

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ВОРОНЕЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГБОУ ВО «ВГУ»)

Факультет журналистики
Кафедра теории и практики журналистики

**Отражение скандала в журналистских материалах
(на примере авторских публикаций в газете и на сайте
«Комсомольская правда в Воронеже»)**

Бакалаврская работа (творческая)
Направление 42.03.02 Журналистика
Профиль Пресса и Интернет

Зав. кафедрой _____ канд. филол. н., доц. Гордеев Ю.А. ____ .05.2019 г.

Обучающийся _____ Беляева Ю.С.

Руководитель _____ канд. филол. н., доц. Гордеев Ю.А.

Воронеж 2019

Содержание

Введение	3
Глава 1. Отражение скандала в СМИ	7
1.1. Основные характеристики скандала.....	9
1.2. Классификация скандалов.....	16
1.3. Скандал как основа журналистской публикации.....	19
1.4. Скандал как способ развлечения аудитории.....	23
1.5. Эмоциональная составляющая журналистского текста.....	27
Глава 2. Практический опыт отражения скандалов в СМИ	33
Заключение	60
Список использованной литературы	63
Творческое приложение	68

Введение

Актуальность темы исследования. В современной культуре небывалую популярность обрела риторика скандала. Появившаяся в конце XIX – начале XX вв. «желтая» пресса уверенно закрепила на медийном рынке, претерпев некоторые изменения. Если раньше журналисты удерживали аудиторию с помощью развлекательных материалов, то теперь их сменил так называемый «шок-контент». Высокой популярности «желтые» издания добиваются не благодаря тому, что вовремя сообщают о происходящих драматических событиях, а скорее из-за способа подачи информации, который основан на пробуждении эмоций и чувств читателя. И это могут быть не только сочувствие и сострадание, но и простое человеческое любопытство с сопутствующими ему волнением и тревогой.

Постепенно произошло смещение акцента с обеспечения достоверности информации на то, как она подается. И сегодня многочисленные печатные и интернет-издания обещают читателям шокирующие подробности происшествий, слухи, скандалы. А общество, в свою очередь, продолжает находиться под влиянием парадигмы драйв-мышления, основанного на принципе гедонизма. Избалованная публика часто ищет и находит удовольствие в страхе – эмоции, не вызывающей пресыщения.

К страху невозможно привыкнуть, так же как и к боли. Трудно адаптироваться и к страху смерти. «Угроза унижения, «потеря лица», распад «Я» – то же, что смерть. Моральные страдания – то же, что боль. В погоне за сильными ощущениями драйв-мышление вовлекает человека в ситуации, где ему приходится переживать либо страх боли и смерти, либо страх унижения и моральных страданий. Так возникает то особое психическое состояние, которое современный психолог, социотерапевт Н.Ю. Борисов называет «гедонистическим риском», то есть неконтролируемое влечение к опасности

ради сильных ощущений. Общество стремится к получению гедонистического риска через экстремальные виды спорта и увлечения».¹

Пережить такие состояния позволяют и медиа. Гедонистическую функцию выполняет любой вид прессы, но именно в «жёлтой» она является основным строительным материалом и реализуется прямым выполнением запроса читателя. Очевидно, что появление «желтой» прессы связано с особенностями эволюции массового сознания в индустриальном и постиндустриальном обществе. В любом случае, возникновение и развитие «желтой» прессы на Западе и в России свидетельствует о глубоких социокультурных переменах в сознании массового общества XX века.

Несмотря на широкую популярность «жёлтых» и просто массовых изданий и в XXI веке, специфика этого направления в журналистике остаётся малоизученной. Именно в силу своей востребованности массовая пресса, которая в наши дни становится все более скандальной, заслуживает особого к себе внимания и детального изучения. Необходимо формировать новые подходы к её исследованию, так как появление и развитие массовых изданий является частью культуры народа, его истории. Установление предпосылок, закономерностей и путей ее развития, возможно, помогут разобраться в сложных социокультурных процессах и отношениях в обществе.

Обращает на себя внимание отсутствие серьезных работ, посвященных скандалу в журналистике, равно как и его философскому обоснованию. Проведение исследований и подробное изучение этого феномена позволило бы не только по-новому посмотреть на механизмы функционирования общества, но и помогло бы выявить новые методы работы СМИ и способы их влияния на аудиторию.

Цель работы: охарактеризовать скандал как особый феномен, отражаемый в СМИ, а также определить особенности его отражения на примере собственных публикаций в газете «Комсомольская правда».

¹ Пронина Е.Е. Психология журналистского творчества / Е.Е. Пронина. – Москва : Издательство Московского университета, 2003. – С. 173.

Указанная цель предполагает решение следующих **задач**:

- раскрыть понятие скандала;
- рассмотреть существующие классификации скандалов;
- обозначить цели отражения скандалов в журналистике;
- выявить характеристики скандала в медиатекстах;
- составить классификацию скандалов, отражаемых в текстах СМИ;
- проанализировать скандальные тексты автора ВКР для выявления особенностей их создания.

Объектом исследования является медийный скандал.

Предметом исследования выступают особенности его отражения при создании скандальных текстов на всех этапах работы над ними.

Теоретическая база исследования. Наиболее важными источниками, на которые мы опирались при написании выпускной квалификационной работы, стали следующие труды отечественных исследователей: А.В. Дмитриев, А.А. Сычев «Скандал. Социофилософские очерки», А.А. Сычев «Скандал как феномен общественной морали», Е. Пронина «Психология журналистского творчества», И.Г. Яковлев «Интернет как коммуникационная сфера скандалов», А.Г. Волынская «Скандал как субверсивная практика».

Эмпирическая база исследования. Работа имеет творческий характер. В ней представлены и проанализированы публикации автора в печатной и сетевой версиях издания «Комсомольская правда в Воронеже» за 2018 год. Большинство материалов выходило не только в региональной, но и в федеральной части издания. Один из материалов публиковался на канале «Комсомольской правды» на платформе «Яндекс.Дзен». Публикации, как правило, получали большое количество просмотров (до 200 000 у одной из них) и обратную связь в комментариях с широкой географией (Россия, Ближнее и Дальнее зарубежье).

Гипотеза данной работы заключается в следующем. Отражение скандала предполагает специфическую содержательную и формальную организацию материалов в СМИ. Имеются ярко выраженные особенности в

сборе информации для скандальной публикации. Скандалы способны не только привлекать повышенное внимание аудитории, но и направлять его на важные социальные проблемы, формировать определенное отношение к ним, способствовать их разрешению.

Методы исследования. Чтобы получить необходимые сведения и добиться запланированных результатов, мы использовали такие методы исследования, как содержательный и формальный анализ журналистских материалов, профессиональная рефлексия.

Структура работы обусловлена предметом, целью и задачами исследования. Работа состоит из введения, двух глав, заключения, списка использованной литературы и творческого приложения.

В первой главе «Освещение скандала в СМИ» описываются основные характеристики скандала, представляются классификации скандала, а также демонстрируется, каким образом скандал может становится основой журналистского материала. Также в ней говорится о скандале, как способе развлечения аудитории и об эмоциональной составляющей в построении скандального текста.

Вторая глава «Анализ скандала в СМИ на примере собственных публикаций в газете и на сайте «Комсомольская правда в Воронеже» содержит практическую часть исследования.

Список использованной литературы включает 50 наименований.

В творческом приложении представлены публикации автора, составившие эмпирическую базу работы.

Глава 1. Скандал как вид неформальной коммуникации

Понятие скандала имеет множество трактовок, начиная от «происшествия, громкой ссоры нарушающей порядок»,² и заканчивая «провокативным жестом в искусстве».³ Иногда под скандалом подразумевается нарушение моральных принципов и норм. Вокруг такого нарушения может разгореться серьезная общественная полемика. Все это – скандал.

