

**М. Ю. Маркасов**

*Институт филологии, массовой информации и психологии  
Новосибирского государственного педагогического университета  
ул. Вилюйская, 28, корп. 3, Новосибирск, 630126, Россия*

*ssom@hotmail.ru*

## **«ОПТИМИЗМ» И «ПЕССИМИЗМ» КАК ЕДИНЫЙ СЕМИОТИЧЕСКИЙ КОД В МАТЕРИАЛАХ ТАБЛОИДНОЙ ПРЕССЫ**

Исследуются газетные тексты популярного российского таблоида «Комсомольская правда», рассматривается реализация в них мифов и стереотипов массового сознания в аспекте масс-культурных стратегий, условно обозначенных нами как «оптимизм» и «пессимизм». В контексте этих понятий анализируется одна из базовых экзистенциальных тем – тема смерти, а также газетно-журнальный вариант так называемой апокалиптической фантастики и др. Делается вывод, что указанные противоположные категории удачно синтезированы «технологами дискурсов» и служат поддержанию власти идеологических «смыслов». Отмечается, что сами регуляторы массовых информационных потоков конструируют эти смыслы во многом бессознательно, подчиняясь преобладающему в социуме «общественному вкусу». Безусловно, такие стратегии используются, прежде всего, при создании самого «масс-культурного» типа газетной периодики и телеконтента с целью поддержания «ауры» оптимизма в качестве некоего стабилизирующего фактора, сдерживающего и регулирующего рост массовых, по большей части иррациональных, страхов.

*Ключевые слова:* дискурс, массовый читатель, манипулятивные технологии, мифологическое сознание, апология оптимизма, интерактивная коммуникация, желтая пресса, позитивное мышление.

Во многой мудрости много печали; и кто умножает познания, умножает скорбь.

*Библия. Книга Екклесиаста*

Не выглядит ли наше мироощущение шумной радостью детей, сбежавших из школы? Одному богу известно, что будет завтра, и это тайно радует нас, потому что лишь в открытой дали, где все неожиданно, все возможно, и есть настоящая жизнь...

*Хосе Ортега-и-Гассет «Восстание масс»*

В книге «Газета и роман: риторика дискурсных смещений» И. В. Силантьев высказал базовую мысль о том, что «средства массовой информации необходимы обществу не только с точки зрения потребностей в информации, но и с точки зрения наполнения коммуникативного пространства дискурсами» [2006. С. 78]. Известно, что для создания выгодных для автора рекламных и

массовых публикаций используется набор отработанных манипулятивных приемов, таких как апелляция к авторитетному мнению, алогизм, откровенная дезинформация и др. Эти методы подробно описаны в отечественной и зарубежной научной литературе (см.: [Быкова, 2000; Дзялошинский, 2005а; 2005б; Лозовский, 2008; Маклюэн, 2003; Почепцов, 1999; 2000] и др.). Однако

*Маркасов М. Ю.* «Оптимизм» и «пессимизм» как единый семиотический код в материалах таблоидной прессы // Вестн. Новосиб. гос. ун-та. Серия: История, филология. 2014. Т. 13, вып. 6: Журналистика. С. 107–115.

открытым остается вопрос об общей атмосфере, создаваемой в массовом сознании (во многом благодаря работе этих приемов), атмосфере так называемого оптимизма, удачно осуществляющего коммерческую задачу. Впрочем, было бы наивно полагать, что пресса и телевидение исключительно сознательно преследует прагматические цели. Исходя из тезиса о спонтанности трансляции уже существующих в социуме дискурсов и парадоксальности ситуации, при которой «журналистский дискурс как таковой призван транслировать в общество им же, обществом, созданные и им же, обществом, востребованные стереотипы, потому изначально стремится к воспроизведению “общего мнения”, “здорового смысла”» [Силантьев, 2006. С. 71], можно рассматривать эту условную дискурсивную «ауру» оптимизма в качестве некоего стабилизирующего фактора, сдерживающего и регулирующего рост массовых, по большей части иррациональных, страхов. Причем отметим, что сами регуляторы (прежде всего редакторы и журналисты) делают это также во многом бессознательно, подчиняясь преобладающему в социуме «здоровому смыслу». Безусловно, эти утверждения относятся, прежде всего, к самому «масс-культурному» типу газетной периодики и телеконтента, который мы и постараемся проанализировать в данной статье. Таким образом, необходимо дифференцировать так называемый дискурс «информационный» и «гламурный». Что касается прессы, рассчитанной на более интеллектуального читателя, таких изданий, как «Русский репортер», «Новая газета», «Эксперт» и др., то здесь картина представляется нам более неоднозначной, однако именно желтая пресса и подобные ей издания и призваны служить конструированию стереотипов.

