, газеты первой группы хоть и упоминают, что мероприятие посетил губернатор, но этот визит уходит как бы на второй план. Он не подается как «главное блюдо» в лиде, не обязательно попадает в кадр фотографии. «Мы просто освещаем это мероприятие, а то, что награды вручает губернатор — это уже вторично», — понимается из публикации.

В газетах второй группы внимание уделяется не просто мероприятию. Центральное место в публикациях занимает сам факт участия местной администрации. «Мы освещаем это мероприятие, потому что его посетил глава района или губернатор», — читается между строк. Например, в тексте про празднование Дня отца на первой странице нет ни одного упоминая председателя райсовета. Однако надпись на первополосной фотографии: «Председатель райсовета Владимир Осипов вручает почетный знак отцу шестерых детей Александру Баннеру» (председатель стоит спиной вполоборота) [«Трудовая жизнь», 2013, №46]. «Среди четырех молодых граждан нашего региона, добившихся высоких результатов на междуна-

[3] Российский рынок периодической печати, 2008 г. Состояние, тенденции и перспективы развития. Доклад Федерального агентства по печати и массовым коммуникациям, май 2008 года www. fapmc. ru/news/agency/2008/6/item393. html.

родных, общероссийских, межрегиональных, областных мероприятиях, наша землячка Валентина Михайлова» [«Наша жизнь», 2014, N°4] — на фото и.о. губернатора с Валентиной Михайловой. То есть газеты дают понять, что значимые чиновники посетили мероприятие (не забывают о них, а, возможно, таким образом проявляют своего рода журналистскую вежливость), однако не лигитимируют само мероприятие через «освещение» его приездом представителей власти.

А вот цитаты из газет второй группы. «Мероприятие открыл глава района Александр Петрович Турлаков. Он поздравил всех работников с профессиональным праздником, пожелав им всего только самого доброго, и вручил лучшим работникам за многолетний и добросовестный труд, личный вклад в развитие культуры Усть-Таркского района грамоты и благодарственные письма администрации» [«Знамя труда», 2014, N°14]. «Экспозиции по традиции посетил глава района Александр Карасёв с высокопоставленными гостями из Новосибирской области, приехавшими поздравить коченевцев с главным праздником селян. Встречали их как и положено: радушно и весело, песнями и хлебом-солью. В 11 часов в РДК началось торжественное награждение победителей районного соревнования. Подводя итоги уборочной страды, глава района А. А. Карасёв сказал: ... (и далее 57 строк его прямой речи) [«Коченевские вести», 2013, N°50].

Казалось бы, схожие ситуации: мероприятие, которое посетил важный чиновник, само собой разумеется, не может быть мелким для района, а значит, журналисты им в любом случае заинтересуются. Однако легитимировать мероприятие участием в нем чиновника вовсе не обязательно. Приведенные выше примеры показывают, как различные дискурсивные практики внедрения в текст представителя власти рождают разный коммуникативный эффект сообщения. А главное — что первый вариант работы с чиновниками как с персонажами журналистского текста более привлекателен для читателей (судя по уровню популярности издания на своей территории растпространения).

Все издания большое внимание уделяют жителям района, отмечая их успехи в творческих конкурсах и профессиональных соревнованиях. Так в анализируемых девяти номерах газета «Наша жизнь» упоминает 703 земляков, «Трудовая жизнь» — 287, «Знамя труда» — 297, «Коченевские вести» — 474 (выборка составила по девять номеров всех перечисленных выше изданий, с 3 сентября 2013 г., с шагом в пять номеров). Посмотрим, есть ли различия в работе с местными жителями как с объектами публикаций на уровне дискурсивных практик.

Дискурсивные практики освещения мероприятий и побед в них жителей достаточно похожи во всех анализируемых изданиях: «По итогам лучшими стали Сережа Гордеев, Данила Пермяков, Алеша Зайцев» [«Знамя труда», 2014, N°14], «Звонким голосом покорила зал Виктория Шевчук, исполнившая песню «Лети, перышко». Красиво звучала и песня «Было, но прошло» в исполнении Суфии Сладко» [«Знамя труда», 2014, N°14], «В р.п. Чик прошёл конкурс красоты среди школьниц «Мисс Весняночка–2014». За титул боролись 8 участниц в возрасте 10–12 лет. Победительницу определило жюри, в состав которого вошли директор Дома культуры «40 лет Октября» Галина Штейзель, хореограф Екатерина Ворончихина и воспитанник Чикской школы N°7 Вячеслав Чадин. Поддерживали конкурсанток участники вокальной студии «Голос будущего», ансамбль «Школьные годы» и танцевальный коллектив «Каблучок». Роль ведущих на себя примерили активные участники творческой самодеятельности села Юрий Байсакалов и Андрей Лемконцев» [«Коченевские вести», 2014, N°14]. «По итогам конкурса I место присуждено Айдару Досжанову из аула Нижнебаяновский (в возрастной категории 7–12 лет) и Дарье Юартош из Михайловского (13–18 лет), а специальный приз жюри получили Данил Савота из Октябрьского и Юля Куликова из Хорошего» [«Наша жизнь», 2014, N°14].