Наиболее активно скандал изучается в социологии. В своей работе «Скандал как субверсивная практика» исследователь из НИУ ВШЭ А.Г. Волынская выделяет несколько наиболее востребованных скандальных сюжетов: «политическая проблематика скандала в современных западных демократиях, вопросы политической ответственности, скандал как стратегия в (пере)распределении власти, скандал как механизм контроля и борьбы за (символическую) власть, а также взаимоотношения власти и медиа. Также Волынская говорит о том, что социологи исследуют скандал еще и как тип социального конфликта, индикатор состояния публичной сферы общества, а также способ формирования публичного мнения».⁴ В данной работе мы будем рассматривать скандал ещё и как продукт современных медиа.

Теоретики медиа понимают скандал прежде всего как медийную схему репрезентации событий. Тематизация скандала в медиатеории предполагает широкий спектр тем и сюжетов: от исследования стилей репортажа и особенностей устройства новостей⁵ до вопроса о том, как медиа конституируют моральный язык публичной сферы.⁶ Таким образом,

² Ожегов С.И. Толковый словарь русского языка: 80000 слов и фразеологических выражений / С.И. Ожегов, Н.Ю. Шведова. – 4-е изд., доп. – Москва : Азбуковник, 1999. – С 564.

³ Волынская А.Г. Скандал как субверсивная практика / А.Г. Волынская. – Москва : Изд. дом Высшей школы экономики, 2014. – С.3.

⁴ Там же. – С. 5-6.

⁵ Brezina T. False news reports, folk devils, and the role of public officials: Notes on the social construction of law and order in the aftermath of Hurricane Katrina / T. Brezina, H. Phipps // *Deviant Behavior*. – 2010. – №31. – С. 97–134.

⁶ Joslyn M. Framing the Lewinsky affair: Third-person judgments by scandal frame / M. Joslyn // *Political Psychology*. – 2003. – №24. – С. 829–844.

специалисты в области коммуникации сформулировали свое видение скандала. По их мнению, его можно рассматривать «как конфликтную ситуацию, характеризуемую значительным резонансом (реакцией) социальных групп, институтов гражданского общества, бизнеса, государства, вызванным агрессивностью, неадекватностью, неожиданностью, немотивированностью либо, наоборот, нарочитой политической или иной мотивированностью действий хотя бы одного из участников событий, выражающейся в сделанных публично порочащих намёках, угрозах, резких высказываниях, как правило, обвинительного характера. В своей крайней форме скандал может выражаться также в экономическом принуждении или даже физическом воздействии – рукоприкладстве или ином физическом насилии, убийстве, а также покушении на эти действия».⁷

В монографии А.В. Дмитриева и А.А. Сычева «Скандал: философские очерки» авторы дают следующее определение: «Скандал – это сложная форма конфликтного социального взаимодействия, в основе которого лежит резонансное нарушение социальных норм. Как и любой конфликт, скандал базируется на противоречиях и столкновении интересов и мнений. Основной чертой его является двойственность, так как поле действия здесь – это грань между фактами и спекуляциями, новостями и развлечением, журналистским расследованием и театральной постановкой».⁸

По мнению исследователя А.Г. Волынской, «основной трудностью в определении скандала является его полисемичность, то есть понятие относится одновременно и к действию, нарушающему нормы, и к его итогам и последствиям».⁹ В работе Д. Александера «Уотергейт как демократический ритуал. Социологическое обозрение» рассматривается наглядный канонический пример. Само по себе противоправное действие – факт ведения

⁷ Яковлев И.Г. Интернет как коммуникационная сфера скандалов / И.Г. Яковлев // Скандал: сферы воздействия. – Москва. – 2013. – С. 37; 74-75.

⁸ Дмитриев.А.В. Скандал. Социофилософские очерки / А.В. Дмитриев, А.А. Сычев. – Москва : ЦСП и М, 2014. – С. 23.

⁹ Волынская А.Г. Скандал как субверсивная практика / А.Г. Волынская. – Москва : Изд. дом Высшей школы экономики, 2014. – С.7.

незаконной прослушки – еще не скандал. К скандалу привела его репрезентация в СМИ, а также дальнейшие судебные разбирательства и общественные дискурсы. Затем уже раздутый в медиа скандал привел к глобальному политическому кризису, подрыву доверия к власти и отставке президента.¹⁰

Поэтому скандал в СМИ – это не само событие, которое наблюдает и обсуждает публика, а скорее способ его наблюдения и обозрения. Журналист приписывает актору определенные цели и мотивы, формируя образ «скандалиста», а затем в медиа уже описывается реакция публики. Ведь только само общество и общественное мнение делает скандал скандалом через публичное его обсуждение.

Сравнить процесс можно с кукольным театром, где кукловодом выступает журналист и СМИ, поскольку управляет представлением не скандалист, а медиа и публика. По этой причине скандал обладает деструктивным потенциалом. Он заключается не в самом нарушении нормы, а в эффектах, которые вызывает. Вокруг точечного инцидента разрастается шум, цепная реакция из высказываний публики, сопровождаемая негативными эмоциями и жестами. Как точно выразился журналист «Новой газеты» Дмитрий Быков, скандал – «царапина, превратившаяся в гнойный нарыв» – вызывает куда более серьезные последствия, чем локальное нарушение нормы.¹¹

1.1. Основные характеристики скандала

Для того, чтобы лучше разобраться в феномене скандала нужно обозначить его функции. Согласно определению, представленному в Большом энциклопедическом словаре, функция – это роль, которую выполняет

¹⁰Александр Д. Уотергейт как демократический ритуал / Д. Александр // Социологическое обозрение. – 2012. – Т. 11. № 3. – С. 77–104.

¹¹ Быков Д.Л. Величие и падение русского скандала. Прологомены к будущей диссертации / Д.Л. Быков. – URL: <http://www.rulife.ru/mode/article/1093> (дата обращения: 6.03.2019).

определенный социальный институт или процесс по отношению к целому.¹² Следовательно, цель функций – поддерживать равновесие в системе и сохранять целостность системы. Исходя из этого, скандал скорее можно отнести к дисфункции как действие, противоречащее функциями, разрушительное и некорректное. Но в действительности все может обстоять иначе. Скандалы тщательно организуются, продумываются их создателями вплоть до мельчайших деталей для того, чтобы получить желаемый результат.

А.В. Дмитриев и А.А. Сычев выделяют информационную (диагностическую), образовательную, «очищающую» и уравнивающую функции скандала. С этой позиции можно сказать, что у скандала даже появляются высокие цели. Человек, потребляя информацию об определенном скандале, абстрагируется от него и как бы становится выше в моральном плане. Он утверждает себя в этом статусе. Также «победа» в скандале способствует удовлетворению комплексов и повышению самооценки.

Можно выделить ещё и развлекательную или релаксационную функцию скандала. Посредством восприятия материалов такого характера общество абстрагируется от обыденности. Кроме того, получатели информации о скандале как бы повышают свой статус на социальной лестнице, доказывают свое, как правило, негативное мнение о представителях власти, элите в целом, а также увеличивают свое коммуникативное пространство и реализуют потребность обсудить те или иные вопросы с другими людьми. В итоге читатели получают необходимую им дозу удовольствия.

А. Дмитриев и А. Сычев говорят и о других важных функциях скандала. Исследователи отмечают, что скандал привлекает внимание общества к каким-либо сбоям в социальной системе и тем самым способствует выработке мер по их устранению. Открытые дискуссии вокруг скандалов повышают степень ответственности и прозрачности в политике, экономике, образовании,

¹² Прохоров А.М. Большой энциклопедический словарь / А.М. Прохоров. – Москва : Советская энциклопедия, 1993 – С. 566.

