

Актуальные проблемы журналистики

Сборник трудов молодых ученых

Выпуск XIII

Томск • 2018

имен знаменитостей. Например, массовая газета «The Sun» обыгрывает фамилию футболиста Лукаку, созвучную со словом «look» (to look – смотреть) ‘Luk-ing to God [«Смотря на Бога», The Sun, 29th October 2014].

И в массовых, и в качественных изданиях фотографии могут перекликаться. Но все же качественные издания стараются выбирать фотографии нейтрального характера, в то время как таблоид может поместить в статье фотографию с нелепым жестом или странным выражением одного из героев публикации.

Таким образом, с помощью определенных приемов журналист захватывает внимание читателя, вовлекает его в содержание статьи. Эти приемы создают иллюзию близких отношений, что увеличивает интерес к чтению всего возможного о знаменитых людях.

Материалы о знаменитостях в качественных изданиях носят более консервативный и сдержанный характер, безэмоциональны и объективны. Массовые издания могут позволить себе неформальность, эмоциональность, вмешательство в частную жизнь; спектр приемов в таблоидах шире, чем в качественных.

Дарья Андриянова

ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ СОЦИАЛЬНЫХ СТЕРЕОТИПОВ В ТАБЛОИДЕ «КОМСОМОЛЬСКАЯ ПРАВДА» (2017-2018 гг.)

Томский государственный университет
Науч. рук. канд. филол. наук Т.Н. Черепова

Актуальность предлагаемой темы определяется проникновением массовой культуры во все сферы жизни и её влиянием на возникновение социальных стереотипов. Большую роль в трансляции новых образов и ценностей играют массмедиа, в частности, таблоиды. Анализ массовой газеты «Комсомольская правда» позволяет зафиксировать процесс образования новых и трансформации старых социальных стереотипов, а также способы их воздействия на общественное сознание на примере публикаций данного издания.

В настоящее время в мире господствующее место занимают усредненные и заниженные культурные ориентиры – массовая культура, понимаемая как знаковая система, доступная всем [1].

Исследователи выделяют следующие характеристики данного фе-

номена:

коммерция как основа существования массовой культуры (превращение творческого продукта в товар и его широкое тиражирование);
ориентация на усреднённую личность;
воздействие на эмоциональный уровень сознания.

Под влиянием массовой культуры формируется массовое сознание – сознание больших масс людей, особая форма обыденного сознания, которая появляется под влиянием СМИ [6].

Впервые о понятии стереотипа как важном аспекте современной культуры заговорил Уолтер Липман в книге «Общественное мнение». Исследователь даёт следующее определение данному понятию: стереотип – это стандартные (упрощённые) варианты интерпретации реальности. Липман выделяет такие функции стереотипа, как:

экономия усилий;
психологическая защита (мы получаем упорядоченные и непротиворечивые сведения о мире).

Социальный стереотип – это устойчивая совокупность представлений, складывающихся в сознании на основе личного и общественного жизненного опыта [4].

В науке выделяются следующие виды стереотипов:

политические;
этнические;
гендерные;
духовно-нравственные;
поведенческие.

Одними из основных проводников социальных стереотипов сегодня являются СМИ. Подача информации имеет однобокий характер: подробное описание получают «нужные» сведения, в то время как «ненужные» умалчиваются.

Г. Шиллер в книге «Манипуляторы сознанием» указывал следующие методы влияния СМИ на социум и человека:

фрагментация информации СМИ;
немедленность передачи информации.

Применение данных методов приводит к пассивности индивида. Их задача – создание и сохранение в общественном сознании искажённой картины реальности.

Особую роль в формировании социальных стереотипов играют популярные печатные издания, в том числе, массовый еженедельный таблоид «Комсомольская правда».

Большое количество социальных стереотипов уже существует. Вме-

сте с тем появляются новые стереотипы или старые обретают новое прочтение. Мы постараемся проследить, как осуществляется манипуляция сознанием с помощью стереотипов на примере газеты «Комсомольская правда».

При работе над темой были проанализированы публикации «КП» с ноября 2017 г. по март 2018 г. Анализ проводился по следующим критериям:

Тематика публикации.

Жанр публикации.

Авторская позиция.

Разновидность мифа или стереотипа (политический, этнический, гендерный, духовно-нравственный и др).

Воздействие на эмоции (лексика).