В журналистских текстах районной газеты местный житель талантлив, любим, успешен в своем деле или хобби. «Принадлежность к местному сообществу, которая уже сама по себе выступает как положительная характеристика любого персонажа журналистского текста, часто означает одновременно наличие других положительных качеств» [4]. Здесь совсем нет критических текстов, текстов-обличений и возмущений. Еще бы: как потом журналисту жить с человеком на соседних улицах, если он про него гадости написал (независимо от того, были ли эти «гадости» оправданны). Здесь нет текстов типа «досье», тексты про местных жителей имеют наградную (порадоваться, поблагодарить, погордиться) и воспитательную («смотрите, какие у нас есть люди, вот бы все такими были») функцию. И в анализируемых газетах заметна разница в том, насколько полноценно и глубоко реализуются в них эти функции. Так, «Наша жизнь» успевает охватить большее количество мероприятий и персонажей, газета практикует публикацию очень большого количества фотографий местных жителей. Тогда жители района не просто видят упоминание фамилии, но и могут по фотографии убедиться, что этого человека они видели в своей селе или городе, знакомы с ним. Такая дискурсивная практика, судя по популярности «Нашей жизни», достаточно аккуратно укладывается в ложе ожиданий читателя.

А вот иной вариант реализации наградной функции выглядит не особенно удачным. Дискурсивные практики рассказа об успешных жителях района сводятся в большинстве текстов изданий из второй анализируемой нами группы к перечислению фамилий участников, победителей или награжденных. И хотя формальности соблюдены: людей упомянули, никого не забыли, — такая дискурсивная практика характерна для газет, менее популярных у читателей. Любовью к перечислениям злоупотребляет «Знамя труда», тексты которой зачастую строятся по схеме: «На уборке были отмечены» и далее идут 18 фамилий. Видимо, эти выхолощенные, безадресные упоминания не реализует наградную функцию должным образом. Еще пример: «12 декабря 2013 года Госавтоинспекция и Управление образования Коченёвского района провели семейную интеллектуально-спортив-

ную игру на знание Правил дорожного движения «Папа, мама, я — знающая ПДД семья» [«Коченевские вести», 2013, №51] — и внутри текста упоминаются 12 человек.

Самое серьезное различие в дискурсивных практиках работы с героями и персонажами просматривается в текстах, посвященных одному герою. Здесь проходит главный, как нам кажется, водораздел между изданиями первой и второй группы. В десяти проанализированных номерах газеты «Наша жизнь» таких «портретных», «очерковых» текстов встретилось 36, в газете «Трудовая жизнь» — 19, в «Знамени труда» — 3 и в «Коченевские вести» — 8. То есть издания первой, успешной группы, заметно отличаются по этому параметру от изданий второй.

Что это значит? Во-первых, такая работа предполагает большую трудоемкость и большую социальную зоркость журналистов. Журналист должен узнать об интересном человеке (возможно даже, от самих читателей или по ходу работы над другой темой), собрать про него информацию (отзывы, мнения), съездить к нему, чтобы пообщаться лично, сфотографировать и, наконец, представить человека аудитории. А во-вторых, и это самое главное, эта практика весьма наглядно демонстрирует реализацию дискурсивных ограничений в виде «табу на объект», когда журналистам в принципе не кажется, что об этих людях можно говорить. «Кто они, собственно, такие? Не побеждали, не награждались, глава района руку им не жал. Этак мы про всех, что ли, писать будем?» Логика понятна, однако корреляции между количеством читателей у газеты и количеством тех или иных текстов [9. С.82–91] показывают, что сеть дискурсивных предписаний о том, какие в принципе существуют места и позиции в поле журналистского дискурса районной газеты, должна быть максимально крупноячеистой. О ком можно писать? О ком стоит писать? О ком надо писать? И объединяющий вопрос: кто в принципе достоит быть извлеченным из анонимной массы жителей района? В районной газете, если она добивается внимания читателей, ответ на эти вопросы должен быть максимально широкоохватен.