здравоохранении и многих других сферах.¹³ Подобные процессы содействуют культурному развитию. Такую функцию можно назвать культурно-реформирующей.¹⁴

Но у этого процесса есть и другая сторона. Наличие постоянных скандалов говорит о существовании серьезных проблем. Постоянные встряски и конфликты провоцируют снижение доверия к власти, а их раздувание может привести к радикальным трансформациям в обществе. В этом случае скандал выполняет функцию эскалации конфликта.¹⁵

Таким образом, скандалы могут принести в общество большое количество как положительных, так и отрицательных изменений. Вопрос только в том, в чьих руках будет управления ими.

Второй характеристикой скандала являются его участники. Именно от них зависит характер его разворачивания, а также результаты. В этой связи важно выявить цели и интересы фигурантов. Причем участниками скандала можно считать не только самих «скандалистов», но и власти, аудиторию, представителей медиа и других заинтересованных лиц.

Есть несколько категорий участников скандала. А. Дмитриев и А. Сычев выделяют: виновников скандала, информаторов, провокаторов, организаторов, журналистов, контролеров и публику.

По мнению исследователей, виновниками скандала чаще всего выступают лица, наделенные властными полномочиями. Это могут быть чиновники и политики, крупные управленцы. Сюда же относятся люди, распоряжающиеся финансовыми потоками: финансисты, банкиры и другие. Так происходит из-за того, что представители этих групп находятся в центре публичного внимания, от их решений часто зависят судьбы людей¹⁶.

¹³ Дмитриев А.В. Скандал. Социофилософские очерки / А.В. Дмитриев, А.А. Сычев. – Москва : ЦСП и М, 2014. – С. 49.

¹⁴ Сычев А.А. Скандал как феномен общественной морали / А.А. Сычев // Скандал: сферы воздействия. – Москва, 2013. – С. 11.

¹⁵ Дмитриев А.В. Скандал. Социофилософские очерки / А.В. Дмитриев, А.А. Сычев. – Москва : ЦСП и М, 2014. – С. 50.

¹⁶ Там же. – С. 52.

Следующая группа в пирамиде «виноватых» – представители профессий с высоким уровнем доверия аудитории. К таким относятся: учителя, врачи, священники.

Сопровождают скандалы и публичные личности вообще: актеров, музыкантов, художников. Часто таким образом представители шоу-бизнеса привлекают к себе внимание намеренно.

Виновниками скандала могут стать и обычные люди. Здесь уже ключевую роль играет само резонансное событие, а причиной становится, как правило, неоправданное доверие к человеку, невыполнение возложенных на него обязанностей. Например, в случаях с усыновителями, которые жестоко обращаются с детьми.

Стоит отметить, что «виновник» скандала не всегда виновен. Порой, скандал основывается лишь на клевете, подтасовке фактов и чрезмерной драматизации событий. И в этом случае огромную роль играет следующий участник скандала – информатор. Именно он делает проступок достоянием общественности. Мотивы информатора могут быть как положительными, так и отрицательными. В первом случае информатором движет желание донести до аудитории скрываемую от нее правду об антиобщественных действиях, восстановить справедливость и так далее. Во втором – месть, жажда славы, и здесь действия информатора нужно рассматривать как аморальные.

Если же у заинтересованных в скандале персонажей появляется желание дискредитировать соперника, но для этого нет особых причин и повода, то в игру вступает провокатор. Он может подталкивать противника на проступки, а затем распускать слухи об этом.

Если скандал позволяет получить серьезную выгоду и разворачивается на политической или экономической арене, то скорее всего за ним стоит некий тайный организатор. Он не участвует в скандале напрямую, но тщательно его планирует, рассматривая варианты развития событий при разных исходах. Такие организаторы отвечают и за то, чтобы в СМИ появлялись заказные статьи или журналисты получали так называемые «утечки» информации.

Именно журналисты играют главную и решающую роль в развитии скандала. Согласно теории профессора МГУ Е.П. Прохорова, описанной в работе «Введение в теорию журналистики», одной из основных функций журналистики является контроль или регулирование общественной жизни.¹⁷ Поэтому обнародование фактов нарушения моральных норм – сущностная характеристика свободной прессы, а также один из показателей наличия демократии в государстве.

Одновременно скандал для СМИ – это залог привлечения внимания аудитории. Часто в погоне за сенсациями журналисты и сами становятся нарушителями моральных норм: применяют подкуп, прослушивание телефонных разговоров, физическое давление. Следствием всего этого становится смещение внимания аудитории с важных социальных проблем на менее важные, но более сенсационные. Происходит подмена понятий: СМИ фактически конструируют скандалы. И на этом этапе в процесс вступают контролеры – лица, осуществляющие отбор новостей. Это редакторы и издатели. Именно они решают, становится ли скандалу достоянием общественности или уйти на периферию. Они же могут развить и драматизировать скандал, если в этом есть их интерес. Например, в случаях, когда участниками скандала являются конкуренты или политические оппоненты.

Но ни один скандал не станет скандалом без достаточного внимания к нему со стороны публики. Если публика сочтет событие не интересным, то у журналистов не получится его «раздуть». И наоборот – ни одной «инстанции» не удастся замять скандал, если он серьезно затрагивает общество. Согласно определению А. Дмитриева и А. Сычева, «скандал – есть то, что считает скандалом публика».¹⁸

¹⁷ Прохоров Е.П. Введение в теорию журналистики / Е.П. Прохоров. – Москва : Аспект Пресс, 2011. – С. 57.

¹⁸ Дмитриев А.В. Скандал. Социофилософские очерки / А.В. Дмитриев, А.А. Сычев. – Москва : ЦСП и М, 2014. – С. 55.

Следующая характеристика скандала, по мнению исследователей, этапы его разворачивания. А. Дмитриев и А. Сычев считают, что все скандалы проходят примерно одинаковые стадии развития.¹⁹

Первый этап авторы монографии назвали *предварительным*. Он предшествует самому скандалу. На этой стадии, как правило, совершаются проступки или нарушаются моральные нормы. Если же таковых нарушений нет, то их искусственно создают с помощью лжи и подтасовки фактов. На этом этапе публика еще не знает о случившемся.

Следующая стадия – *информирование*. В этот период сообщение о проступке поступает в руки СМИ или властей. Но информирование может быть и внутренним, когда нарушение быстро доходит до руководителей организации. Тогда скандал решают своими силами, применяя определенные механизмы, и он не выходит за пределы компании, а значит и не попадает в лапы журналистов.

На стадии *распространения* информацию о скандале печатают в СМИ и показывают по ТВ. Она постепенно распространяется по социальным сетям, ее передают в виде слухов. На этом этапе действует принцип «снежного кома».

На следующем этапе *отрицания* участники скандала пытаются оправдаться и «замять» произошедшее. Влиятельные люди пытаются давить на СМИ и журналистов, предпринимаются попытки дискредитировать информаторов и их источники, возможно даже судебное преследование, угрозы. В том случае, если скандал замять не удалось, внимание с него пытаются переключить на другой, более крупный скандал.

Следующая стадия, которую выделяют исследователи А. Дмитриев и А. Сычев, называется *драматизацией* скандала. На этом этапе происходит раздувание скандала. По словам авторов монографии, для возникновения скандала иногда достаточно лишь утечки реальных фактов. В целях драматизации могут скрываться какие-то факты, преувеличиваться

¹⁹ Там же. – С.50.

негативные аспекты, применяется искажение информации и придумывание подробностей для наибольшей сенсационности. Так скандал сможет заинтересовать максимальное количество читателей и зрителей.

