

Бешкарев Алексей Александрович

РЕГИОНАЛЬНАЯ ВЛАСТЬ КАК ОБЪЕКТ ЖУРНАЛИСТСКОЙ ПРОПАГАНДЫ (НА ПРИМЕРЕ РЕСПУБЛИКИ КОМИ)

В статье рассматривается методика пропаганды региональной власти (в лице Главы республики и председателя госсвета) в Республике Коми в период, предшествовавший выборам в госсвет и задержанию правительства республики. Делается вывод о том, что имидж власти эволюционировал в связи с развитием политической ситуации, и в кульминационный период предвыборной кампании образы главы и председателя госсвета тяготели к таким стереотипам, как "борец", "сильная рука" и "свой парень".

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/2/2016/11-2/2.html

Источник

Филологические науки. Вопросы теории и практики

Тамбов: Грамота, 2016. № 11(65): в 3-х ч. Ч. 2. С. 15-17. ISSN 1997-2911.

Адрес журнала: www.gramota.net/editions/2.html

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/2/2016/11-2/

© Издательство "Грамота"

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: www.gramota.net

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: phil@gramota.net

УДК 316.77

В статье рассматривается методика пропаганды региональной власти (в лице Главы республики и председателя госсовета) в Республике Коми в период, предшествовавший выборам в госсовет и задержанию правительства республики. Делается вывод о том, что имидж власти эволюционировал в связи с развитием политической ситуации, и в кульминационный период предвыборной кампании образы главы и председателя госсовета тяготели к таким стереотипам, как «борец», «сильная рука» и «свой парень».

Ключевые слова и фразы: пропаганда; образ власти; региональные СМИ; Республика Коми; манипулятивные приемы; пиар.

Бешкарев Алексей Александрович, к. филол. н.

*Сыктывкарский государственный университет имени Питирима Сорокина
beshi@mail.ru*

РЕГИОНАЛЬНАЯ ВЛАСТЬ КАК ОБЪЕКТ ЖУРНАЛИСТСКОЙ ПРОПАГАНДЫ (НА ПРИМЕРЕ РЕСПУБЛИКИ КОМИ)

После того, как 19 сентября 2015 года начались задержания представителей высшего руководства Республики Коми, стало очевидным, что их авторитет во многом держался на пропагандистских усилиях проправительственных СМИ. В этой связи небезынтересно проанализировать, каким предстал образ власти в наиболее официозных сетевых СМИ региона: ИА «БНК» и на сайте газеты «Республика».

Власть всегда предстает в журналистских текстах в персонифицированном виде, ассоциируясь с конкретными личностями. В нашем случае наиболее представительными в качестве объектов для наблюдения оказались Глава Республики В. Гайзер и председатель госсовета И. Ковзель, сообщения о которых появлялись в новостных лентах «БНК» и «Республики» особенно часто. Можно заметить, что уже в начале января, в период традиционного новостного затишья, Гайзер и Ковзель еженедельно присутствуют в публикациях «БНК»: «Глава Коми призвал прокуроров быть принципиальными и выдержанными в борьбе с коррупцией» [7]. Каждая из таких новостей набирает десятки комментариев (порой больше, чем сообщения криминальной тематики), как правило, негативных по отношению к их персонажам, следовательно, попытки журналистов представить в выгодном свете представителей власти в основном не имеют успеха.

С марта по начало июня В. Гайзер и И. Ковзель чаще всего предстают в новостях как участники официальных мероприятий и праздников: «Прекрасных дам с наступающим торжеством поздравил и председатель Госсовета Коми Игорь Ковзель» [6], «Фронтников и тружеников тыла поздравил глава республики Вячеслав Гайзер и председатель Госсовета Коми Игорь Ковзель» [3]. Положительная реакция читателей на их действия программируется реакцией очевидцев: «Под бурные аплодисменты зала Елене Ваенге преподнесли большую корзину цветов от главы Республики Коми Вячеслава Гайзера» [9]. Таким образом, делается попытка распространить авторитет того, что ценится и уважается аудиторией, на то, что ей предлагает источник коммуникации, связав в сознании читателя образ главы и председателя госсовета с творчеством популярной певицы Ваенги или почитаемыми праздниками 8 марта и 9 мая. При этом большинство подобных событий поданы таким образом, что именно участие представителей власти превращает их в медийные поводы. Положение Гайзера неизменно подчеркивается фоторядом, где он оказывается в композиционном центре. Так, в репортаже «В Сыктывкаре чествовали мастеров спорта» на главном снимке мастер спорта по пулевой стрельбе Е. Паршукова оказывается в правом краю кадра, тогда как Гайзер обращен лицом к камере и занимает центральное положение [2]. Таким образом, любое действие главы и его окружения предстает как значимое, служащее катализатором позитивных перемен.