Анализ показал следующее. Одними из самых распространенных стереотипов сегодня являются гендерные. Часто они заключаются в отрицании маскулинных качеств женщины. Гендерные стереотипы возникают в публикациях об отношениях между мужчинами и женщинами, родителями и детьми. Например, в номере от 1 марта 2018 г. в статье, написанной от первого лица журналистом Александром Ермаком, «Одинокий мужчина познакомится...», описывается образ женщины-руководителя. В публикации автор пишет: «На фотографии – женщина-руководитель в деловой одежде за рабочим столом, строгий взгляд <...> Ответил ей: «Такими фотографиями и анкетными данными вы всех мужиков распугаете» [3]. Затем журналист рассказывает, как помог женщине изменить её страницу на сайте знакомств, подобрать «нужные» фотографии. В результате этой трансформации через несколько дней подопечная обрела женское счастье. История утверждает мысль о том, что женщине нельзя быть лидером, в противном случае она обречена на одиночество. Это новый взгляд на ситуацию, основанный на традиционных ценностях. Ранее, в советские времена, стереотип об идеальной женщине заключался в том, что она хорошая работница на производстве, дома – прекрасная хозяйка и мать, а также верный друг своему мужу. В 90-е годы утвердился образ женщины, активно участвующей в преобразованиях, заботящейся о карьере. Сегодня стереотип изменился: женщина – это хорошая жена и мать семейства, а женщина-карьеристка теперь воспринимается негативно.

В номере от 16 ноября 2017 г. опубликовано сообщение о смерти единственной дочери Людмилы Гурченко Марии Королёвой. Заголовок указывает, о чём конкретно пойдёт речь: «Мужья Гурченко заботились о её дочери больше, чем сама артистка» [2]. Людмила Гурченко в данном материале предстаёт как женщина, пренебрегающая материнским дол-

гом. В публикации акцент со смерти Королёвой смещён на её тяжёлые отношения с матерью и одинокое детство. Смерть М. Королёвой представляется как логический результат непростой судьбы женщины, которой много негативных переживаний пришлось испытать из-за матери. Публикация демонстрирует распространённый гендерный стереотип, утверждающий, что женщина – хранительница очага, жена и мать. Если она избирает иной жизненный путь, то её и её близких ждут несчастья.

В публикациях таблоида один материал может содержать несколько социальных стереотипов. Например, в номере от 1 марта 2018 г. статья «Кому платить за медицину – бюджету или гражданину?» поднимается дискуссионный вопрос о платной и бесплатной медицине. Данная публикация демонстрирует следующий ряд стереотипов:

Всё лучшее – богатым: «Насколько можно судить из доклада, его авторы имеют в виду разделение полисов на две категории. Первая – для льготников и неимущих – изменений не претерпит и останется бесплатной. Вторая – для состоятельных граждан – будет расширенной и частично ими оплачиваться» [5]. В 90-е годы элитная часть населения воспринималась как двигатель развития государства: они лучшие потому, что работают для страны. Сегодня богатые подвергаются критике. В статье явно отражена идея противопоставления двух слоёв населения.

Запад – зло: «Частная медицина, которую так хвалят на Западе, по сути, кабальная система. Пациент платит деньги, потому что не может не платить. Только спасите!» [5]. В 90-е годы Запад был примером для подражания.

Власть равнодушна к народу: «В правительстве обсуждают реформу обязательного медицинского страхования (ОМС). Шаги, которые рассматривают на заседаниях, мало касаются пациентов. Это скорее внутренние разборки, связанные с перераспределением денег внутри системы» [5].

Автор публикации настроен скептически, эмоционален, использует разговорную лексику.

Кроме представленных в докладе примеров можно отметить присутствие политических, этнических и возрастных стереотипов.

Анализ публикаций продемонстрировал, что таблоид «КП» является транслятором большого количества стереотипов. Одна публикация может содержать и «раскрывать» как один стереотип, так и несколько. Социальные установки часто сопровождаются нейтральной лексикой, а также сниженной, допускающей разговорные слова. Подобные журналистские материалы обязательно эмоционально окрашены и отражают определённую позицию автора. Все это в целом позволяет изданию активно воздействовать на эмоциональный уровень сознания читателей и

формировать у них некритическое восприятие информации благодаря односторонней подаче фактов, а также транслировать и утверждать различные социальные установки.

Литература:

1. Арефьев М. А., Давыденкова А. Г. Массовая культура как доминантная культура глобализирующегося общества / Труды Санкт-Петербургского государственного института культуры. Том 206. 2015. С. 194.
2. Велигжанина А. Мужья Гурченко заботились о её дочери больше, чем сама артистка // Комсомольская правда. 2017. № 46т. С. 17.
3. Ермак А. Одинокий мужчина познакомится... // Комсомольская правда. 2018. № 09т. С. 12.
4. Ильюшкин В. В. Социальный стереотип как концентрированное выражение социальной установки / Вестник науки и образования. 2015. № 1(3). 87-92 с.
5. Козлова А. Кому платить за медицину – бюджету или гражданину? // Комсомольская правда. 2018. № 09т. С. 2.
6. Попова В. О., Балежина Е. А. Роль средств массовой информации в формировании стереотипов массового сознания / Вестник Пермского университета. Философия. Психология. Социология. 2015. №2 (22). С. 89.