Стадию *разбирательства* можно сравнить с ареной, на которую выходят оппоненты. Такой ареной становятся ток-шоу, страницы газет и журналов. На интернет-форумах, митингах и в соцсетях разгораются споры между защитниками и обвинителями участников скандала.²⁰

Различие со стадией драматизации заключается в том, что во время нее действующими лицами являются журналисты, а во время разбирательства право высказаться появляется у участников скандала. К ним подключаются так называемые эксперты. Их задача создавать видимость объективности, но, как правило, они обслуживают интересы конкретных лиц. На этом этапе также активно применяется такой манипулятивный прием, как наклеивание ярлыков. Ярлыки обычно вводятся оппонентами с конкретной целью – дискредитировать соперника. Опасность их в том, что благодаря СМИ, такие слова и обороты входят в обиход и закрепляются надолго, заменяя при этом смежные, но менее агрессивные понятия.²¹ Кульминации процесс достигает в момент судебных разбирательств, парламентских дебатов и даже процедуры импичмента.

На стадии *завершения* подводятся итоги скандала. Если на предыдущих этапах удалось доказать, что скандал сфабрикован и не имеет оснований, то он заканчивается. Может быть и так, что доказывается виновность одного из участников и тогда скандал приводит к кадровым перестановкам, увольнениям и даже тюремным заключениям. Но практически во всех случаях скандал подрывает репутацию его участников, задействованных организаций, социальных институтов и снижает доверие к ним.

²⁰ Дмитриев А.В. Скандал. Социофилософские очерки / А.В. Дмитриев, А.А. Сычев. – Москва : ЦСП и М, 2014. – С. 58-60.

²¹ Браун Дж. Техника воздействия: от пропаганды до промывания мозгов / Дж. Браун. – Москва : Эксмо, 1993. – С. 67.

Иногда к скандалам просто теряется интерес аудитории из-за долгого «пережевывания» его деталей. Тогда журналисты вынуждены завоевывать внимание публики новым скандалом.

Так или иначе общество не может обходиться без скандалов долго. После развала СССР и его политического режима началось строительство новой страны. Появились группы социума, которые стали более активными и энергичными. А в такой ситуации невозможно обойтись без конкуренции столкновения интересов, что и рождает скандалы. Пассивная часть общества охотится за скандалами ради эмоций, которых ей не хватает в реальной жизни. Скандалы стали неотъемлемой частью нашей жизни и уже не уходили со страниц СМИ. Здесь, однако, важно не забывать о соблюдении дозировки, чтобы не допустить пресыщения публики.

1.2. Классификация скандалов

Попытки классифицировать виды неформальной коммуникации предпринимали многие исследователи. Обобщить их смогли А. Дмитриев и А. Сычев. Они считают, что основную роль в скандале играет его эмоциональный фон.

Так, психолог Д.С. Горбачев выделял слухи как самостоятельный вид неформальных коммуникаций. Опираясь на его работу, авторы монографии сформировали классификацию скандала по степени вовлеченности или отсутствия таковой:

- 1) скандалы-желания, выражающие позитивное отношение к лично значимым последствиям обсуждаемых событий;
- 2) скандалы-страхи, отличающиеся негативным отношением к лично значимым последствиям обсуждаемых событий;

3) скандалы-сенсации, отражающие яркие впечатления от волнующих событий на том эмоциональном фоне, который возникает при отсутствии личной значимости их прогнозируемых последствий.²²

А.А. Гусейнов предлагает различать скандалы по горизонтали: в зависимости от сферы жизни и деятельности, в которых они проявляются (наука, семья, искусство), и по вертикали, то есть по степени скандальности: «одно дело – внебрачная любовная связь политика, и другое – его работа на разведку другого государства; или, скажем, одно дело – пьяный дебош в семье, и другое – рецидивы промискуитета в ней».²³

Но в действительности скандал затрагивает не одну сферу, а сразу несколько, хотя и в разной степени. Так, А. Сычев говорит о том, что в СМИ упоминаются различные типы скандалов: банковские, журналистские, допинговые, политические, религиозные и другие. И во всех исследователь выделяет, как минимум, два основных критерия для выделения различных типов скандалов: формальный и содержательный.²⁴

Под формой подразумевается повод, который спровоцировал скандал. Например, значительной скандальностью обладают нарушения сексуальных норм, оскорбительные высказывания. Поводом также могут стать действия криминального характера. Здесь выделяются скандалы допинговые, сексуальные, коррупционные и т.д.

Форму стоит отличать от содержания. Иногда обнародование подробностей сексуальной жизни или разоблачение факта получения взятки могут быть использованы для дискредитации политического противника. Тогда по форме скандал будет коррупционным, а по содержанию – политическим.

²² Горбачев Д.С. Психология слухов и сплетен / Д.С. Горбачев. – Санкт-Петербург : Речь, 2012. – С. 45.

²³ Гусейнов А.А. Аксиология скандала / А.А. Гусейнов // Скандал как форма коммуникации. – Москва, 2012. – С. 28-43

²⁴ Сычев А.А. Скандал как феномен общественной морали / А.А. Сычев // Скандал: сферы воздействия, Москва. – 2013. – С. 11.

Так как формальные характеристики, по мнению исследователей, часто играют второстепенную роль, они выделяют скандалы по сфере взаимодействия, в которой они разворачиваются. Именно сферы обладают наиболее общими содержательными основаниями для классификации.

Существует четыре основные сферы: экономическая, политическая, социальная и культурная. Внутри каждой формируются свои типы скандалов.

Так, в экономической выделяют корпоративные скандалы, которые в свою очередь делятся на внутрикорпорационные (дискриминация рабочих), экологические (загрязнение окружающей среды во время производства) и скандалы, наносящие ущерб экономике как институту и обществу в целом (коррупция).

Политические делятся на две группы: дискредитация противника и повышение популярности политика.

К социальной сфере относятся скандалы, связанные с дискриминацией по половозрастному признаку (жестокие действия по отношению к детям), с дискриминацией по национальному и расовому признаку, с преследованием по конфессиональному признаку.

В культурной или духовной сфере выделяют как минимум три группы скандалов: скандал как техника построения художественного текста и столкновения идей, скандал как стратегия творческого поведения, скандал как форма литературного общения.

Опираясь на рассмотренные выше концепции, мы попытались сформулировать собственную классификацию скандалов, которые отражаются в СМИ.

1. Светские скандалы, основой которых, как правило, является недобросовестные («черные») PR. Скандалы этой группы выполняют функцию привлечения внимания к персоне.

2. Политические скандалы. Являются методом политической борьбы и разворачиваются в период предвыборной гонки. Их функция – дискредитация соперника и привлечение внимания к политику.

3. Коррупционные скандалы. Вскрывают факты экономических преступлений и привлекают к ним общественность.

4. Социальные скандалы. Отображают изменения, происходящие в обществе, и обнажают серьезные проблемы взаимоотношений разных социальных групп. В пример можно привести скандалы учителей и детей, скандалы в ЖКХ и другие. Именно эта группа является наиболее важной для широкой общественности. Появление материалов такого рода в СМИ помогает привлечь внимание к социальным проблемам и решить их. Отражение социальных скандалов способствует реализации СМИ функции контроля общественной жизни.

5. Религиозные, расовые и национальные скандалы. Связаны с оскорблением чувств верующих, различиями в культурной среде народов и агрессивной политикой государств. Их функция – снятие социальной напряженности и разрешение конфликтов.

6. Бытовые скандалы. Это конфликты внутри семьи. Их следует отделять от социальных. Причинами таких скандалов являются наркотическая, алкогольная и иные зависимости, агрессия, психические заболевания, недопонимание и многое другое. Внимание им стоит уделять из-за тяжелых последствий, возникающих в результате. Речь идет об убийствах, жестоком обращении с детьми, психологическом и физическом насилии и манипуляциях.

Отражение таких скандалов в СМИ порой объединяет людей с похожими проблемами для их решения. Также бытовые скандалы могут иметь серьезные социальные последствия, и тогда они выходят на общественный уровень.

