

## ЖУРНАЛИСТИКА

### АГРЕССИЯ И ФОРМЫ ЕЕ ВОПЛОЩЕНИЯ В ПОЛЕМИЧЕСКИХ ТЕКСТАХ РЕГИОНАЛЬНЫХ ИЗДАНИЙ

© 2008 С.В. Аносова

Воронежский государственный университет

Сегодня все чаще употребляется термин «агрессия» в самом широком контексте применительно к самым разным сферам человеческой деятельности и областям научного знания, в том числе и к сфере журналистики. Важность изучения этого феномена кажется бесспорной, но подходы к его интерпретации могут быть различными.

Как правило, в сферу интересов исследователей попадают материалы, содержащие открыто агрессивные компоненты (будь то агрессия самоцель или агрессия инструментальная). При этом нередко игнорируется тот факт, что непрямая агрессия может оказывать не меньшее, а подчас и большее воздействие на аудиторию за счет скрытого, неочевидного ее характера. Подобную ситуацию мы наблюдаем в полемических текстах прессы, где агрессивное начало порой выражается в весьма нейтральных формах и на уровне общей высокой эмоциональности текста остается фактически незаметным для читателя. Общий же агрессивный фон, несомненно, значительно изменяется. Особенно наглядно это проявляется в региональных СМИ: там уровень открыто агрессивных материалов в целом ниже в силу самых разных причин (консервативности традиций, сдержанной информационной политики изданий, давления властей, не желающих выносить сор из избы, и т. д.).

В контексте вышесказанного *цель нашего исследования* можно сформулировать так — выявить особенности реализации агрессивного начала в полемических публикациях современного регионального издания. Материалом исследования станут полемические публикации печатных СМИ Тамбовской области.

В нашем исследовании мы постараемся скорректировать понятие «агрессия» относительно полемического материала и выявить формы и методы реализации агрессии в полемике; в общих чертах отметить особенности полемического материала в аспекте агрессивности его формального

и содержательного поля: выявить жанровые особенности проявления агрессивного начала в полемическом тексте, определить признаки агрессии в заголовочном комплексе, установить способы проявления авторской позиции в материалах, где очевиден агрессивный компонент. Сверхзадачей исследования станет далеко не очевидный вопрос, нуждающийся в детальном уточнении: действительно ли агрессивная составляющая — один из обязательных компонентов полемического материала на страницах анализируемых изданий? Именно это утверждение, сформированное предварительным изучением регионального информационного поля, выбирается нами в качестве гипотезы исследования.

Прежде всего, определим сущность понятия «агрессия». В настоящее время термин «агрессия» получил широкую трактовку. Этимология данного термина указывает на его происхождение от латинского корня *aggredi* — *ad gredi*, где *grades* означает «шаг», а *ad* — «к». Таким образом, первичное значение слова «агрессия» — двигаться вперед, к определенной цели, причем без колебаний, сомнений и страха. И уже в этом определении ощутима соотнесенность агрессивного и полемического начала: полемика ведь тоже по сути представляет собой движение к определенной цели. И поскольку движение это осуществляется на фоне убежденности в собственной правоте (в противовес дискуссии, например), в текстах прессы оно, как правило, реализуется «без колебаний, сомнений и страха».

Ряд современных исследователей сходятся в определении агрессии как специальной формы поведения человека и животных, направленной на другие объекты и имеющей цель причинить им вред [1]. В этом отношении взаимосвязь полемического и агрессивного начала в прессе уже более завуалирована. С одной стороны, целью полемиста всегда является уничтожение в сознании аудитории позиции противника, ее замещение собственной точкой зрения. Но с другой, для

реализации этой цели могут выбираться мягкие и нейтральные тактики, которые далеко не всеми осознаются как агрессивные. Так, использование в споре «дамского аргумента» (термин Г.С. Поварнина) вроде бы не направлено напрямую на уничтожение противника, но в конечном итоге служит целевой установке полемиста и в русле этого целеполагания является не менее агрессивным и эффективным, чем прямые выпады, обвинения, угрозы.

Американский исследователь в области социальной психологии Э. Аронсон предлагает понимать под агрессией «преднамеренное действие, направленное на причинение вреда или боли. Это действие может быть физическим или вербальным. Независимо от того, достигло оно своей цели или нет, это все равно агрессия» [2]. Так и в полемическом тексте – независимо от его эффективности, – вербальная агрессия присутствует неизменно.

Доктор психологических наук профессор Н.И. Леонов отмечает, что различные авторы в своих исследованиях по-разному определяют агрессию и агрессивность: как врожденную реакцию человека для защиты занимаемой территории (Лоренц, Ардри); как стремление к господству (Моррисон); как реакцию личности на враждебную человеку окружающую действительность (Хорни, Фромм). Сам Н.И. Леонов предлагает понимать под агрессией «индивидуальное или коллективное поведение, направленное на нанесение физического или психологического вреда, ущерба, либо на уничтожение другого человека или группы людей» [3]. Так или иначе, определения агрессии, которые дают исследователи агрессии и форм ее проявления, базируются на определении, сформулированном Э. Аронсоном и развивают нашу мысль о значительном агрессивном потенциале печатной полемики.

По мнению Н.И. Леонова, деструктивный компонент человеческой активности вообще является необходимым в созидательной деятельности, т. к. потребности индивидуального развития с неизбежностью формируют в людях способность к устранению и разрушению препятствий, преодолению того, что противодействует этому процессу [4], то есть активизирует социальную активность общества. И здесь надо признать, что полемическая форма творчества воплощает в себе все те же особенности. Более того, многими исследователями именно полемика (как одна из форм спора) определяется как один из эффективнейших методов формирования общественного мнения.