Усложнение общей семиотической ситуации происходит как раз за счет того, что оппозиционные категории оптимизма и пессимизма весьма свободно взаимопроникают друг в друга, транслируя, в принципе, один дискурсивный код. Причем такая симулятивная ситуация характерна для многих отечественных (и не только) институций. Как утверждает Михаил Эпштейн, «в России постепенно сложилась парадоксальная интуиция одновременного утверждения и отрицания позитивного мира. Россия страстно, лихорадочно, неистово конструирует

мир позитивных форм – политики, истории, экономики, культуры – и одновременно деконструирует их, открывая за каждым знаком пространство отсутствия и пустоты» [2000. С. 92]. Если исходить из общепринятого житейского представления, диктующего нам, что оптимизм традиционно маркирует полюс, условно говоря, положительный, а пессимизм – отрицательный, негативный, то мы можем утверждать, что в СМИ происходит компиляция оценочных значений обоих понятий, которые не только подменяются одно другим, но и принимают весьма причудливую форму. При объективной невозможности предложить выход из кризисной ситуации массовая психология в большинстве своем советует единственный путь: мыслите позитивно. В таком случае это всего лишь игра с потребителем.

Для начала определим сами концепты «оптимизм» и «пессимизм», являющиеся понятиями по большей части психологическими и философскими. Философский словарь дает следующие дефиниции: «ОПТИМИЗМ – ...один из двух основных видов восприятия мира, выражающий позитивное... отношение к нему... В обыденном понимании – это склонность видеть... во всех жизненных событиях положительные стороны... верить в успех... и конечное благополучие. В филос. умозрении следует отличать гносеологический О., считающий мир целиком поддающимся познанию, и О. этический, основными чертами которого является... убеждение в окончательном торжестве добра над злом... Для религиозно-метафизического О. характерна онтологизация добра, вера во... всеблагого Бога... В... секулярных... филос. системах О. опирается... на веру в способность человека поступать согласно... его разуму...» [Философия..., 2004].

«ПЕССИМИЗМ – ...один из двух основных видов восприятия мира, выражающий негативное... недоверчивое отношение к нему... В обыденном понимании – подавленное настроение, склонность видеть... отрицательные стороны действительности, ощущение безысходности и бесцельности жизни, слишком болезненная реакция на неудачи. В филос. понимании пессимистическое мировоззрение указывает на преобладание в мире страданий... бессмысленность человеческой жизни... Сегодня, несмотря на общее оптимистическое благо-

душие... ряд филос. направлений (традиционализм, постмодернизм) пессимистически оценивают будущее <...> [Философия..., 2004].

«Оптимизм и Пессимизм. Клинически оптимизм, как недооценка препятствий, считается маниакальной чертой... а пессимизм, как переоценка препятствий, – чертой депрессивной...»<sup>1</sup>.

Таким образом, исходя из процитированного выше, можно сделать вывод о том, что, во-первых, оптимизм и пессимизм – это категории сугубо рецептивные, и поэтому абстрактные, следовательно, вербальное их выражение в материалах СМИ достаточно затруднено; во-вторых, философский словарь предлагает (что, безусловно, логично) интеллектуальное осмысление этих типов восприятия, а тексты массовой прессы, которые будут рассмотрены нами далее, эксплицируют максимально упрощенный взгляд на данный вопрос. Тем не менее заведомо примитивные масс-культурные статьи – идеальный объект для аналитической деконструкции заложенных в них социально-культурных клише. В психологии оба этих понятия, как мы видим, вообще приравниваются к клиническим патологиям. Современные постмодернистские энциклопедии, например, «Постмодернизм. Энциклопедия» [2001], «Постмодернизм. Словарь терминов» [2001] и др. вообще избегают говорить об этих достаточно неопределенных и «немодных» концептах, предпочитая ориентироваться на более научные и актуальные понятия постфрейдистского и постструктуралистского толка (такие, как невротический дискурс, обсессивный невроз, шизофренический дискурс и т. д.), определяя ими современное (и не только) состояние культуры и социума.