Все выделенные группы скандалов объединяет одно качество – способность привлекать внимание. Именно это, по нашему мнению, и является основной функцией скандалов в СМИ.

1.3. Скандал как основа журналистской публикации

Чтобы понять, как скандал может выступать основой построения журналистского текста, необходимо разобраться, с чего он начинается, как протекает и как освещается в СМИ.

Скандал начинается с конфликта, а конфликт, в свою очередь, имеет несколько фаз, которые выделяют исследователи Т.Ю. Базаров и Б.Л. Еремин.

1. Конфронтационная (военная) – стороны стремятся обеспечить свой интерес за счет ликвидации интереса чужого (в их представлении это обеспечивается либо добровольным или вынужденным отказом другого субъекта от своего интереса, либо лишением его права иметь свой интерес, либо уничтожением носителя другого интереса, что уничтожает естественным образом и сам этот интерес, а следовательно, и гарантирует обеспечение собственного).

2. Компромиссная (политическая) – стороны стремятся по возможности достигнуть своего интереса через переговоры, в ходе которых производят замену отличающихся интересов каждого субъекта на общий компромиссный (как правило, каждая сторона пытается обеспечить в нем по максимуму свой собственный).

3. Коммуникативная (управленческая) – выстраивая коммуникацию, стороны достигают согласия, основанного на том, что суверенитетом обладают не только сами субъекты конфликта, но и их интересы (консенсус), и стремятся к взаимодополнению интересов, ликвидируя лишь незаконные, с точки зрения сообщества, различия (либо правовой запрет на тот или иной интерес и его уголовное преследование, корпоративный запрет, грозящий нарушителям административным наказанием, либо изменение законодательства, системы фирменных инструкций, дающее или запрещающее право на тот или иной интерес, различие).²⁵

Но в СМИ часто освещается только первая стадия конфликта, переросшая в скандал. Из-за подобного подхода журналистов конфликты

²⁵ Базаров Т.Ю. Управление персоналом / Т.Ю. Базаров, Б. Л. Еремин. – Москва : ЮПИТИ, 2002. – С. 334-335.

застревают на псевдофазе, называемой кризисом. Это псевдофаза, возникающая внутри одной из фаз конфликта, такое взаимодействие субъектов, при котором не происходит поступательного перехода от фазы к фазе (например, длительная задержка на одной фазе, разрушительная заикленность, фазовая стагнация или даже возврат в предыдущей фазе). Кризис – период задержки процесса конфликтного взаимодействия субъектов. Что, следует заметить, и приводит к возникновению напряженности. Снять ее помогает преодоление кризиса, т.е. продолжение развития конфликта.

Исходя из этого, идеальной схемой для скандального текста является:

1. Предыстория скандала, сообщение его причин.
2. Непосредственно сам скандал. Диалог действующих лиц. Мнения экспертов и общества.
3. Кульминация.
4. Поиск решения.
4. Компромисс.
5. Итоги скандала.

Важно, чтобы публикации в СМИ не заканчивались на одном только освещении кульминации. Цель «правильного» скандала – выявление и разрешение его причин. Именно к этому должны стремиться журналисты.

Еще одним доказательством того, что скандалы могут служить основой построения журналистского текста, является классификация полемических жанров, представленная в диссертации «Полемические жанры в современной прессе» профессора ВГУ А.М. Шестериной. Предметом таких текстов является точка зрения, которую мы хотим оспорить, а целью – изменение отношения общества к событию.

Исследователь подразделяет полемические тексты на два вида: диалогические и монологические.

Среди диалогических выделяются:

1. Интервью-конфронтация – основано на негативном отношении к интервьюируемому и желании оспорить его позицию. В основе построения

текста лежат особые вопросы, в структуре которых изначально заложена позиция журналиста и открыто подчеркивается неубедительность мнения собеседника. Используются упреки, которые при любом ответе интервьюируемого формируют желаемый результат для журналиста.

2. Полемическая беседа – журналист имеет больше возможностей представить свою точку зрения и опровергнуть позицию оппонента, сохраняя принцип взаимной активности. Журналист и собеседник имеют равные права в диалоге. Основным компонент полемичности – спор.

Монологические жанры отличает более развернутая позиция журналиста в отличие от оппонента. Здесь выделяются:

1. Полемическая статья. Анализ в этом жанре включает полемический компонент в широком его понимании, так как основывается не на констатации факта, а на его интерпретации. К тому же цель полемической статьи – разъяснение сущности предмета, что предполагает опровержение существующих оценок. Еще один полемический компонент – анализ социально-значимого события через описание поля столкновения противоположных идей.

2. Полемическая корреспонденция – основана на опровержении бытующей в обществе оценки события без его типизации. Использование жанра особенно эффективно, когда журналист знает факты, способные опровергнуть картину происходящего.

3. Полемическая рецензия – корректирует известное отношение к феномену культуры, раскрывает подлинное (в противовес общепринятому или провозглашенному кем-то) значение культурного явления, спровоцировав либо повышенный интерес к нему за счет противоречивых оценок, либо резкое его неприятие аудиторией. Аргументация здесь формируется на основе сочетания ее с аргументацией, проистекающей из анализа выступления оппонента. В связи с этим, как правило, полемическая рецензия имеет

калькированную структуру, повторяющую логику рассуждения оппонента, но опровергающую ее.

4. Полемическое письмо – протест против мнения, оценки, действия, поступка или позиции, выраженный в эпистолярной форме.

5. Полемическое обозрение – обладает широким спектром убеждающих возможностей благодаря аргументации с помощью широкого спектра аргументов.

6. Полемический комментарий – эксперт оспаривает чью-либо точку зрения и стремится подчеркнуть превосходство своей позиции над позицией оппонента.²⁶

Таким образом, можно сделать вывод, что скандал в тексте открывает для журналиста дополнительные возможности для опровержения точки зрения оппонента и утверждения своей собственной. Кроме того, полемические тексты привлекают повышенное внимание аудитории из-за обсуждения социально-значимых проблем и сенсаций.

1.4. Скандал как способ развлечения аудитории

У массового читателя скандал вызывает сложные двойственные чувства, в которых имеется не только неприятие, но и удовольствие. Аудиторию не просто возмущают чужие проступки, она жаждет скандалов, ведь для нее они являются источниками развлечения. Положительные эмоции от скандалов связаны прежде всего со снижением образа известных лиц, разрушением их претензий на исключительность, низведением их до уровня обычных людей с низменными желаниями и склонностями. Иными словами, интерес СМИ к скандалам – это ответ на активизацию драйв-мышления аудитории.

Психолог Е.Е. Пронина, автор книги «Психология журналистского творчества», выделяет несколько основных типов мышления и, следовательно, несколько типов текста. В трудах Е. Е. Прониной процесс эволюции

²⁶ Шестерина А.М. Полемический текст в современной прессе : дис. ... д-ра филолог. наук / А.М. Шестерина. – Тамбов, 2004. – С. 91-88.

мышления и стилей творчества журналиста представлен во взаимосвязи с развитием технологий массовой коммуникации. «Парадигмы мышления – это свойственный эпохе тип психики, который диктуется действующей в данный момент времени психологической теорией.»²⁷ В процессе восприятия текста очень многое зависит именно от этого явления. Реакция социума на материал будет зависеть от того, на каком уровне развития он находится. Парадигмы сменяют друг друга, но не отменяют предыдущие. И сейчас, на наш взгляд, для массового сознания аудитории главной составляющей является парадигма драйв-мышления.