Тот же исследователь называет виды реакций, которые выделили А. Басс и А. Дарки, создавшие опросник, дифференцирующий проявление агрессии враждебности:

- физическая агрессия (использование физической силы против другого лица);
- косвенная агрессия (окольным путем направленная на другое лицо или ни на кого не направленная);
- раздражение (готовность к проявлению негативных чувств при малейшем возбуждении (вспыльчивость, грубость);
- негативизм (оппозиционная манера в поведении от пассивного сопротивления до активной борьбы против установившихся обычаев и законов);
- обида (зависть и ненависть к окружающим за действительные или вымышленные действия);
- подозрительность (в диапазоне от недоверия и неосторожности по отношению к людям до убеждения в том, что другие люди планируют и приносят вред);
- вербальная агрессия (выражение негативных чувств как через форму (крик, визг), так и через содержание словесных ответов (проклятия, угрозы);
- чувство вины (выражает возможное убеждение субъекта в том, что он является плохим человеком, что поступает зло, а также ощущаемые им угрызения совести) [5].

Становится понятно, что формы проявления агрессии различны, и в сфере журналистики агрессия проявляется во всех обозначенных формах. По нашему наблюдению, косвенная агрессия, раздражение, негативизм, обида, подозрительность, чувство вины находят свое воплощение в речевой (вербальной) агрессии как журналиста, так и героев его публикации. Особняком стоит физическая агрессия, которая, как правило, реализуется в электронных средствах массовой информации. Однако и в печатных СМИ этот вид агрессии имеет место – в иллюстративном материале, который визуально передает агрессивный настрой.

В нашем же случае – в печатных средствах массовой информации, – будет уместно говорить о речевой агрессии, так как в данном случае передача информации от ее отправителя (журналиста) к адресату (читателям) осуществляется при помощи печатного слова. Надо полагать, что эта форма агрессии берет начало с момента возникновения языка и речи. В «Стилистическом энциклопедическом словаре русского языка» рассматривается речевая агрессия, которая определяется как «использование языковых средств для выражения неприязни, враждебности; манера речи, оскорбляющая чье-либо самолюбие, достоинство» [6]. Вербальную агрессию А. Налчаджян определяет как «агрессию, выраженную средствами языка» [7].

При этом, по нашему мнению, формы знакового воплощения текстовых сообщений в материалах СМИ можно классифицировать по нескольким группам:

- буквенные обозначения, посредством которых информация передается на родном, в нашем случае – русском, языке;
- буквенные обозначения иных языков, посредством которых более четко передаются особенности иностранных языков, где это необходимо (например, точные названия памятников иностранной литературы);
- знаки и символы, передающие особенности других областей научного знания (например, математические знаки, знаки, обозначающие химические элементы, физические величины и т. д.).

Однако предлагаемая нами классификация знакового воплощения агрессии в печатном СМИ была бы неполной, если бы мы ограничились исследованием исключительно текстового материала. Существенный объем информации также несут иллюстративные материалы печатных изданий, «иконические тексты», которые могут служить в качестве дополнения к текстовому журналистскому материалу или выступать в роли самостоятельных сообщений. Их, по мнению А.А. Бергера, можно разделить на такие группы, как фотоиллюстрации (в этом русле выделилась фотожурналистика), комиксы, карикатуры, графические изображения [8]. Все они несут определенную смысловую нагрузку, служат для воплощения авторского замысла и авторской позиции, где возможно проявление агрессии или ее элементов.

Возвращаясь к определениям агрессии, примем за основу исследования утверждение о том, что проявление агрессии в принципе характерно для полемических материалов. Поясним, что обычно «*полемика*» понимается как процесс обмена мнениями, позициями, словесное состязание, борьба с целью доказать истинность собственной точки зрения и несостоятельность позиции противника. По сути дела, если обращаться к интерпретации форм поведения человека, в полемике можно усмотреть сублимированное воплощение состязательного начала, направленного на реализацию инстинкта самосохранения, продления рода в аспекте отстаивания «своей территории» – статусной, интеллектуальной и т. п., – но в одобряемых, «узаконенных» социумом формах. Возможно даже в таком контексте интерпретировать полемику как одну из форм реализации борьбы, где один противник желает нейтрализовать другого. Не случайно изначально слово «полемика» принадлежало к греческому языку (*polemikos*) и использовалось в значении воинственный, враждебный. В Большом толко-

вом словаре русского языка слово «*полемика*» трактуется как спор при обсуждении какихлибо вопросов [9], что совершенно не отменяет его агрессивного содержания.

Наше исследование нацелено на выявление агрессивных компонентов в полемических материалах прессы и проиллюстрировано конкретными примерами из региональных изданий Тамбовской области за январь 2006 – июнь 2007 года. В основе анализа – тексты областной общественнополитической газеты «Тамбовская жизнь», региональных выпусков газеты «Аргументы и факты–Тамбов» и «Тамбовский меридиан», представляющих тип качественной, массовой и желтой прессы соответственно.

Газета «*Тамбовская жизнь*» основана в 1917 году (первоначально носила название «Тамбовская правда»), является ежедневным изданием (выходит по вторникам, средам, пятницам и субботам). Тираж издания в первом полугодии 2007 года составил около десяти тысяч экземпляров. Учредители газеты – администрация Тамбовской области, Тамбовская областная Дума и редакция газеты, что накладывает определенный отпечаток на характер публикаций, в том числе на формы выражения авторской точки зрения.

Стандартный выпуск «Тамбовской жизни» – газета на четырех полосах формата А2. Кроме того, читатели получают приложение «Деловой вторник» – материалы из других регионов – и «Специальный выпуск. Официальный раздел», где публикуются законы и постановления, принятые администрацией Тамбовской области и Тамбовской областной Думой, а также другая информация рекламного характера. Выпуск газеты по средам, так называемая «толстушка» (16 полос формата А3), отличается преобладанием аналитических материалов.