В наивной картине мира оптимистические составляющие – это, прежде всего, «активная жизненная позиция», «успешность», «бизнес», «карьера», «здоровый образ жизни», «деньги», «семья» и т. д. В беседе с Аленой Долецкой, редактором русской версии «Vogue», известный журналист Глеб Морев высказал мысль, что «из глянцевого мира исключена, например, смерть. Из него исключены болезни. Из него не исключена бедность лишь потому, что бедность входит

в миф о Золушке. То есть ключевые для любого человека экзистенциальные категории из него оказываются исключенными»<sup>2</sup>. Думается, можно с уверенностью утверждать, что «смерть», «болезнь», «нищета», «невостребованность» и др. исключены не только «из глянцевого мира», но и из других типов масс-культурной прессы в их «желтом» варианте. Впрочем, исключены только в своем прямом социальном значении, а на самом деле активно используются технологами дискурсов с целью конструирования клишированной модели социума. Не случайно объектами описания в таблоидной прессе становятся модные актеры, известные спортсмены, бизнесмены и т. д.

Масс-культурная ипостась оптимизма, по крайней мере в том виде, в каком он презентуется на страницах желтой прессы, ассоциируется, прежде всего, с наивностью, интеллектуальной ограниченностью, установкой на простоту восприятия и индивидуальной недифференцируемостью, причем тот, «кто... себя ощущает таким же, “как и все”... не только не удручен, но доволен собственной неотличимостью» [Ортега-и-Гассет, 2002. С. 19]. В данном случае Ортега-и-Гассет актуализирует, на наш взгляд, мысль о самодовольстве и жизнеутверждающем пафосе человека массы, создающем для поддержания миропорядка систему позитивных дискурсов (в этом миропорядке неотличимость идентифицируется с оптимизмом): «мир... внушает... своим обитателям полную уверенность, что завтра он станет еще богаче, еще шире, еще совершенней» [Там же. С. 56].

В качестве одного из показательных объектов для иллюстрации положений, изложенных выше, может выступать популярный российский таблоид «Комсомольская правда» (далее – «КП»), который, с одной стороны, тотально транслирует практически весь набор общественных стереотипов и в этом смысле не дистанцируется от «глянцевой» прессы, с другой стороны, в отличие от нее обладает несколько иным имиджем – еще с советских времен сохраняет и активно поддерживает статус информационной газеты, особенно среди читателей пожилого

<sup>1</sup> Психологическая энциклопедия. URL: <http://vslovare.ru/slovo/psihologicheskaja-jentziklopedija>

<sup>2</sup> «Vogue – это не только журнал. Это эстетика бытия». Главный редактор русского Vogue Алена Долецкая о легендарном brand name и его поэтике. Критическая масса. 2004. № 4. URL: <http://magazines.russ.ru/km/2004/4/dol3.html>

и среднего поколения. Совмещение в первую очередь именно этих двух функций и позволяет, на наш взгляд, занимать «КП» свою нишу на рынке современной отечественной прессы<sup>3</sup>.

Своеобразно презентуется на страницах «КП» тема смерти, представленная читателю, в частности, в жанре некролога. Так, в «КП» от 25.07.2013 помещен некролог на смерть Михаила Горшенева, лидера музыкальной группы «Король и шут»<sup>4</sup>. Некролог как жанр возник именно на газетных страницах, оставаясь до сих пор преимущественно журналистским жанром, однако претерпел, несмотря на шаблонность, существенные изменения, связанные, прежде всего, с характером эпохи. Так, Татьяна Кузовкина, рассматривая специфику некрологов, опубликованных Фаддеем Булгариным в «Северной пчеле», отмечает, что «и объем, и поэтика, и композиция некрологов в СП зависели от социального статуса того, кому они посвящались. Некрологи признанным героям эпохи, которые многолетней службой достигли высоких чинов, представляли собой описание их постепенного восхождения по карьерной лестнице... и нередко украшались вставными назидательными новеллами в патриотическом духе... Поэтика некролога резко меняется, когда речь заходит о людях творческих профессий» [Кузовкина, 2004], тексты о которых подвергались тщательной цензуре на предмет их «благонадежности».

Особое значение некролог приобрел в советское время. Обязательные «заклинания» соцреалистического загробного слова – перечисление качеств умершего, естественно оптимистических: «энергия, настойчивость... мужество, упорство, решимость... принципиальность, честность, скромность, оптимизм... составленные в комбинации и усиленные метафорами» [Орлова, 2009]. Деконструкция советской риторики привела фактически к исчезновению некролога как

жанра со страниц современных газет и журналов. Сегодня мы можем говорить, скорее, о компиляции различных дискурсов, в том числе и советских, в пределах одной статьи, тем не менее, инерция жанра сохраняет свой «высокий дискурсивный статус» и является, по меткому выражению Г. Орловой, «одной из базовых для современности техник публичного укрощения смерти» [Там же].