По мере приближения выборов в госсовет с конца мая и до конца лета количество сообщений с участием главы и председателя госсовета возрастает. Именно этот предвыборный период оказался наиболее существенным в формировании привлекательного образа власти, когда журналисты вырабатывают несколько взаимодополняющих стратегий, благодаря которым Гайзер предстает перед аудиторией в различных ипостасях, обращенных к разным слоям населения. 1) «Борец за справедливость». Летом Гайзер совершает ряд поездок по проблемным объектам республики. Заголовки репортажей, написанные, как правило, в будущем времени, убеждают, что благодаря усилиям главы недочеты будут устранены: «Прилузские фермеры готовят альтернативу Кировской молочной продукции» [11], «Стройплощадки в Ухте оснастят видеокамерами» [13].

Поскольку борьба невозможна без отрицательных персонажей, то ими обычно выступают представители местных властей. Элемент конфликтности служит для привлечения внимания читателей, а характерное в целом недоверие аудитории к власти целиком переносится на региональных руководителей. Гайзер неизменно выходит победителем из словесных поединков, выявляет недостатки работы и на месте разбирается с проблемами: «Долго разбираться в том, кто прав, а кто виноват, Вячеслав Гайзер не стал, а поручил “закрыть проблему” в кратчайшие сроки» [12]. В связи с этим можно выделить еще одну разновидность образа главы: 2) авторитетный лидер.

В ряде случаев оценку Главе дают второстепенные персонажи, что призвано служить подтверждением истинности наблюдений репортеров: «Направившаяся в пункт голосования молодая мама с коляской пришла объяснять старшему сыну-дошкольнику, кого они сейчас увидели: – Это самый главный человек

в республике. Он самый умный, самый сильный. – Такой сильный, что может поднять машину? – уточнил мальчуган. К сожалению, расслышать, что ответила на это мама, не удалось» [4]. Этот диалог, явно отсылающий к архетипу «мудрого ребенка», подкрепляет объективность журналистских наблюдений и закрепляет образ Главы как харизматичного лидера.

Идея всепроникающей власти Гайзера, способность решить любые проблемы единственно своим присутствием порой даже начинают граничить с сакрализацией его образа: «В полдень поздравить десантников приехал глава Коми Вячеслав Гайзер. Удивительно, но после его приезда дождь кончился и на небе засияло солнце» [1]. Третий тип, следуя за хрестоматийной теорией, сформулированной еще в конце 1930-х гг. в США Институтом анализа пропаганды, давшим классификацию манипулятивных приемов в масс-медиа, можно обозначить как «свой парень» [8]. В этом случае, освещая деятельность Главы или председателя госсовета, журналисты подчеркивают демократичность их поступков, простоту интересов, близость к заботам среднего человека. Эти черты чаще заявляют о себе в публикациях конца лета – начала осени и особенно после выборов в госсовет. «Неформалка Катя призналась председателю Госсовета Коми в любви» (фотопубликация в группе «БНК» «ВКонтакте» 10.06.2015), «В торговых рядах ремесленников Вячеслав Гайзер приобрел изделия из дерева – ложку и ковш, сообщив, что деревянная утварь пригодится ему в бане», «Председатель Госсовета Игорь Ковзель купил коми-погребушку (опечатка – вместо «погремушку» – А. Б.) и футболку с надписью “Яг Морт – жив” в торговых лавочках» [Там же], «Волеизъявляться губернатор в этот раз пришел в одиночестве и неформальном костюме – джинсах и пуловере. Отстояв очередь из нескольких человек у кабинок, глава республики опустил пачку из четырех бюллетеней в урну, около которой дежурила сотрудница избирательной комиссии с сорокасантиметровой линейкой. К школьному гаджету женщина прибегала в случае, если сложенная стопка бумаг застревала в щели урны» [5].