«Термином «драйв» в биологии называют инстинктивные побуждения, свойственные простым организмам, возникающие самопроизвольно и не поддающиеся контролю. К «драйвам» относятся все фундаментальные физиологические потребности: в пище, воде, свете, продолжении рода и т.п. Но под драйв-мышлением понимаются не просто рефлексy. Драйв-мышление — это осознанное следование принципу удовольствия как единственному ориентиру поведения на фоне неприятия социальных запретов и предписаний, положительных примеров, чувства долга и ответственности» - пишет Е.Е. Пронина.²⁸

Суть драйв-мышления заключается в самостимуляции и поиске новых источников удовольствия. Драйв-мышление основано на биологических процессах индивидуального бессознательного, но неожиданно переходит на физиологический уровень. Привыкание и пресыщение достигаются очень быстро, и человек начинает искать все новые и все более сильные раздражители, рано или поздно переходя от поиска наслаждений к поиску сильных ощущений. А наиболее сильные ощущения дает не то, что вызывает удовольствие, а то, что возбуждает страх: боль и смерть. Кроме того, у человека есть потребность в самоуважении, в высокой самооценке. Угроза

²⁷ Пронина Е.Е. Психология журналистского творчества / Е.Е. Пронина. – Москва : Издательство Московского университета, 2003. – С. 43.

²⁸ Там же. – С. 171.

унижения, «потери лица», распад «Я» приравниваются к смерти. В поисках сильных ощущений человек приходит к тому, что драйв-мышление вовлекает его в ситуации, где приходится переживать либо страх боли и смерти, либо страх унижения и моральных страданий.

Если сознательное «Я» временно снимает свои защитные механизмы, то это ведет к переходу на дологический («первичный», по терминологии Фрейда) тип мышления, присущий бессознательному, где господствуют Эрос и Танатос, борются «влечение к жизни» и «влечение к смерти».²⁹

Драйв-мышление приобретает свою действенность и силу, становясь основой массового сознания. Тогда оно превращается в решающий психологический фактор потребительского рынка, всеобщих выборов, массовой культуры, что коренным образом меняет сам тип творчества в процессе взаимодействия и общения, а пресса превращается в mass-media. Рождается гедонистический текст. Он доводит до предела все противоречия, конфликты и комплексы драйв-мышления, высвечивая наиболее темные и загадочные его области.³⁰

Сначала журналистика столкнулась с появлением «бульварной прессы», а затем появились и «желтые» СМИ, которые максимально отвечают потребностям широкой аудитории. Тексты в таких медиа очень примитивны, так как влечения и страхи людей просты и схожи. Они гораздо проще, чем их умозаключения, идеи, верования.

Тип сообщения, основной функцией которого является не информирование аудитории, а формирование у нее ощущения удовольствия и наслаждения, в настоящее время достиг пика в своей востребованности. Даже качественные СМИ уходят в инфотейнмент, чтобы сохранить своих читателей, зрителей и слушателей.

²⁹ Пронина Е.Е. Психология журналистского творчества / Е.Е. Пронина. – Москва : Издательство Московского университета, 2003. – С. 171-173.

³⁰ Там же. – С. 184.

В современном мире передача информации не является главной целью, гораздо важнее ввести читателя в состояние потрясения, ужаса, стресса. Именно это и стимулирует СМИ к созданию скандальных текстов. Какими бы ни были установки и ценности человека, он не может не среагировать на подобный материал в СМИ, так как срабатывают безусловные рефлексy.

Фундаментальной составляющей гедонистического текста является эпатаж. Журналист всеми силами пытается подать как наивысшее удовольствие нарушение табу, высмеивание ценностей, выход за рамки норм и законов, подкрепленный сверхсильными материальными раздражителями: демонстрацией больших выигрышей, картин страдания и смерти, порнографией.³¹

Е.Е. Пронина выделяет в гедонистическом главный характерный признак – глумливость. Исследователь отмечает: «С помощью глума журналисты свысока, пренебрежительно давая нелестные характеристики, конкретно им чужие и омерзительные, описывают подробности, срывают маски и разоблачают». ³²Но следует понимать, что это не изначальное качество гедонистического текста, а свойство специальное, которое вводится осознанно для достижения манипулятивных эффектов. Здесь речь идет прежде всего о десакрализации (развенчании, профанации, опошлении) фундаментальных духовных ценностей и культуuroобразующих символов общества. Например: «Наташа Ростова – секс-бомба XIX века» – неблагопристойность произведения искусства.

Но какие бы приемы десакрализации не применялись, сюжетно они выстраиваются по принципу нарушения запретов. Это проявляется в предпочтении асоциальных тем, ненавязчивом оправдании отклоняющегося поведения и подспудной привлекательности образов «непонятных и тонко

³¹ Пронина Е.Е. Психология журналистского творчества / Е.Е. Пронина. – Москва : Издательство Московского университета, 2003. – С. 184.

³² Там же. – С. 185.

чувствующих» гомосексуалистов, террористов – «настоящих мужчин», маньяков с «трудным детством».³³

В гедонистических публикациях обычно взаимодействуют несколько текстообразующих принципов и нарушается несколько табу сразу.

Е.Е. Пронина отмечает: «Гедонистическая публикация непременно обращается либо к религиозным ритуалам, либо к идеологическим учениям, либо к общественному мнению. Но в нигилистическом, глумливом смысле интегральную единицу гедонистического общения, аналог «мифемы», «идеологемы» или «конструкта», следует обозначить как «инстигат» (от англ. *instigate* – провоцировать, подстрекать). В психологическом смысле «инстигат» – это некий специально созданный или специально используемый в данном контексте стимул (картинка, текст, видеосюжет и т.д.), способный актуализировать драйв, «запустить» инстинктивную, рефлекторную реакцию, вызвать сильные неконтролируемые сознанием чувства».³⁴

Инстигат (образ и санкция) «запускает» драйв-мышление, когда желанию следуют без выяснения причин и не заботясь о следствиях, вне логики и безотносительно к истине. Драйв-мышление импульсивно отдает инициативу поведения на сторону. Поэтому появляется «толпа и герой».

Таким образом, аудитория делает запрос журналисту на создание скандальных текстов для того, чтобы развлечься и удовлетворить свои потребности.³⁵

1.5. Эмоциональная составляющая журналистского текста

Скандал провоцирует публичный отклик на спекуляции СМИ, для него характерны яркие эмоциональные переживания событий. Вскрытые прессой злоупотребления и проступки закономерно вызывают гнев, негодование

³³ Пронина Е.Е. Психология журналистского творчества / Е.Е. Пронина. – Москва : Издательство Московского университета, 2003. – С. 185-186.

³⁴ Пронина Е.Е. Психология журналистского творчества / Е.Е. Пронина. – Москва : Издательство Московского университета, 2003. – С. 192.

³⁵ Там же. – С. 192-193.

публики. При необходимости эти чувства и эмоции можно конвертировать в конкретные деструктивные действия: так, соответствующим образом оформленная информация о проступке может привести к дискредитации лиц, организаций и социальных групп, расколу общественности, смене элит. Фактически тот, кто способен грамотно организовывать и режиссировать скандал, обладает серьезным инструментом воздействия на общество.

В СМИ эмоция является средством достижения результата. Материал журналиста обращается к эмоциям аудитории, её душевному настрою. «Эмоции – это переживания личности, связанные с удовлетворением или неудовлетворением её потребностей»³⁶. Не только «удовлетворение или неудовлетворение», но и такие явления, как сострадание, сочувствие, сопереживание, ненависть, злоба связаны с эмоциями, которые вполне могут появиться у аудитории в результате работы журналиста. Эмоции придают событиям, явлениям и предметам окружающей среды определённый оттенок и значение. Они определяют отношение людей друг к другу, их поведение: «функция эмоций заключается в выполнении ими роли фактора, подкрепляющего и закрепляющего полезное действие».³⁷

Эмоции, вложенные журналистом в материалы, передаются аудитории. Особенно это заметно на примере скандальных текстов. Так, в материале «Комсомольской правды» от 27.06.2018 используется заголовок: «Мы не сможем себе этого простить»: в Воронеже похоронили подростка, погибшего на выпускном». Уже здесь ощущается сильное эмоциональное давление на аудиторию. Журналист написал этот текст под влиянием эмоций, которые проявляются во всем тексте. Эмоции журналиста передаются читателю, поскольку статья была написана в самый разгар обсуждения происшествия. Таким образом СМИ захватывают внимание своей аудитории. С одной стороны, такой прием можно считать манипулятивным, а с другой – эмоции

³⁶ Шадриков В.Д. Введение в психологию: эмоции и чувства / В.Д. Шадриков. – Москва : Логос, 2002. – С. 11.