В рассматриваемой нами газетной статье представлена не информация, а факт констатации события, его маркирование, точнее, ситуация отношения автора-журналиста к конкретному событию, в данном случае к уходу из жизни популярного исполнителя. В статье автор использует манипулятивные приемы, магически воздействующие на реципиента. Весь текст изобилует мелодраматическими шаблонами: *улыбнуться, удовольствие, веселье, юмор, посмеялись, ты жив, покуда мы верим в чудо* и т. д. Таким образом, «самоотвержение оказывается способом самоутверждения» [Тюпа и др., 1997. С. 65], точнее, происходит «бегство» от страха небытия. В принципе, подобная риторика свойственна жанру некролога как такового, выполняющего, прежде всего, суггестивную функцию, а учитывая современную культурную ситуацию, больше похожего на психоделический текст, некое шаманское заклинание, воздействующее в первую очередь на эмоции реципиента. Важной риторической фигурой, создающей высокую степень мелодраматического напряжения, является дискурс «пророческого предчувствия собственной смерти», выраженного якобы в текстах того или иного автора, что вообще свойственно массовому сознанию, часто транслирующему этот расхожий стереотип<sup>5</sup>. Не случайно в статье трижды повторяется словоформа *пророческий* и ее дериват: «...те его слова можно считать **пророческими**, его последняя ария “На краю” тоже начинается словами, которые теперь кажутся мрачным **пророчеством**... признавался он в веселой песенке “Похороны панка”, которая теперь кажется **пророческой**» (выделено нами. – М. М.). Экспликация в конце статьи еще одного

<sup>3</sup> Интересным объектом для анализа современных мифов может являться еще один тип массовых журналов – издания, специализирующиеся на темах популярной психологии.

<sup>4</sup> С определением жанра репертуара группы можно затрудниться, так как, по нашему мнению, коммерческий, а тем более гламурный панк в принципе противоречит самому духу панк-рока как маргинального и чуждого по отношению к любому мейнстриму течения.

<sup>5</sup> Наиболее связаны с этим стереотипом такие имена, как, например, С. Есенин или В. Высоцкий, идеально встраивающиеся в обывательскую наивную картину мира, предельно профанирующую сложные эстетические построения о статусе гения, выработанные в свое время эпохой романтизма.

штампа массового сознания – так называемого посмертного существования (*ты жив, куда мы верим в чудо*) – отсылает нас к целому комплексу мировой танатологии и, прежде всего, к советскому загробному мифу жизни после жизни (вспомним: Ленин жил, Ленин жив, Ленин будет жить; Ленин всегда живой; Ленин умер, но дело его живет и т. п.). Другое дело, что подобные формулировки, безусловно, и не предполагают сознательной ориентации автора на интеллектуальные эскерсисы; журналистика такого типа и должна продуцировать банальность – шаблоны некрологического дискурса сродни пословицам и воспроизводятся носителями массового сознания интуитивно: «ты жив в наших сердцах», «ты жив, пока мы дышим» и т. д.

Смерть, по крайней мере в позитивистском ее осмыслении, являет собой неизбежность, соответственно большинство философских теорий эксплицировало идею не буквального избавления от смерти, а изменения отношения к ней, т. е., по сути, принятие ее как неизбежности. Осознание изначальной трагичности смерти (по крайней мере, в европейском культурном пространстве) трансформируется в статье до того мелодраматического уровня, который, видимо, и воспринимается реципиентом как должный. Таким образом, если рассматривать дискурс статьи в категориях «оптимизма» и «пессимизма», то априори заложенный в теме смерти экзистенциальный трагизм смешивается с жизнерадостным пафосом. Впрочем, категории трагического и комического, согласно карнавальной концепции М. М. Бахтина, суть модусы амбивалентные.