Таким образом, в течение января-сентября 2015 года образ наделенных властными полномочиями лиц в проправительственных СМИ эволюционирует в соответствии с социальным заказом момента. В начале года освещение деятельности главы республики и председателя госсовета подчеркивает стабильность ситуации, плановую работу, прерываемую лишь участием в общенародных праздниках и знаковых событиях (награждениях, концертах и т.п.). При приближении выборов и связанной с этим необходимостью продемонстрировать эффективность «партии власти» в изображении Главы начинают преобладать черты борца, вникающего в частные проблемы маленького человека и способного преодолеть произвол местных чиновников. В дальнейшем, апеллируя к наиболее активной части электората – читателям старшего возраста – СМИ начинают выдвигать на первый план черты Гайзера-хозяина, которому подвластны не только люди, но и природные стихии. Затем, когда результаты праймериз и социальных опросов уже делают очевидным перевес «Единой России» на предстоящих выборах, задачей пропаганды становится обращение к молодежной аудитории, скептически настроенной по отношению к официальной стороне политических мероприятий, и поэтому бытовые черты поведения В. Гайзера и И. Ковзеля начинают активнее освещаться журналистами в августе-сентябре.

Список литературы

1. **Артеев А.** Никто, кроме нас [Электронный ресурс]. URL: <http://respublika11.ru/2015/08/03/nikto-krome-nas/> (дата обращения: 29.09.2016).
2. **В Сыктывкаре чествовали «героев спорта»** [Электронный ресурс]. URL: <https://www.bnkomi.ru/data/news/41408/> (дата обращения: 29.09.2016).
3. **Ветераны выпили боевые «100 грамм» за Победу** [Электронный ресурс]. URL: <https://www.bnkomi.ru/data/news/38858/> (дата обращения: 29.09.2016).
4. **Владис Г.** Убедительная победа «Единой России» [Электронный ресурс]. URL: <http://respublika11.ru/2015/09/14/ubeditelnaya-pobeda-edinoy-rossii/> (дата обращения: 29.09.2016).
5. **Вячеслав Гайзер: законодательные органы должны сформировать люди, любящие республику и настроенные на конструктивную работу** [Электронный ресурс]. URL: <https://www.bnkomi.ru/data/news/42502/> (дата обращения: 29.09.2016).
6. **Вячеслав Гайзер посоветовал «упертым мужчинам быть внимательными к женщинам не только в праздник»** [Электронный ресурс]. URL: <https://www.bnkomi.ru/data/news/36543/> (дата обращения: 29.09.2016).
7. **Глава Коми призвал прокуроров быть принципиальными и выдержанными в борьбе с коррупцией** [Электронный ресурс]. URL: <https://bnkomi.ru/data/news/34711/> (дата обращения: 29.09.2016).
8. **Добросклонская Е. Н.** Факторы политической пропаганды в современной системе СМИ: социологический анализ (на материале постсоветского медиадискурса) [Электронный ресурс]: дисс. ... к. соц. н. М., 2009. URL: <http://cheloveknauka.com/factory-politicheskoy-propagandy-v-sovremennoy-sisteme-smi-sotsiologicheskij-analiz> (дата обращения: 29.09.2016).
9. **Елена Ваенга: «Сыктывкар – первый город, где меня не попросили замолчать»** [Электронный ресурс]. URL: <https://www.bnkomi.ru/data/news/39061/> (дата обращения: 29.09.2016).
10. **На фестивале «Люди леса» Вячеслав Гайзер приобрел ценные бумаги, а Игорь Ковзель – этнопогремушку** [Электронный ресурс]. URL: <https://www.bnkomi.ru/data/news/39887/> (дата обращения: 29.09.2016).
11. **Прилузские фермеры готовят альтернативу Кировской молочной продукции** [Электронный ресурс]. URL: <https://www.bnkomi.ru/data/news/39482/> (дата обращения: 29.09.2016).
12. **Севрук Я.** Проблем нет там, где их хотят решать [Электронный ресурс]. URL: <http://respublika11.ru/2015/07/20/problem-net-tam-gde-ih-hotyat-reshat/> (дата обращения: 29.09.2016).
13. **Стройплощадки в Ухте оснастят видеокамерами** [Электронный ресурс]. URL: <https://www.bnkomi.ru/data/news/39470/> (дата обращения: 29.09.2016).