³⁷ Шадриков В.Д. Введение в психологию: эмоции и чувства / В.Д. Шадриков. – Москва : Логос, 2002. – С. 11.

заставляют человека действовать, обращать внимание на проблему и, возможно, даже способствуют предотвращению повтора подобных ситуаций.

Следовательно, можно сделать вывод, что на уровень эмоциональности публикации влияют не только приведённые в ней факты, но и выбор темы, также обеспечивающий определенный психологический настрой. Позитивный настрой журналиста не всегда означает позитивное влияние на аудиторию; если в материале отсутствуют логика, смысл и значение, то он вызывает у аудитории скорее негативный настрой.

Об эмоциональном влиянии материалов в медиа ученые начали говорить давно. Так, Э. Тоффлер, рассуждая о влиянии информационных и рекламных сообщений на человека, справедливо обращает внимание на то, что СМИ намеренно апеллируют к эмоциям и чувствам получателя информации: «Стараясь передавать все более насыщенные имиджнесущей информацией сообщения с всевозрастающей скоростью, специалисты по коммуникации, художники и т.п. сознательно прилагают усилия к тому, чтобы каждое мгновение работы средств массовой информации несло возможно большую информационную и эмоциональную нагрузку»³⁸.

Обращение к чувствам и эмоциям можно объяснить тем, что подобное влияние на человека является более сильным, эффективным, нежели методы рационального воздействия. «В восприятии информации эмоции человека первичны. Разум подключается после того, как информация уже воспринята. <...> Обращение к эмоциям призвано помочь скрыть истину. Неистинное же, недоказуемое логически под влиянием возбуждаемых эмоций может выглядеть как правильное, приемлемое»³⁹.

По мнению исследователя А.А. Гаврилова, к основным методам эмоционального воздействия, используемым в СМИ, можно отнести сенсационность, метод запугивания, медианасилие. Они были описаны в

³⁸Тоффлер Э. Шок будущего: Пер. с англ. / Э. Тоффлер. – Москва : ООО «Издательство АСТ», 2002. – С. 190.

³⁹ Колодкин Б.В. Манипулирование массовым сознанием: социально-философский анализ / Б.В. Колодкин // Соціальна філософія і філософія історії: Вісник СевНТУ. – 2010. – №103. – С. 24.

статье «Средства воздействия СМИ на общественное сознание в условиях информационного общества».

Сенсационность – использование сенсаций, то есть таких событий, которым придается настолько высокая важность и уникальность, что внимание публики практически полностью концентрируется на них. Благодаря использованию сенсаций можно умолчать о каких-либо фактах и событиях или ослабить реакцию на какое-либо событие, предшествующее сенсационному.

Метод запугивания состоит в том, что аудиторию ставят перед выбором меньшего из двух зол – то есть в сообщении создается ситуация альтернативы, построенная на противопоставлении двух и более заведомо неблагоприятных исходов.⁴⁰

Медианасилие представляет собой эмоциональное воздействие на аудиторию с помощью крови, насилия, убийств. Американские исследователи Д. Брайант и С. Томпсон в рамках изучения психологического воздействия медианасилия на зрителя выделяют ряд психологических процессов, связанных с возбуждением, ослаблением сдерживающего действия социальных санкций, желанием воспроизвести сцену насилия в реальной жизни, испугом, страхом, преувеличенным восприятием опасности реального мира и т. д.⁴¹

Однако большинство методов воздействия СМИ на общественное сознание связано с лингвистическими средствами, которые включают в себя композиционные и стилистические особенности построения текста, определенный выбор языковых единиц на разных уровнях (лексика, грамматика, фразеология и т.д.).

⁴⁰Гаврилов А.А. Средства воздействия СМИ на общественное сознание в условиях информационного общества / А.А. Гаврилов // Молодой ученый. — 2012. — №8. — С. 152-155.

⁴¹ Брайант Д. Основы воздействия СМИ / Д. Брайтан, С. Томпсон // Пер. с англ. – Москва: Издательский дом «Вильяме», 2004. – С. 199 -211.

А.А. Данилова в своей книге «Манипулирование словом в средствах массовой информации» предлагает следующую структуру способов эмоционального языкового воздействия на сознание реципиента:

1. Языковое воздействие на уровне слова.

А) Лексические способы:

- синонимия, или использование разных лексикосемантических вариантов одного денотата;
- эвфемизмы и дисфемизмы (замена стилистически нейтрального слова пейоративно окрашенным);
- изменение ассоциативного поля, моделирование направленных ассоциаций;
- дайджест (краткая справка об описываемом событии, используется с целью искажения фактов);
- имена собственные, введение исторических параллелей;
- прагматически нагруженные лексические группы (лексические средства, употребляющиеся во многих СМИ и приобретающие таким образом определённые коннотации);
- овеществление (приём, базирующийся на невозможности самоидентификации), синекдоха;
- интерпретация скрытых смыслов, абстрактные денотативно свободные слова, идеологемы;
- метафора как приём замедления рационального осмысления реципиентом текста;
- штампы, универсальные истины;
- мифы (вербальные конструкции, основанные на ложном положении);
- введение эксперта (приведение суждения без конкретного указания его автора).

Б) Грамматические способы:

- субъективная модальность вероятности;

- пассивизация перформативов (использование безличных и неопределённо-личных конструкций с целью скрытия агента и отождествления коммуникатора с реципиентом).

2. Языковое воздействие на уровне предложения и текста.

А) Синтаксические способы:

- повтор: анафора, эпифора (используются с целью создания ассоциаций и стереотипов);

- параллельные конструкции (ритмическое выделение значимых фрагментов);

- градация (усиление экспрессивности).

Б) Логико-риторические способы:

- подмена аргумента;

- перенос смыслового акцента.

1. Языковое воздействие на уровне текста:

- композиция информации в прессе;

- организация информации в рамках номера печатного издания;

- взаимоотношение вербальных и невербальных способов воздействия на сознание в СМИ.

При описании и анализе этой структуры в своей работе автор особо отмечает «эмотивное, или эмоционально-оценочное, значение», которое слова или выражения приобретают посредством описанных выше способов.⁴²

⁴²Данилова А.А. Манипулирование словом в средствах массовой информации / А.А. Данилова. – Москва : Добросвет, Издательство «КДУ», 2009. – С. 112.

Глава 2. Практический опыт отражения скандалов в СМИ

Для анализа собственных публикаций в издании «Комсомольская правда в Воронеже» мы составили план, позволяющий рассмотреть как сами отражаемые скандалы, так и материалы, в которых они были отражены. Мы также считаем необходимым изучить реакцию аудитории на скандальные публикации автора данной выпускной работы.

Параметры анализа:

1. Характеристики отражаемого скандала:
 - а) Содержание скандала.
 - б) Вид скандала.
 - в) Функции скандала.
 - г) Участники скандала.
 - д) Итоги скандала.
2. Процесс создания скандального материала:
 - а) Выбор темы.
 - б) Сбор информации.
 - в) Структурирование текста.
3. Жанровая характеристика текста.
4. подача скандальной публикации:
 - а) Заголовочный комплекс.
 - б) Стилистика.
 - в) Иллюстрирование.
5. Реакция аудитории (анализ просмотров и комментариев).