Самое, пожалуй, парадоксальное смешение противоположных категорий наблюдалось в период классического сталинского соцреализма. И парадоксальность заключается в данном случае не в степени абсурдности получающихся в результате такого синтеза гибридов, а в воплощении этой сугубо текстовой конструкции в реальность, в инициации советского жизнестроительного проекта: «чем шире был размах террора, тем больше люди должны были улыбаться (пессимизм приравнивался к нелояльности), чем больше было трагедий в реальности, тем больше комедий на экранах кинотеатров» [Розенталь, 2000. С. 63]. Оптимизм как прагматический код был реализован прежде

всего в музыке: «установкой тех лет... являлась ориентация на оптимизм, на отношение к искусству как к необходимому источнику бодрости и жизнерадостности» [Розинер, 2000. С. 169]. И далее: «Советские массовые песни 1930-х годов – мажорные, обычно маршеобразные, с отчетливым и простым мелодизмом, построенные куплетно, часто с рефреном и припевом, рассчитанным на хоровое “подхватывание”» [Там же. С. 173]. Отметим, что как и в современном массовом искусстве, так и в недавнем советском прошлом парадигма оптимизма включает в себя обязательную установку на «простоту», на понятность текстов усредненным адресатом, обратим внимание в приведенной выше цитате на слова «песни... с отчетливым и простым мелодизмом». В начале 1990-х гг., в эпоху формирования масс-культуры в России по западному типу, Вячеслав Курицын иронически описал симптоматичную ситуацию, с которой сталкивается профессиональный автор, создавая бульварный роман: «Убрать все длинные и труднодоступные слова – это понятно, но про многие слова необразишь, что они труднодоступные. Таким оказалось слово “безусловно”» [1998. С. 169]. Думается, что в данном случае методика производства массовой литературы в своей основе мало чем отличается от техники конструирования газетно-журнального контента.

Еще одиознее были тексты советской художественной критики, обязательным атрибутом которых являлась констатация реакции зрителя-слушателя, непременно радостная и бурная. Если, конечно, произведение «правильное»; если «неправильное», то чаще всего изображалась эмоция негодования: «рабочие (народ, все прогрессивное человечество и т. д.) с негодованием встретили сообщение о том, что и т. п.»<sup>6</sup>. Феликс Розинер приводит яркий и характерный пример из статьи А. Толстого «Пятая симфония Шостаковича»: «Финал грандиозного оптимистического подъема... огромный оптимистический подъем... весь зал встает. Он охвачен чувством радости, чувством счастья: оно пенится в оркестре, оно проносится по залу, как весенний ветер. Весь зал

<sup>6</sup> Кстати, «дискурс советского негодования» может быть темой отдельного фундаментального исследования.

охвачен благодарностью к художнику...» [Там же. С. 173].

Можно утверждать, что характер данной публикации – проявление сугубо индивидуального стиля конкретного журналиста, однако общий дискурс газеты говорит нам о наличии определенной тенденции в построении всего ансамбля текстов издания. Мало того, можем сделать предположение, что описанные выше стратегии создания контента – неотъемлемая часть любого издания такого типа, как «КП».

В последнее время в СМИ таблоидного типа стали популярными материалы особого жанра, который известен под названием апокалиптики или апокалиптической фантастики: в текстах автор выстраивает ситуацию возможного природного или социального катаклизма, например войны, землетрясения, нашествия инопланетян и т. п. В принципе, массовая художественная литература и особенно кинематограф (фильмы «Армагеддон», «Годзилла», «День, когда Земля остановилась» и др.) достаточно давно и полно отразили эту форму, обладающую очевидным рекреативным потенциалом. Подобная стратегия оказалась весьма эффективной для журналистского текста, позволяя создавать иллюзию реальности, что, несомненно, усиливает воздействие на адресата и повышает коммерческую привлекательность газеты или журнала. В «Комсомольской правде» к такому жанру можно отнести публикацию «*Война! Китаец торжествует*», повествующую о возможной военной агрессии КНР по отношению к России. Обратим внимание, во-первых, на название журналистской «пугалки»: в заголовке использован прецедентный текст, крайне, на наш взгляд, комичный с точки зрения совмещения разнородных дискурсов (строки школьно-хрестоматийного отрывка из «Евгения Онегина» мирно сосуществуют с «попсовым» жанром), но весьма характерный для «КП», постоянно эксплуатирующей «радость узнавания» реципиентом культурных кодов, таким образом поднимая его самооценку и приобщая его к миру якобы «высокой художественности». Во-вторых, в лиде статьи автор публикации дважды ссылается на авторитетное мнение, апелляция к концептуально значимым фигурам – один из эффективнейших приемов манипуляции (протицируем лид полностью): *На сайте журнала «Сноб» размещен материал, ко-*