Исторически закрепились постоянные рубрики издания «В администрации области», «В областной Думе», «Новости Тамбовщины», «Местное самоуправление», «Технология успеха», «Событие», «Гражданское общество: этапы становления», «Образование: проблемы и перспективы», «Критический ракурс», «Звезда», «Почта редакции», «Мозаика культурной жизни», «Творчество», «Портрет земляка», «Криминал», «Спорт» и другие.

Издание претендует на принадлежность к типу качественной прессы, на что указывают следующие признаки:

- высокая информационная культура;
- строго выдержанное направление;
- постоянная читательская аудитория;
- стилистически и композиционно сложные публикации;
- проверенная, полученная из первых рук информация;

- комментарии специалистов и компетентных лиц;
- жанровое разнообразие материалов, их тематики и проблематики;
- высокая этическая культура журналистов;
- сдержанность в оформлении.

Другого плана бесплатное еженедельное региональное приложение к газете «Аргументы и факты» — газета «*Аргументы и факты — Тамбов*» (учредитель ЗАО «Аргументы и факты»), которая претендует на ее отнесение к типу массовой прессы. На это, по нашему мнению, указывают следующие признаки:

- нечеткое направление издания, преимущественно обличительный характер материалов;
- использование стилистически простых конструкций при изложении материала, доступность языка публикаций для массового читателя;
- невысокая степень аналитичности публикаций, подача информации в ненавязчивой форме (блиц-опросы, интервью, вопросы—ответы);
- нередко поводом для создания материала являются слухи;
- субъективизация письма (точка зрения журналиста не всегда подкреплена мнением компетентного лица);
- широкое иллюстрирование, большое количество коллажей.

Большой степенью раскрепощенности обладает еженедельная газета «*Тамбовский меридиан*», принадлежащая к типу «желтой» прессы. По нашим наблюдениям, основным инструментарием работы журналистов данного издания является инструментарий «желтой» прессы: слухи, искажающая интерпретация, отбор фактов, эпатажность, акцентуация вытесненного, — эти и многие другие приметы «желтизны» мы находим в публикациях газеты «Тамбовский меридиан». И в этом аспекте, придерживаясь рассуждений А.А. Тертычного о том, что «пожелтеть» временами может и массовое, и качественное издание, мы относим «Тамбовский меридиан» к группе «желтых» изданий.

Таким образом, выбор трех изданий в качестве материала исследования позволяет, с нашей точки зрения, охватить три наиболее масштабных группы отечественных универсальных СМИ. И выбор именно такой классификации (в ущерб, скажем, тематике, аудиторной ориентации) в исследовании не случаен. По утверждению А.М. Шестериной, полемическое начало по-разному реализуется в СМИ этих типологических групп [10]. Рискнем предположить, что и агрессия будет представлена в материалах качественной, массовой и желтой прессы по-разному.

Анализ публикаций в газете «*Тамбовская жизнь*» за январь 2006 — июнь 2007 года позво-

лил определить соотношение общего количества публикаций в издании, полемических текстов и журналистских материалов, где очевидно проявление агрессии. Так, на страницах газеты в среднем публикуется 296 материалов в месяц. Количество полемических публикаций составляет 5,27 %, публикаций с проявлением черт агрессии — 3,8 % от общего числа.

Проследим, для каких жанров журналистского произведения наиболее характерно проявление полемических черт, а также признаков агрессии. А.М. Шестерина предлагает жанры полемических текстов разделить на две группы — монологические и диалогические. К первой группе относятся полемическая статья, корреспонденция, рецензия, письмо. К группе диалогических текстов принадлежат полемическое интервью и спор. В «Стилистическом энциклопедическом словаре русского языка» отмечается, что «одним из самых популярных жанров в последнее время стало интервью. Проявляющаяся в нем назойливость журналистов воспринимается как речевая агрессия по отношению как к интервьюируемому, так и к читателям» [11].

И действительно, для полемических материалов газеты «Тамбовская жизнь» характерно их исполнение в жанре интервью. Но кроме того, широко представлены публикации в таких жанрах, как статья, корреспонденция. Жанр спора вытесняют материалы, которые по форме их подачи и способу сбора информации представляют собой так называемый «круглый стол» — обсуждение конкретной проблемы компетентными лицами. Но независимо от жанровых особенностей полемического текста уровень агрессивного начала в них определенно высокий.

Отметим, что заголовок — первое, на что обращает внимание читатель. Если его заинтересует заголовок, велика доля вероятности, что журналистский материал, которому он соответствует, будет прочитан. Нередко внимание читателей обращают заголовки, содержащие эпатажную, а подчас и шокирующую информацию, информацию устрашающего характера, нередко — с использованием эмоционально окрашенной лексики. Так что ощутимо воздействие на аудиторию читателей не только самих материалов определенного содержания, но и их «имен». Как показывает практика, журналисты все чаще обращаются к подобным заголовочным конструкциям, что наиболее характерно для массовой и желтой прессы. Отметим те виды заголовков, которые встречаются на страницах «Тамбовской жизни», где выражены моменты спорности, противостояния, полемические черты, элементы агрессии:

1. Использование слов, указывающих на неизбежность проявления борьбы, противосто-

яния, в том числе физического: «*Рейдеры. Как с ними бороться?*» [12], «*Боремся вместе – журналисты и читатели*» [13]. Подобные структуры в сочетании с содержанием публикации дают первичное представление о взаимодействии полемического и агрессивного начала. В текстах авторы пытаются изменить отношение читателя к существующим феноменам, «присоединит» его к собственной точке зрения. Причем, для реализации подобной целевой установки используется указание на значимость агрессивного поведения (необходимость в нем в первой заголовочной конструкции не ставится под сомнение. Сомнение вызывает лишь выбор формы агрессии) или прямой призыв к нему;