«Трудовая правда» пишет о почтальоне, о ветеринаре, об участковом уполномоченном, о вице-капитане местной волейбольной команды, электромонтере, пекаре, фельдшере, студентке филиала НГПУ, местном факелоносце, помощнике следователя, об истории семьи Доброхотовых и т.д. «Наша жизнь» делает главными героями своих материалов спортивное семейство карасукчан Толстых, проводит акцию «С букетом к папе», которая позволяет рассказать о хлеборобе и любящей его семье, пишет о женщине, занимающейся разведением цветов, начальнике тяговой подстанции Карасукской дистанции электроснабжения, молодом нумизмате, кладовщике МУП «Коммунальщик», ученице школы и т.д.

Любопытный пример дискурсивной практики, связанной с введением в пространство массовой коммуникации главного героя, представляет собой акция газеты «Наша жизнь». Суть ее очень проста: в каждом номере в период уборки зерна журналист с фотографом вместе с мамой и детьми приезжали с букетом цветов к папе, который работал на комбайне в поле. То есть журналисты собирали «заявки» от семей (понятно, что жены делали это втайне от мужей), редакция покупала и отдавала маме огромный и прекрасный букет, а папа был крайне смущен, удивлен и тронут. А журналист просто рассказывал про семью и описывал происходящее. Живые, искренние фотографии дополняли живой рассказ.

Если посмотреть на проект через призму интересующих нас дискурсивных практик создания героя материала, то уникальность его в том, что парадная жизнь людей, представленных в районной газете (конечно, обычный человек готовится в приезду журналиста, к общению с ним, говорит о себе и о своей жизни какие-то правильные слова) отодвигается в сторону, пропуская в приоткрывшуюся щелочку жизнь личную, семейную, домашнюю. Поэтому от репортажей этого проекта остается ощущение трогательности и доверительности, которое журналист проводят от обычной (но счастливой) сельской семьи к читателям. Практика интимизации, без пошлости и копания в чужой жизни, — вот то, что сопровождает подобные акции и высоко ценится читателями.

Еще один важный момент: более популярные газеты пишут про этих людей «просто так», а не потому, что они самые лучшие (их за что-то награждали), и не потому, что у них юбилей. Надо сказать, что юбилейная легитимация героя очень популярна как раз в изданиях второй группы. Грань между дискурсивными практиками — «пишем, потому что живет рядом с нами» и «пишем, потому что юбилей». В первом случае журналист стремится дать понять, что герой интересен сам по себе, даже если есть какой-то внешне детерминированный повод для обращения к нему (студентка Татьяна накануне Татьяниного дня). А во втором случае журналист не стремится к этому: «мы пишем об этой бабушке, потому что у нее юбилей». Это похоже на внешнюю легитимацию журналистских тем: мы пишем о мероприятии, потому что его посетил глава района, мы пишем о человеке, потому что у него юбилей, мы пишем о сотруднике, потому что этого хотят его коллеги.

Однако есть дискурсивные практики введения в журналистский текст каких-либо персонажей, в которых внешняя детерминация (не редакция захотела, а со стороны потребовали) как раз чаще встречается в газетах с большим количеством читателей. В хороших изданиях сами читатели становятся «говорящими субъектами», вырастая из молчаливой, абстрактной «аудитории» до людей, которым позволено что-то спрашивать, а значит, и требовать: информацию или реальные изменения. Для сравнения: в попавших в выборку номерах в газетах «Знамя труда» и «Коченевские вести» вопросов и писем читателей 8 и 3 соответственно. В то время как в газете «Наша жизнь» — 17, а в газете «Трудовая жизнь» — 35. В этой газете есть рубрики: «Читатели пишут», «Письмо с комментариями», «Проблема, как она есть», «Наболело», «Обзор писем», «Нам пишут»; журналисты отслеживают, обобщают, реагируют на обсуждения публикаций, которые газета организует в соцсети «Одноклассники». Читатель наделяется правом голоса, он «дергает» журналистов, требует у них ответа, объяснения, требует найти людей, которые объяснят, высказывает свое мнение. Естествен-

но, что мы говорим не столько о реальном положении дел (не исключено, что какие-то вопросы задают и какие-то письма пишут сами журналисты), сколько о дискурсивных особенностях районных изданий, более и менее популярных у жителей района: дискурсивные практики наделения читателей правом спрашивать реализованы именно в успешных изданиях.

Соответственно, опубликованные вопросы читателей или неопубликованные информационные потребности мыслимого журналистом жителя района[4] «втягивают» на газетную полосу людей, которые в силу своей должности рассказывают о сезонных прививках, зимовке скота, покупке резерфордов, защите от половодья и т.п. Причем это не большие интервью, а конкретные комментарии, вызванные из молчаливого небытия информационными запросами читателей.