*торый горячо обсуждается как специалистами, так и просто «сочувствующими». В нем описан сценарий возможной китайской агрессии, подобной той, что произошла со стороны Германии 22 июня 1941 года. Его разработал Александр Храмчихин, замдиректора Института политического и военного анализа. И все там так разложено по полочкам, что становится жутковато...*

Отметим, что ценность и достоверность публикации в сознании читателя определяется ссылкой на элитарный журнал, зарекомендовавший себя в качестве серьезного издания, и на конкретного человека, который к тому же является не просто специалистом, а статусной фигурой, по всей видимости, статусного учреждения: *замдиректора Института политического и военного анализа*. Наличие в контексте слов *Институт* и *анализ* вкупе с эпитетами *политический* и *военный* автоматически вызывают ассоциации с чем-то серьезно-научным и маркируют эту статусность и авторитетность (обратим внимание, что в данном случае мы говорим о стратегиях журналистского дискурса, чистой игре знаками и их референциями, а не о фактической достоверности / недостоверности значимости данного учреждения). Общий эмоциональный тон приведенного отрывка и ориентация читателя на дискурс ужасного подчеркнуты в статье словом *жутковато*. Далее это *жутковато* разворачивается в картину пошагового завоевания России Китаем. Публикацию сопровождает «Карта передела мира», на которой очень наглядно изображены районы оккупации, демилитаризованных зон и территорий, оставшихся под *юрисдикцией РФ*, естественно, небольшая часть Европейской России (почему-то китайцы оставили русским Краснодарский край и Причерноморье). Уравновешение возможных паники и пессимистических настроений аудитории происходит за счет привлечения мнений других авторитетных специалистов (*Константина Сивкова, первого вице-президента Академии геополитических проблем, доктора военных наук, и Андрея Фурсова, директора Института системно-стратегического анализа*), утверждающих полную несостоятельность опубликованного прогноза.

Апологией оптимизма можно считать рубрику «Добрые истории», заканчивающей основные статьи газеты (за ними следует

уже привычный набор «КП» – анекдоты, реклама, кроссворд) и, видимо, служащей целям повышения общего «тонуса» читателей от осознания ими «добрых» тенденций в мире социально-политического хаоса и «морального разложения»<sup>7</sup>. Дискурс рубрики можно было бы назвать антимизантропным и сформулировать на языке обывателя примерно так: «несмотря-на-засилие-в-мире-зла-все-же-в-нем-много-добрых-людей». Приведем лишь небольшой отрывок – одну из историй: *Дорогие читатели! Спасибо вам, что так активно откликнулись на наш призыв присылать добрые истории – каждый день мы получаем десятки писем с теплыми, жизнеутверждающими рассказами. Присоединяйтесь! Вместе мы сделаем этот мир лучше!*

*Накануне нашей золотой свадьбы... я решил сделать подарок теще... и... купить ей электрообогреватель... Узнал, в каком магазине его можно купить... и отправился туда. Пока ждали товар, я рассказал сотруднице, что мы скоро отметим юбилей свадьбы. И она подарила нам этот обогреватель! Спасибо вам, прекрасная Ирина! Вячеслав Степанович и Галина Алексеевна, Тольятти.*

Во-первых, написана эта небольшая статья в форме «письма в газету», что позволяет создать иллюзию правдоподобия и установить доверительные отношения с активными читателями. Вызывает сомнения в реальности описанных в материале событий и действительном существовании народных «корреспондентов» либо полная анонимность публикаций, либо наличие только имени и отчества. Впрочем, и констатация полных Ф.И.О. тоже не гарантирует подлинности интерактивной коммуникации. Кроме того, «реальные факты», как известно, «с позиции передающего... всегда результат выбора из массы окружающих событий события, имеющего, по его представлению, значение [Лотман, 1996. С. 304]. Во-вторых, журналистское клише «спасибо вам, что... откликнулись», условная форма благодарности абстрактному адресату, приобретает, учитывая сказанное выше, комический оттенок (*Дорогие читатели! Спасибо вам, что так активно откликнулись...*),

усиленный дискурсом «коллективного объединения», доходящим до предельной степени сентиментально-мелодраматической истерии: *Присоединяйтесь! Вместе мы сделаем этот мир лучше.* Последняя фраза – это уже не пустые риторические экзерсисы, а претензия на реальный практический результат, своего рода жизнестроительный проект. Массовому сознанию вообще импонируют призывы к объединению и свершению неких коллективных действий, помноженных на веками культивируемую русскую соборность. В-третьих, концентрация оптимизма по сравнению с предыдущими статьями здесь достигает своего максимума: *теплыми, жизнеутверждающими; вместе мы сделаем этот мир лучше.* Общий тон позитивного настроения подчеркивается и расположением на этой же странице, практически вплотную, рубрики «Забавность на дороге», что образует единый композиционный блок. В рубрике – фотографии автомобилей, украшенных безвкусными граффити и сопровождаемыми небольшими комментариями читателей, приславших эти фотоиллюстрации. Что характерно, дважды подчеркивается установка на «веселье»: «...читатели продолжают присылать нам *веселые* фото машин. А мы не устаем их публиковать. И *веселиться*» (выделено нами. – М. М.).