2. Проявление агрессии констатируется как состоявшийся факт: «*Требования ужесточились*» [14], «*Страшное зло атакует село*» [15]. Элемент «жестокости» не только констатируется в описании характера произошедших перемен, но и естественным образом формирует ответную защитно-оборонительную реакцию, которая опирается на механизм агрессии. Полемический характер выступления в первом случае заключается в попытке оспорить принятый документ, а во втором случае – в попытке оспорить позицию принятия негативных перемен;

3. Указание на ограничение свободы: «*Как выбраться из демографической западни*» [16]. Заголовок содержит намек на агрессию по отношению к читателю, проявившуюся в том, что аудитория, по мнению журналиста, оказалась в неприемлемых условиях. И, кроме того, оспаривается позиция игнорирования существующих демографических проблем. Позитивная оценка ситуации трактуется как «западня»;

4. Использование слов и словосочетаний, указывающих на существование опасности или на возможность проявления физической агрессии: «*Собачья напасть*» [17], «*В ноги кланяется, а за пятки кусает*» [18], «*Испытание холодами*» [19], «*Жертвы огненной стихии*» [20], «*Перелетная смерть*» [21], «*Опасные крылатые*» [22]. Агрессивный компонент здесь очевиден и проявляется, прежде всего, в дестабилизирующей информации, а структура второго заголовка содержит прямой сигнал полемичности;

5. Использование слов типа «война», «конфликт», «борьба» и близких им по семантике, включение в заголовочную конструкцию лексики, указывающей на существование противостояния, противопоставление: «*Заслон терроризму*» [23], «*Барьер для вируса*» [24], «*Подлинный или фальшивый?*» [25], «*Против смертельного зелья*» [26]. В психологии хорошо изучен эффект моделирования агрессии, поддерживаемый такими стимулами.

Кроме того, агрессивный компонент может быть выражен в названии рубрики, к примеру, «*Наркотикам – нет!*». Но использование указанных особенностей в заголовочных конструкциях отнюдь не означает, что в текстовом материале наличие полемики или явного проявления агрессии будет обязательным. Содержание материала, форма его подачи могут быть и вполне нейтральными.

Проследим, как выражается авторская позиция в материалах газеты «Тамбовская жизнь», где очевидно проявление агрессии. Так, в публикации «*Как факт – купил контрафакт*» [27], опубликованном под рубрикой «В прокуратуре области», журналист обсуждает проблему защиты интеллектуальной собственности в России с начальником отдела по надзору за соблюдением федерального законодательства прокуратуры Тамбовской области О.С. Обыденновой. Журналист Т. Гусева старается придать проблеме более серьезное звучание, апеллируя в лиде к материалу к одной из цитат Послания Федеральному Собранию Президента России В.В. Путина, так как он, по словам журналиста, «особо остановился на защите объектов интеллектуальной собственности». В постановке вопросов видно нетерпимое отношение автора публикации к проблеме: «*Если в контексте основных направлений внутренней и внешней политики страны Президент говорит о защите интеллектуальной собственности, значит, очень неладно тут дела обстоят?*», «*И в результате мы покупаем, как сейчас говорят, контрафакт?*» и другие, а также слова и сочетания типа «*рискует*», «*может наказать*», «*меры пресечения*», «*приходится защищать от недобросовестных производителей*», «*положить конец беспределу*». Чаще всего журналист стремится к объективации собственных высказываний, когда материал подается в жанре полемического интервью. Однако в данном случае он преследует другую цель – сконцентрировать на проблеме большее внимание. А поскольку респондент более сдержан, апеллирует языком сугубой статистики и названием законов, журналист сам «расставляет точки над i» и делает выводы, которые должны, по мысли автора, произвести на читателя впечатление и создать нетерпимое отношение к нарушителям законодательства. Таким образом, в данной публикации наличие агрессивной составляющей в высказываниях журналиста необходимо – как для получения наиболее полной информации, так и для создания определенного, в данном случае нетерпимого, отношения к существующей проблеме, для оспаривания официальной точки зрения.

Публикация Валерия Маркова «*Рейдеры. Как с ними бороться?*» [28] также окрашена экспрессивной лексикой (слова и сочетания типа «нападение», «противостояние», «практика захвата», «уничтожение» и другие). В данном случае журналист ставит перед собой непростую задачу: не только разъяснить новое для русского языка слово «рейдерство», создать нетерпимое отношение к определенной социальной группе – рейдерам, изменить ситуацию пассивного принятия явления, но и, по возможности, выработать механизм борьбы с ними. Публикация актуальная, злободневная, ошутима ее полемическая окраска. Рубрика, в которой опубликован материал, имеет постоянное полемическое звучание – «Свет и тени рынка». Однако с самого начала статья носит рекомендательно-образовательный характер, и в этом плане проявление агрессивного компонента кажется особенно показательным: оно изменяет представление о том, что агрессивный тон публикаций в целом нехарактерен для просветительской журналистики. На современном этапе развития медиасектора это, очевидно, не так... Журналист отталкивается от обращения в редакцию читателя газеты, который просит разъяснить слово «рейдеры», что автор успешно делает. Далее даются возможные варианты появления рейдеров на том или ином предприятии, статистическая информация, связанная с захватами и поглощениями предприятий, а также меры борьбы с рейдерами на законодательном уровне. Тем не менее, проблема остается открытой, а борьба с рейдерами, по мнению автора, должна стать общей задачей. В данном случае наличие агрессивной составляющей очевидно, что ошутимо в заголовке, постановке проблемы, негативной эмоциональной окрашенности лексики.