**LOCAL AUTHORITIES AS AN OBJECT OF JOURNALISTIC PROPAGANDA
(BY THE EXAMPLE OF THE KOMI REPUBLIC)**

Beshkarev Aleksei Aleksandrovich, Ph. D. in Philology
Syktvykar State University named after Pitirim Sorokin
beshi@mail.ru

The article examines the methods to propagate local authorities (in the person of the Head of the Republic and the Chairman of the State Council) in the Komi Republic in the period preceding the elections to the State Council and detention of Republican government. The author concludes that the image of power evolved due to the political situation development and in the crucial period of pre-election campaign the images of the Head of the Republic and Chairman of the State Council were based on such stereotypes as “the fighter”, “strong hand” and “good old boy”.

Key words and phrases: propaganda; image of power; regional media; Komi Republic; manipulative techniques; promotion.

УДК 82-312.6

В статье рассматривается книга воспоминаний Е. С. Гинзбург «Крутой маршрут» в контексте так называемой лагерной литературы, авторы которой с разной степенью достоверности отображали в своих книгах собственный трагический опыт пребывания в сталинских застенках. Специфика автобиографического романа Е. С. Гинзбург состоит в том, что в нем парадоксальным образом совмещаются и свойства, характерные для казенно-официальной «антикультовой» прозы, и черты, присущие диссидентской литературе.

Ключевые слова и фразы: Евгения Гинзбург; книга воспоминаний; «Крутой маршрут»; казенно-официальный дискурс; диссидентский дискурс; антикультовая литература.

Ван Линь

Санкт-Петербургский государственный университет
wanglin89@yandex.ru

**КАЗЕННО-ОФИЦИАЛЬНЫЕ ИДЕОЛОГЕМЫ 1950-1960-Х ГГ.
В СМЫСЛОВОЙ СТРУКТУРЕ КНИГИ «КРУТОЙ МАРШРУТ» Е. С. ГИНЗБУРГ**

Рассмотрение сегодня литературы, раскрывающей проблемы периода культа личности – попытка заполнить лакуны в осмыслении времени, когда с ведома и по приказу официальных властей попиралось человеческое достоинство, унижалось человеческое в человеке. В настоящий момент, когда гуманизация стала частью официальной политики государства, необходимо вернуться к литературе, описывающей события периода культа личности И. Сталина, и по-новому взглянуть на неё.

В современной филологии рассмотрением лагерной прозы занимаются Д. А. Ардамацкая [2], С. С. Бойко [3], А. О. Большев [4], С. О. Левченко [7], А. Ю. Минералов [8], Е. Михайлик [9], А. В. Сафронов [10], Э. А. Синбаригова [12], Л. С. Старикова [13], Б. Н. Юмдылыкова [14] и др. Однако книга воспоминаний Е. Гинзбург «Крутой маршрут» попадает в поле интереса исследователей достаточно редко. Несмотря на огромную и заслуженную популярность этой книги, она до сих пор так и не стала объектом серьезного исследования. Большинство авторов научных статей и монографий, посвященных лагерной прозе, ограничиваются лишь краткими комментариями, касающимися «Крутого маршрута».

Цель статьи – рассмотреть в контексте лагерной прозы книгу воспоминаний Е. С. Гинзбург «Крутой маршрут» и определить специфику отражения в ней казенно-официальных идеологем 1950-60-х гг.

В ряду лагерных текстов прежде всего можно выделить «антикультовые» произведения советской литературы 1960-х гг., в которых была развернута критика культа личности Сталина, соответствующая официальным идеологическим рамкам, очерченным выступлениями Н. С. Хрущева на XX и XXII съездах КПСС: «Пережитое» Б. Дьякова, «Самородок» Г. Шелеста, «Барельеф на скале» А. Алдан-Семенова и др. Основные герои этих сочинений – кристально честные коммунисты, ставшие невинными жертвами сталинского беззакония. Пребывание в лагерях становится тяжелым испытанием для их веры в коммунистические принципы и идеалы, и они с честью выдерживают эту суровую проверку на прочность.

Так, например, герой поэмы Е. Евтушенко «Братская ГЭС» (1964) коммунист Карцев вынес все побои и пытки в застенках НКВД, с гордостью называя себя большевиком:

Когда меня пытали эти суки,
и били в морду, и ломали руки,
и делали со мной такие штуки,
не повернется рассказать язык!
и покупали: «Как насчет рюмашки!»
и мне совали подлые бумажки,
то я одно хрипел: «Я большевик!» [6, с. 35].