Веселье – еще одна модификация оптимистического взгляда на мир, стимулирующая эскапическую ориентацию адресата, снимающая социальные проблемы и противоречия, а также иррациональные страхи и продуцирующая различные формы массовых аттракционов на страницах газет и журналов. Компилируя «оптимистические» и «пессимистические» коммуникативные стратегии, желтая пресса успешно поддерживает власть идеологических дискурсов и транслирует «смыслы».

### Список литературы

*Быкова О. Н.* Опыт классификации приемов речевого манипулирования в текстах СМИ // Речевое общение: Вестн. Рос. риторической ассоциации / Под ред. А. П. Сковородникова. Красноярск, 2000. Вып. 1 (9). С. 42–53.

*Дзялошинский И. М.* Манипулятивные технологии в масс-медиа // Вестн. Моск. ун-та.

<sup>7</sup> Тема вырождения – одна из популярнейших для обсуждения представителями массового сознания и, возможно, даже архетипическая.

Серия 10. Журналистика. 2005а. № 1. С. 29–55.

*Дзялошинский И. М.* Манипулятивные технологии в масс-медиа (окончание) // Вестн. Моск. ун-та. Серия 10. Журналистика. 2005б. № 2. С. 94–112.

*Кузовкина Т.* Некролог Булгарина Жуковскому // Пушкинские чтения в Тарту 3: Материалы Междунар. науч. конф., посвящ. 220-летию В. А. Жуковского и 200-летию Ф. И. Тютчева. Тарту, 2004. С. 276–293. URL: <http://www.ruthenia.ru/document/535675.html>

*Курицын В. Н.* Журналистика 1993–1997. СПб., 1998.

*Лозовский Б. Н.* Манипулятивные технологии управления средствами массовой информации. Екатеринбург, 2008.

*Лотман Ю. М.* Проблема исторического факта // Внутри мыслящих миров. М., 1996.

*Маклюэн М.* Понимание медиа: внешние расширения человека / Пер. с англ. В. Г. Николаева. М., 2003.

*Орлова Г.* Биография (при)смерти: заметки о советском политическом некрологе // Неприкосновенный запас. 2009. № 2 (64). URL: <http://magazines.russ.ru/nz/2009/2/>

*Ортега-и-Гассет Х.* Восстание масс: Пер. с исп. М., 2002.

Постмодернизм. Словарь терминов. М., 2001.

Постмодернизм. Энциклопедия. Минск, 2001.

*Почепцов Г. Г.* Информационные войны. М., 2000.

*Почепцов Г. Г.* Коммуникативные технологии двадцатого века. М., 1999.

*Розенталь Б.* Соцреализм и нищезанятие // Соцреалистический канон. СПб., 2000. С. 56–69.

*Розинер Ф.* Соцреализм в советской музыке // Соцреалистический канон. СПб., 2000. С. 166–179.

*Силантьев И. В.* Газета и роман: риторика дискурсных смещений. М., 2006.

*Тюпа В. И., Фуксон Л. Ю., Дарвин М. Н.* Литературное произведение: проблемы теории и анализа. Кемерово, 1997. Вып. 1.

Философия. Энциклопедический словарь. М., 2004. URL: [http://dic.academic.ru/contents.nsf/enc\\_philosophy/](http://dic.academic.ru/contents.nsf/enc_philosophy/)

*Эшштейн М.* Постмодерн в России. Литература и теория. М., 2000.