Агрессивный компонент очевиден и в иллюстративных материалах, которые делают выступление полемиста ярче, апеллируют к визуальному восприятию контента. Во многом содержание иллюстративного материала зависит от типа издания. Так, «Тамбовская жизнь» отличается сдержанностью в оформлении, что позволяет определить тип дизайна издания как текстовый. Тем не менее, иллюстрации с явным проявлением агрессии имеют место на страницах анализируемого газеты. К примеру, анализируемая выше публикация «*Рейдеры. Как с ними бороться?*» сопровождается коллажем: злобное лицо старика рейдера, у которого один глаз скрывает линза с пиратской свастикой, обращено к читателю. Цель героя иллюстрации – вымогательство – очевидна: одна рука рейдера – крючок (для потенциальных жертв), другая выделяется на первом плане и выдает его желание завладеть чужим имуществом. Агрессивные стратегии вообще нередко

составляют основу разработки коллажа. Причем агрессию здесь можно усмотреть и на уровне идеи коллажа, и на уровне метода работы с исходным материалом (разрушить существующее и из «осколков» создать новое). В последнем случае речь идет, безусловно, об инструментальной агрессии, которая признается многими исследователями обязательным компонентом творчества. То же можно сказать и о полемическом начале – в контексте творческого процесса они нередко идут рука об руку. В приведенном же примере агрессия транслируется на аудиторию и на героя коллажа одновременно.

Другая публикация «*Свободные от... детей*» [29], где речь идет о демографической ситуации в России и о детской беспризорности в частности, сопровождается фотокорреспонденцией. На переднем плане – ребенок, смотрящий вслед удаляющемуся человеку. Виден лишь силуэт взрослого субъекта, что отражает его отстраненность от социальных проблем, обнажает духовную и нравственную пустоту, неспособность прийти на помощь подрастающему поколению. Подобный прием схематизации, уплощения, искажения персонажа фотоиллюстрации нередко служит демонстрацией стремления к уничтожению позиции через аннулирование ее носителя. И в этой стратегии полемический компонент реализуется в агрессивной форме.

Свои особенности в выражении агрессивного компонента в полемике у массового еженедельника «*Аргументы и факты–Тамбов*». Газета выходит на 12 полосах формата А3. Основные рубрики – «Мнение», «Цена успеха», «Будьте здоровы», «Дословно», «Разговор с профессионалом», «Событие», «Дело вкуса» и другие, где имеют место полемические публикации, в том числе с проявлением агрессии. Так, за анализируемый период (январь 2006 – июнь 2007 года) опубликовано 1446 материалов, из которых 33 % публикаций несут явную полемическую окраску. В 29,5 % материалов от общего количества имеет место проявление агрессии.

Отметим, что публикации газеты «Аргументы и факты–Тамбов», в том числе и полемические, не отличаются жанровым разнообразием. Как правило, они исполнены в жанре полемической корреспонденции или статьи, реже – интервью. Проследим, как воплощается агрессивное начало на страницах еженедельника. Корреспонденция «*Автобуса бояться – пешком ходить*» [30] опубликована в рубрике «Качество жизни». На плашку вынесена основная мысль публикации: «При перевозке пассажиров без жертв не обходится», что предполагает существование потенциальной опасности для читателей из категории «пассажиры автобусов». Лексика апеллирует к

эмоциям читателей («*лихие “водилы” нещадно подрезают друг друга*», «*кто не рискует, тот не ездит в общественном транспорте*» и другие). Открытый финал публикации, что характерно для полемических текстов, побуждает читателей к социальной активности — противостоять «водителям без правил». При этом журналист заручается комментариями специалистов, статистическим материалом. Однако чрезмерная эмоциональная окрашенность лексики в значительной степени отличает публикацию от аналогичных материалов в качественном издании «Тамбовская жизнь». Тем не менее, доступность языка публикации, стилистически простые конструкции предложений, нехарактерные для качественного издания, делают материал понятным рядовому читателю, апеллируя прежде всего к его эмоциям.

Заголовочные конструкции газеты «Аргументы и факты—Тамбов» отличаются особым построением: как правило, материалы сопровождаются подзаголовком, а на плашку выносятся основная мысль автора публикации. Кроме того, для материалов данного издания, по аналогии с основным выпуском газеты «Аргументы и факты», который распространяется по всей территории Российской Федерации, характерно наличие ряда подзаголовков, разбивающих публикацию на несколько частей (как по смыслу, так и визуально). Отметим те виды заголовочных конструкций «АиФ—Тамбов», в которых очевидно проявление черт агрессии:

1. Использование слов, указывающих на неизбежность проявления борьбы, противостояния, в том числе физического: «*Ударная оборона*» [31] (с подзаголовком «*Что делать, если на вас напали*»), «*Поощрение и наказание — рука об руку в воспитании*» [32];

2. Проявление агрессии констатируется как состоявшийся факт: «*Товарищество, которое лопнуло*» [33], «*Сначала — цветы, потом — побои*» [34];

3. Указание на существование потенциальной опасности: «*Дом с огнем*» [35];

4. Указание на возможную неоднозначность трактовки авторского тезиса: «*Пьете, дети, молоко... Будете ль здоровы?*» [36];

5. Использование слов «полемика», «конфликт», «агрессия» и близких им слов и словосочетаний: «*Конфликт интересов*» [37], «*Война, невидимая глазу*» [38], «*Народ выбирает, что дешевле*» [39] (с подзаголовком «*Борьба с видеопиратами в области не прекращается*»);

6. Указание на ограничение свободы, запрет: «*Дерзай, пока молодой*» [40] (с подзаголовками «*Нет границ, есть только препятствия*», «*Жить в движении — мужское занятие*», «*Укрощение огня — сродни театру*»), «*Нонстоп на газоне*» [41], «*Позвольте вашу ручку*» [42] (с подзаголовком «*ЕС подарит тамбовским заключенным наручники*»);

7. Противопоставление, в том числе крайних позиций, явлений, оценок; противостояние: «*Главный противник — ты сам*» [43];

8. Экспрессивно окрашенная лексика: «*Машина не волк, сама не убежит*» [44] (с подзаголовком «*За кражу машины грозит до 10 лет лишения свободы*»), «*Колдуй, бабка! Колдуй, дед!*» [45] (с подзаголовком «*Тамбовские маги обманут кого угодно*»).