Обобщим полученные выводы. В районных изданиях не встречается персонализованного критического или обличительного дискурса. В текстах районных газет в качестве действующих лиц, героев и персонажей выступают: чиновники местной и областной администрации, депутаты законодательных собраний разных уровней; сотрудники различных организаций, обращение журналистов к которым было продиктовано не интересом к самому человеку, а должностью, который он занимает (например, было необходимо прокомментировать тему паводка); люди, которые упоминались в публикациях вскользь, в ряду других участников мероприятия; люди, которым уделено центральное внимание в материале, которые стали его главным героями; люди, которые на страницах газеты задают вопросы и публикуют письма. Причем если вы житель района, но не его руководитель, то вы попадете на страницы родной газеты в списке фамилий людей, принявших участие в каком-то мероприятии (конкурсе, соревновании, награждении, праздновании).

Существуют определенные различия дискурсивных практик работы с персонажами публикаций в изданиях, более и менее популярных у читателей. В газетах с большим количеством читателей гораздо реже встречается (практически никогда) оправдание внимания журналистов к мероприятиям или людям через внимание к ним представителей власти. В этих изданиях заметно больше героев, которые упоминаются не вскользь, в ряду многих, а внимание к которым сфокусированно. Причем наградная функция дискурсивных практик вовлечения в пространство газеты жителей района (делания из просто бабы Клавы центрального персонажа публикации) ослаблена. В этих газетах существенно чаще, чем газетах с меньшим количеством читателей, встречаются тексты, сфокусированные на одном человеке не потому что он «победил», «участвовал», «занял», «отметил юбилей», а как будто просто так, просто потому что он показался интересным журналистам. При этом дискурсивная сеть ограничений («про этого мы писать не будем, потому что...») имеет гораздо более широкие ячейки, сквозь которые безболезненно проходит большее количество персонажей, про которых пишут как бы «нипочему». Отметим также, что в изданиях с большим количеством читателей не только представители власти (а именно: глава области, глава облсовета, глава района), но и читатель имеет право занять позицию субъекта высказывания. Причем за вопросом или замечанием читателя должна последовать реакция журналиста, который или сам, или с привлечением соответствующего должностного лица ответит на вопрос или получит комментарий.

Литература

1. Ван Дейк Т. Язык. Познание. Коммуникация. — М.: Прогресс, 1989. — 312 с.
2. Фуко М. Воля к истине: по ту сторону знания, власти сексуальности. — М.: Касталь, 1996. — 448 с.
3. Силантьев И.В. Текст в системе дискурсных взаимодействий // Критика и семиотика. — Вып. 7, — 2004. — С. 98–123
4. Чепкина Э. Конструирование оппозиции «свой» — «чужой» в журналистском дискурсе (на материале районных газет Пермской области) // Толерантность — гармония в многообразии. URL: http://www.tolerance.ru/Svoi-chugoi.php?PrPage=SMI
5. Автохутдинова О. Ф. Практики конструирования Другого как персонажа журналистского дискурса / О. Ф. Автохутдинова // Известия Уральского государственного университета. Сер. 1, Проблемы образования, науки и культуры. — 2011. — N°3 (92). — С. 16–26.
6. Шкловский В.Б. Тетива. О несходстве сходного // Шкловский В.Б. Избранное в 2-х томах. Том 2. — М.: Художественная литература, 1983. — 306 с.
7. Кислая Л.Н. Редакционная политика районной прессы (на примере газет Новосибирской области) / Диссертация на соискание уч. степ. канд. филол. наук (10.01.10). Екатеринбург, 2008.
8. Нефедова Т. Городская сельская Россия // Полит.ру, 13.01.2004. URL: http://polit.ru/article/2004/01/13/demoscope141/
9. Беленко В.Е. Субъектная структура районных газет Новосибирской области: сравнительный анализ изданий с различным уровнем популярности // Вестник НГУ. Серия: История, филология, — 2015. — Т. 14, вып. 6: Журналистика. — С. 82–91.
10. Бахтин М.М. Эстетика словесного творчества. — М.: Иск-во, 1979. — 423 с.

[4] Понятно, что в письменных или печатных текстах интеракционная природа дискурса менее заметна, чем в устных его проявлениях. В текстах затрудненность обратной связи — свойство, являющееся одним из основных в определении коммуникации как массовой. И хотя интеракция, таким образом, оказывается разорванной в пользу масс-медиа, коммуникация невозможна без воспринимающего субъекта и изначально нацелена на какую-то аудиторию. Здесь более, чем выражение «интерактивность», уместно понятие диалогических отношений как ориентации на чужое восприятие, на адресата. Эти отношения шире диалогической речи в узком смысле, поскольку «событие жизни текста, то есть его подлинная сущность, всегда развивается на рубеже двух сознаний, двух субъектов...» [10. 1979, С. 136]. То есть если ты не знаешь своего читателя, то тебе надо его хотя бы представить.