*Материал поступил в редколлегию 14.11.2013*

**M. Yu. Markasov**

*Institute of Philology, Media and Psychology  
Novosibirsk State Pedagogical University  
28 Viluiskaya Str., Novosibirsk, 630126, Russian Federation*

*ssom@hotmail.ru*

### «OPTIMISM» AND «PESSIMISM» AS A UNIFIED SEMIOTIC CODE IN TABLOIDS

The article investigates texts of popular Russian tabloid «Komsomolskaya Pravda», discusses how myths and stereotypes of mass consciousness in terms of masscultural strategies conventionally designated as «optimism» and «pessimism» are implemented. In the context of the above mentioned concepts one of the basic existential themes – the theme of death is analyzed, as well as newspaper and magazine version of so-called apocalyptic fiction, etc. The conclusion is that these opposing categories successfully synthesized by the «technologists of discourses» and serve to maintain the power of ideological «senses». The article notes that the regulators of the massive information flows construct them largely unconsciously, following the «public taste» prevailing in the society. Such strategies are undoubtedly used to create the most «masscultural» type of newspaper periodicals and TV content to maintain the «aura» of some optimism as a stabilizing deterrent and regulating the growth of mass, mostly irrational, fears.



*Keywords:* discourse, the mass reader, manipulative technologies, mythological consciousness, the apology optimism, interactive communication, the yellow press, positive thinking.

## References

- Bykova O. N. Opyt klassifikatsii priemov rechevogo manipulirovaniya v tekstakh SMI. *Rechevoe obschenie: Vestnik Rossijskoj ritoricheskoj assotsiatsii*. Krasnoyarsk, 2000, iss. 1 (9), p. 42–53. (In Russ.)
- Dzyaloshinskij I. M. Manipulyativnye tekhnologii v mass-media (okonchanie). *Vestnik of Moscow State University. Series 10. Journalism*, 2005b, no. 2, p. 94–112. (In Russ.)
- Dzyaloshinskij I. M. Manipulyativnye tekhnologii v mass-media. *Vestnik of Moscow State University. Series 10. Journalism*, 2005a, no. 1, p. 29–55. (In Russ.)
- Epshtejn M. *Postmodern v Rossii. Literatura i teoriya*. Moscow, 2000. (In Russ.)
- Filosofiya*. Entsiklopedicheskij slovar'. Moscow, 2004. URL: [http://dic.academic.ru/contents.nsf/enc\\_philosophy/](http://dic.academic.ru/contents.nsf/enc_philosophy/). (In Russ.)
- Kuritsyn V. N. *Zhurnalistika 1993–1997*. St.-Petersburg, 1998. (In Russ.)
- Kuzovkina T. Nekrolog Bulgarina Zhukovskomu. *Pushkinskie chteniya v Tartu 3*. Tartu, 2004, p. 276–293. URL: <http://www.ruthenia.ru/document/535675.html/>. (In Russ.)
- Lotman Yu. M. Problema istoricheskogo fakta. *Vnutri myslyaschikh mirov*. Moscow, 1996. (In Russ.)
- Lozovskij B. N. *Manipulyativnye tekhnologii upravleniya sredstvami massovoj informatsii*. Ekaterinburg, 2008. (In Russ.)
- Maklyuen M. *Ponimanie media: vneshnie rasshireniya cheloveka*. Moscow, 2003. (In Russ.)
- Orlova G. Biografiya (pri)smerti: zametki o sovetskom politicheskom nekrologe. *Neprikosnovennyj zapas*, 2009, no. 2 (64). URL: <http://magazines.russ.ru/nz/2009/2/>. (In Russ.)
- Ortega-i-Gasset Kh. *Vosstanie mass*. Moscow, 2002. (In Russ.)
- Pocheptsov G. G. *Informatsionnye vojny*. Moscow, 2000. (In Russ.)
- Pocheptsov G. G. *Kommunikativnye tekhnologii dvadtsatogo veka*. Moscow, 1999. (In Russ.)
- Postmodernizm*. Entsiklopediya. Minsk, 2001. (In Russ.)
- Postmodernizm*. Slovar' terminov. Moscow, 2001. (In Russ.)
- Rozental' B. Sotsrealizm i nitshsheanstvo. *Sotsrealisticheskij kanon*. St.-Petersburg, 2000, p. 56–69. (In Russ.)
- Roziner F. Sotsrealizm v sovetskoj muzyke. *Sotsrealisticheskij kanon*. St.-Petersburg, 2000, p. 166–179. (In Russ.)
- Silant'ev I. V. *Gazeta i roman: ritorika diskursnykh smeshenij*. Moscow, 2006. (In Russ.)
- Tyupa V. I., Fukson L. Yu., Darvin M. N. *Literaturnoe proizvedenie: problemy teorii i analiza*. Kemerovo, 1997, iss. 1. (In Russ.)