Широкое иллюстрирование газеты «Аргументы и факты», в том числе его регионального приложения, позволяет определить тип дизайна данного издания как имиджевый. Востребованы не только публицистические жанры фотожурналистики — фотокорреспонденция, фоторепортаж и другие, но и коллажи и карикатуры. Материал «*Грязнулю могут повесить... на щите*» [46] сопровождается фотокорреспонденцией: заснят рекламный щит, в центре которого — черный силуэт для портретного фото с подписью «*Место для фотографии*». Также указано, что это «*Главный Грязнуля Города*», и предостережение: «*Твое лицо может появиться на этом щите!*». Целью социальной рекламы городской администрации является борьба с теми, кто загрязняет Тамбов. Фотопубликация в совокупности с журналистским материалом как раз против них и направлена: это должно стать действенным инструментом в борьбе с нарушителями экологической ситуации в городе.

Публикацию «*Машина не волк, сама не убежит*» [47] иллюстрирует карикатура (на ней женоводитель совершила наезд на котенка, при этом упрекает сидящего рядом мужчину: «*Почему ты не сказал мне, что установил на нашу машину сигнализацию?*»). Здесь налицо и речевая агрессия героя иллюстративного материала, и демонстрация физической агрессии при помощи визуальной подачи информации.

Еженедельник «*Тамбовский меридиан*» отличается сравнительно большим объемом: выходит на 24, реже — 32 полосах, что способствует многообразию постоянных рубрик: «*Неделя*», «*Об этом говорят*», «*Общество*», «*Жизнь*», «*Справочная*», «*Антошка*», «*Семейный доктор*», «*Криминал*», «*Репортер*», «*Звезды*», «*Хотите верить?*», «*Интим*», «*Кураж*» и другие. В данном случае издатель, которым является ООО «*Провинция—Тамбов*», преследует коммерческий интерес. Не случайно у «*Тамбовского меридиана*» сравнительно больший тираж (38 200 экземпляров в первом полугодии 2007 года), нежели у «*Тамбовской жизни*», представляющей тип качественной региональной прессы. Кроме того, при анализе издания стало очевидно, что именно «*желтая*» пресса является привлекательной для рекламодателей.

Анализ публикаций газеты «Тамбовский меридиан» позволяет сделать вывод о том, что полемические материалы составляют значительную часть публикаций. В январе 2006 – июне 2007 года опубликовано 2418 материалов, из которых 990 имеют полемический характер. Из них 882 (а это 36,5 % от общего количества публикаций) несут в себе агрессивную составляющую.

Полемические публикации с агрессивным компонентом на страницах «Тамбовского меридиана» чаще исполнены в жанре корреспонденции, спора. Так, одна из постоянных рубрик «Криминал» отличается полной раскрепощенностью журналистов в подаче материала: смакование подробностей судебных дел, семейных драм, специально подобранная лексика, создающая общий агрессивный фон публикаций. Последний включает яркую эмоциональную защитную реакцию читателя. К примеру, статью «Надоел до смерти» [48] предваряет лид: «Анастасия Аллилуй наняла киллеров, чтобы убить мужа. За его смерть она не пожалела» 20 тысяч рублей и двух поросят». «Решила свести счеты», «ударить», «застрелить», «заказчица убийства» и т. п. слова и выражения – типичная лексика для подобных публикаций в «Тамбовском меридиане».

Заголовочные конструкции еженедельника предельно просты. Они сразу, что называется, «берут быка за рога» – привлекают внимание читателя сенсационностью сообщаемой информации, эпатажностью, их нередко отличает наличие эмоционально маркированных слов и словосочетаний. Подзаголовки крайне редки, однако наличие лида – чуть ли не обязательное условие для всех публикаций газеты. Отметим те виды заголовочных конструкций, в которых ошутимо проявление агрессии:

1. Указание на проявление физической агрессии: «По трассе с топором» [49], «Где твой черный пистолет» [50], «Ларьки “бомбили” дети» [51];
2. Использование эмоционально маркированных слов и словосочетаний: «Надоел до смерти!» [52], «Страшнее вепря зверя нет» [53], «Осквернители» [54], «Ад отменяется?» [55];
3. Указание на ограничение свободы: «Убийственная жалоба» [56] (с подзаголовками «В тюрьме ему самое место», «Планы мести», «Отомстил молотком»);
4. Призыв к проявлению физической агрессии: «Резать к чертовой матери!» [57];
5. Указание на существование потенциальной опасности: «Без шансов на спасение» [58].

В газете «Тамбовский меридиан» наблюдается полная раскрепощенность в иллюстрировании (имиджевый тип дизайна). Это и демонстрация оружия, и изображение неземных существ, и репортажная съемка аномалий, катаклизмов и

чрезвычайных происшествий, и отражение самых различных эмоций людей, чаще всего негативных (гнев, ярость), и борьба героев в кадре. Подобного рода фотоиллюстрациями пестрят страницы еженедельника. Вполне очевидно, что такие иллюстрации привлекают внимание, так как отражают потенциальную опасность для человека, пробуждают инстинкт самосохранения.

Итак, агрессивный компонент в печатном издании может быть реализован в двух знаковых системах: с помощью вербальных средств (речевая агрессия) и визуального ряда (иллюстрации). Диапазон публицистических средств, которые использует журналист для проявления агрессивного начала в публикации, весьма разнообразен и часто сочетается с ее полемической направленностью.

Во-первых, агрессивное начало имеет место в том случае, когда сюжет публикации подробно описывает ситуацию явного проявления агрессии против конкретной личности, группы лиц или человечества в целом в стремлении опровергнуть позицию, оценку.

Во-вторых, журналист сам, заручившись определенными фактами, на их основе выстраивает материал, где накаляет обстановку, побуждая читателей к агрессивным действиям (неприятию кого-либо, проявлению физической агрессии) по отношению к носителю опровергаемой позиции.

В-третьих, агрессивное начало могут нести заголовочные конструкции и иллюстративные компоненты полемических публикаций. К основным способам проявления агрессии в иллюстрациях (расположены в порядке убывания их востребованности в исследованных изданиях) относятся:

- жест героя фотопубликации, который читатель может понять не—однозначно;
- враждебное выражение лица героя в кадре;
- борьба героев;
- противопоставление в кадре героев, которые враждуют в жизни;
- отражение чрезвычайных ситуаций, аномалий, катаклизмов и их последствий;
- противопоставление человека и животного, человека и неодушевленного («иноземного») существа;
- жест героя, обращенный к читателю (может расцениваться как вызов);
- демонстрация острых предметов, оружия;
- демонстрируемое ограничение свободы человека или животного.

Довольно часто журналист апеллирует к магическому типу мышления аудитории, конструирует мифологические иконические тексты и обращается к символическому звучанию предметов, проявлениям анимизма, тотемизма и т. п..



В-четвертых, способы воплощения агрессивного начала в значительной степени зависят от типа издания – качественного, массового или «желтого». Так, в качественном издании журналист подробно изучает ситуацию, сам предлагает пути решения проблемы, прибегает к мнению компетентных лиц (объективация письма). Для массового регионального издания также характерно обращение за комментариями ситуации к специалистам, но журналист делает ставку на сенсационность сообщаемой информации. Его цель – увлечь читателя. В «желтом» издании цель не менее очевидна: апеллируя к интересам самой неподготовленной аудитории, читатель завоевывает ее симпатию.

Отсюда и тематические предпочтения журналистов анализируемых типов изданий. Для качественных СМИ характерен широкий охват жизни социума, акцентуация внимания на проблемах, которые актуальны не только в региональном, но и в федеральном масштабе. Массовое издание проявляет интерес к интимным подробностям жизни отдельных личностей. Однако постановка общественно важных на сегодняшний день проблем также является характерной чертой массового регионального еженедельника. «Желтая» пресса, как столичная, так и местная, проявляет интерес к чисто бытовым проблемам, в данном случае регионального масштаба (пожары, автокатастрофы, семейные драмы, убийства и т. д.).

Таким образом, анализ региональных изданий позволяет сделать вывод о том, что полемические публикации, где находит воплощение агрессивный компонент, наиболее распространены в массовом и «желтом» издании. В качественном издании, в котором относительно невысокий процент полемических публикаций, агрессивное начало имеет меньшее распространение. Кроме того, следует отметить, что наличие агрессивного компонента в публикациях региональных периодических изданий делает их ярче, побуждает читателей к социальной активности. Однако при этом журналист должен досконально разбираться в поставленной проблеме, заручиться мнением компетентного лица, высказывать свою точку зрения грамотно, компетентно и претендовать на однозначность ее понимания.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Налчаджян А. Агрессивность человека / А. Налчаджян. – СПб.: Питер, 2007. – С. 16.

2. Аронсон Э. Общественное животное. Введение в социальную психологию / Э. Аронсон. – СПб.: Прайм-ЕВРОЗНАК, 2006. – С. 245.

3. Леонов Н.И. Конфликты и конфликтное поведение. Методы изучения / Н.И. Леонов. – СПб.: Питер, 2005. – С. 211.

4. Леонов Н.И. Конфликты и конфликтное поведение. Методы изучения / Н.И. Леонов. – СПб.: Прайм-ЕВРОЗНАК, 2006. – С. 149.

5. Леонов Н. И. Конфликты и конфликтное поведение. Методы изучения. – СПб.: Прайм-ЕВРОЗНАК, 2006. – С. 150.

6. Стилистический энциклопедический словарь русского языка / Под ред. М. Н. Кожинной. Члены редколлегии: Е. А. Баженова, М. П. Котюрова, А. И. Сковородников. – М.: Флинта: Наука, 2003. – С. 340.

7. Налчаджян А. Агрессивность человека / А. Налчаджян. – СПб.: Питер, 2007. – С. 101.

8. Бергер А.А. Видеть – значит верить. Введение в зрительную коммуникацию / А.А. Бергер. – 2-е издание: пер. с англ. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2005. – С. 288.

9. Большой толковый словарь русского языка / Сост. и ред. С. А. Кузнецов. – СПб.: «Норинт», 2000.

10. Шестерина А.М. Полемический текст в современном медиапро-странстве (функциональные, жанровые и структурные особенности печатной полемики): Монография / А. М. Шестерина. – Тамбов: Изд-во ТГУ им. Г. Р. Державина, 2003. – 302 с.

11. Стилистический энциклопедический словарь русского языка / Под ред. М.Н. Кожинной. Члены редколлегии: Е.А. Баженова, М.П. Котюрова, А.И. Сковородников. – М.: Флинта: Наука, 2003. – С. 341.

12. Марков В. Рейдеры. Как с ними бороться? / В. Марков // Тамбовская жизнь. – 2006. – 19 апреля. – С. 4.

13. Боремся вместе – журналисты и читатели // Тамбовская жизнь. – 2006. – 30 мая. – С. 3.

14. Казанок П. Требования ужесточились / П. Казанок // Тамбовская жизнь. – 2006. – 2 июня. – С. 1.

15. Сокрушаева Л. Страшное зло атакует село / Л. Сокрушаева // Тамбовская жизнь. – 2006. – 12 января. – С. 2.

16. Сантылов В. Как выбраться из демографической западни / В. Сантылов // Тамбовская жизнь. – 2006. – 20 июня. – С. 1.

17. Алешин А. Собачья напасть / А. Алешин // Тамбовская жизнь. – 2006. – 12 мая. – С. 10.

18. Фурсов А. В ноги кланяется, а за пятки кусает / А. Фурсов // Тамбовская жизнь. – 2006. – 25 января. – С. 3.

19. Сантылов В. Испытание холодами / В. Сантылов // Тамбовская жизнь. – 2006. – 21 января. – С. 1.

20. Сычева О. Жертвы огненной стихии / О. Сычева // Тамбовская жизнь. – 2006. – 21 января. – С. 3.

21. Фурсов А. Перелетная смерть / А. Фурсов // Тамбовская жизнь. – 2006. – 21 января. – С. 2.

22. Фурсов А. Опасные крылатые / А. Фурсов // Тамбовская жизнь. – 2006. – 22 марта. – С. 2.
23. Мордовин С. Заслон терроризму / С. Мордовин // Тамбовская жизнь. – 2006. – 29 марта. – С. 2.
24. Казанок П. Барьер для вируса / П. Казанок // Тамбовская жизнь. – 2006. – 21 марта. – С. 2.
25. Лисков А. Подлинный или фальшивый? / А. Лисков // Тамбовская жизнь. – 2006. – 21 марта. – С. 5.
26. Сокрушаева Л. Против смертельного зелья / Л. Сокрушаева // Тамбовская жизнь. – 2006. – 17 марта. – С. 2.
27. Гусева Т. Как факт – купил контрафакт / Т. Гусева // Тамбовская жизнь. – 2006. – 6 июня. – С. 5.
28. Марков В. Рейдеры. Как с ними бороться? / В. Марков // Тамбовская жизнь. – 2006. – 19 апреля. – С. 4.
29. Федорова Л. Свободные от... детей / Л. Федорова // Тамбовская жизнь. – 2006. – 17 мая. – С. 5.
30. Яцевич Н. Автобуса бояться – пешком ходить / Н. Яцевич // Аргументы и факты–Тамбов. – 2007. – № 6. – С. 7.
31. Родионова А. Ударная оборона / А. Родионова // Аргументы и факты–Тамбов. – 2007. – № 1 – 2. – С. 8.
32. Родионова А. Поощрение и наказание – рука об руку в воспитании / А. Родионова // Аргументы и факты–Тамбов. – 2007. – № 21. – С. 10.
33. Родионова А. Товарищество, которое лопнуло / А. Родионова // Аргументы и факты–Тамбов. – 2007. – № 5. – С. 10.
34. Родионова А. Сначала – цветы, потом – побои / А. Родионова // Аргументы и факты–Тамбов. – 2007. – № 7. – С. 7.
35. Яцевич Н. Дом с огнем / Н. Яцевич // Аргументы и факты–Тамбов. – 2007. – № 19. – С. 2.
36. Яцевич Н. Пьете дети молоко... Будете ль здоровы? / Н. Яцевич // Аргументы и факты–Тамбов. – 2007. – № 26. – С. 2.
37. Михайлова А. Конфликт интересов / А. Михайлова // Аргументы и факты–Тамбов. – 2007. – № 15. – С. 10.
38. Родионова А. Война, невидимая глазу / А. Родионова // Аргументы и факты–Тамбов. – 2007. – № 18. – С. 2.
39. Яцевич Н. Народ выбирает, что дешевле / Н. Яцевич // Аргументы и факты–Тамбов. – 2007. – № 5. – С. 10.
40. Щекочихина Е. Дерзай, пока молодой / Е. Щекочихина // Аргументы и факты–Тамбов. – 2007. – № 26. – С. 10.
41. Яцевич Н. Нон-стоп на газоне / Н. Яцевич // Аргументы и факты–Тамбов. – 2007. – № 19. – С. 1.
42. Яцевич Н. Позвольте вашу ручку / Н. Яцевич // Аргументы и факты–Тамбов. – 2007. – № 5. – С. 1.
43. Савельева В. Главный противник – ты сам / В. Савельева // Аргументы и факты–Тамбов. – 2007. – № 16. – С. 12.
44. Родионова А. Машина не волк, сама не убежит / А. Родионова // Аргументы и факты–Тамбов. – 2007. – № 12. – С. 7.
45. Титова Н. Колдуй, бабка! Колдуй, дед! / Н. Титова // Аргументы и факты–Тамбов. – 2007. – № 11. – С. 11.
46. Поповцева М. Грязнулю могут повесить... на щите / М. Поповцева // Аргументы и факты–Тамбов. – 2007. – № 17. – С. 3.
47. Родионова А. Машина не волк, сама не убежит / А. Родионова // Аргументы и факты–Тамбов. – 2007. – № 12. – С. 7.
48. Бледнова Е. Надоел до смерти! / Е. Бледнова // Тамбовский меридиан. – 2007. – 2 января. – С. 10.
49. Бледнова Е. По трассе с топором / Е. Бледнова // Тамбовский меридиан. – 2007. – 9 января. – С. 3.
50. Бледнова Е. Где твой черный пистолет / Е. Бледнова // Тамбовский меридиан. – 2007. – 27 февраля. – С. 3.
51. Бледнова Е. Ларьки «бомбили» дети / Е. Бледнова // Тамбовский меридиан. – 2007. – 13 февраля. – С. 2.
52. Бледнова Е. Надоел до смерти! / Е. Бледнова // Тамбовский меридиан. – 2007. – 2 января. – С. 10.
53. Матвеев А. Страшнее вепря зверя нет / А. Матвеев // Тамбовский меридиан. – 9 января. – С. 21.
54. Кузовлев В. Осквернители / В. Кузовлев // Тамбовский меридиан. – 23 января. – С. 4.
55. Шеметова О. Ад отменяется? / О. Шеметова // Тамбовский меридиан. – 30 января. – С. 29.
56. Бледнова Е. Убийственная жалоба / Е. Бледнова // Тамбовский меридиан. – 30 января. – С. 13.
57. Павлова А. Резать к чертовой матери! / А. Павлова // Тамбовский меридиан. – 13 февраля. – С. 10.
58. Бледнова Е. Без шансов на спасение / Е. Бледнова // Тамбовский меридиан. – 30 января. – С. 3.