Рассмотрим публикацию от 5.06.2018 года «В Воронеже мать с шестимесячной дочкой насмерть отравились водой с мышьяком из колодца».

1. Характеристики отражаемого скандала:
 - а) Содержание скандала. В середине мая в Левобережном районе Воронежа 27-летняя мать и трое ее детей попали в больницу с отравлением.

Как выяснилось позже, причиной интоксикации стала вода из колодца, в которую каким-то образом попал мышьяк. 22 мая умирает младшая дочь, а затем из жизни уходит и ее мать. В городе-миллионнике, где есть современный водопровод, семья из 5 человек продолжает пить воду из колодца. Почему? Как в него попал опаснейший яд? Почему не пострадал отец семьи? Эти вопросы задавали себе не только журналисты, но и шокированные местные жители. Разразился скандал. Люди винили власти, допустившие такую ситуацию, а кто-то ругал отца, который не пострадал из-за плотного рабочего графика. Расследование и обсуждение события и его последствий продолжалось несколько месяцев.

б) Вид скандала. Согласно представленной нами в первой главе классификации скандалов, описанное происшествие можно отнести к социальному скандалу. Материал отображает изменения, происходящие в обществе, и обнажает серьезные проблемы взаимоотношений разных социальных групп. Но, если бы вина отца семейства подтвердилась, скандал бы следовало отнести к бытовым. Также в этом материале прослеживаются некоторые детали, относящиеся к расовым и межэтническим скандалам, которые обусловлены различиями в культурной среде народов. Речь идет о рассматриваемой следователями версии преступления, согласно которой яд в колодец подбросил сосед семьи – цыган. Он является работодателем отца семьи. Эту версию некоторое время муссировали СМИ и отдельные группы людей, в среде которых сложились стереотипы о преступном поведении данного этноса.

в) Функции скандала. Привлечь внимание власти и общественности к проблеме неблагоустроенности некоторых районов города, а также напомнить горожанам об опасности употребления нефilterованной воды.

г) Участники скандала. Для того, чтобы подробно разобрать всех участников скандала, обратимся к классификации А. Дмитриева и А. Сычева, представленной в первой главе работы.

1. Виновники. Виноватыми в скандале можно считать власти города, которые не обеспечили водопроводом целый район. Также виновниками скандала выступили члены семьи. Здесь ключевую роль сыграло само резонансное событие, а причиной стало неоправданное доверие к человеку, невыполнение возложенных на него обязанностей. Уточним: на родителей троих детей возложена обязанность обеспечивать их безопасность. С этой ролью они не справились, так как их шестимесячная дочь погибла.

2. Информаторами здесь являются очевидцы трагедии, а также врачи и следователи, которые передали информацию в СМИ.

3. Провокаторы. Разжигали скандал некоторые СМИ. Они пошли спровоцировать конфликты в обществе, высказывая неподтвержденную информацию, в частности обвиняя в ЧП цыган.

4. Организаторов в данном скандале нами не обнаружено. Однако, можно отметить, что в известной степени на конфликт повлияли правоохранительные органы, врачи и администрация города. Они поставляли СМИ пресс-релизы и контролировали процесс выхода в свет определенных текстов, снимающих с них вину.

5. Журналисты здесь выполнили свою основную функцию – донесли до общественности информацию о нарушении. Но среди них были и те, кто ради привлечения аудитории смещал ее внимание с важной проблемы на более сенсационную, например, говоря о «виновности» цыган. Таким образом, происходила подмена понятий.

6. Контролеры. Это лица, осуществляющие отбор новостей – редакторы и издатели. Именно они решают, становится ли скандалу центром внимания общественности или уйти на периферию информационного потока. Они развивали и драматизировали скандал, пока в этом был их интерес.

д) Итоги скандала неопределенные. На данный момент нет информации о завершенности расследования. Информация перестала поступать в СМИ после выписки двоих выживших после отравления детей. Здесь обнажилась проблема современных медиа, которая заключается в возможности

недостаточной отработки темы из-за потери внимания аудитории. Как только шум от скандала утих, журналисты занялись другими материалами. Хотя, на наш взгляд, объявление итогов расследования является очень важным этапом, и миссия СМИ в данном случае не выполнена до конца. Виновники происшествия остались неизвестными для массовой аудитории.

В январе 2019 года подобная ситуация повторилась в Забайкалье. Тридцать жителей поселка Приисковый Нерчинского района отравились мышьяком из водопровода, вода в который поступала из единственной артезианской скважины. В пробах воды выявлено превышение допустимого содержания мышьяка до 40 раз. Как яд попал в воду, тоже осталось непонятно.

2. Процесс создания скандального материала:

а) Выбор темы. В издание «КП в Воронеже» тема пришла позже других СМИ – уже после их публикаций о факте отравления. Оставлять ее без внимания было нельзя, так как событие резонансное и требовало анализа.

б) Сбор информации. После того, как в редакции стало известно о происшествии, журналисты начали сбор информации. Официальные структуры не разглашали подробности дела и не давали комментариев. Тогда редактором было принято решение отправить корреспондента непосредственно на место ЧП. Заинтересовавшись проблемой и просмотрев собранные по слухам противоречивые сообщения в других СМИ, автор ВКР решила искать информацию непосредственно на месте событий. Вместе с водителем мы отправились в Семилукские Выселки.

По дороге автор пыталась обзванивать ведомства, чтобы получить какую-то информацию у них, но результата не было. Оказавшись на месте, мы сразу направились к дому пострадавшей семьи, однако отца там не оказалось. Мы отправились к соседям. После инцидента несколько семей покинули район. Поэтому найти людей, способных рассказать какие-то подробности, оказалось сложно. Тем не менее достучаться до жителей одного из домов на улице все же получилось. Местные старожилы Татьяна и Алексей рассказали о том, как жила семья, а также вспомнили, что в 1979 году из этого же колодца

отравились пять семей, в том числе и родные Татьяны. Тогда жителям заявили, что отравка попала в колодец вместе с талой водой. Пострадали 20 человек, один из них умер. У соседей мы узнали, где училась старшая дочь пострадавшего семейства и отправились в школу, чтобы найти ее классного руководителя. Школа была пустой, так как уже начались летние каникулы, однако мы застали директора. Путем долгих уговоров нам удалось узнать адрес учительницы. Он почему-то оказался менее конфиденциальной информацией, чем номер ее телефона.

Учительница открыла нам дверь и рассказала о том, что старшая дочь пострадавших Настя закончила в этом году четвертый класс. Девочка всегда была примером для сверстников не только в учебном плане (она хорошо училась), но и в человеческом: помогала родителям по хозяйству, занималась с больным 4-летним братом. Учителя часто посещали семью, так как она считается многодетной. Конфликтов они там не замечали. После трагедии родители одноклассников Насти собрали деньги для того, чтобы помочь ее семье. Классная руководительница девочки также рассказала, что в том же классе учится дочь бизнесмена-цыгана. В их семье шестеро детей. Соседи и учителя характеризовали их положительно и версию с отравлением исключали. Далее мы отправились в автомастерскую для того, чтобы поговорить с коллегами отца семейства и найти хозяина, которого обвиняли в трагедии. Работники оказались немногословны, но положительно отзывались об отце, а также о своем руководителе. Его мы нашли уже уезжающим из автомастерской. Он пригласил нас домой и согласился ответить на все вопросы.

От его семьи мы узнали, что после публикаций с обвинениями в СМИ по отношению к их детям началась травля в соцсетях. Они напуганы и боятся выходить из дома. Конфликтов у руководителя с подчиненным не было, работал он на предприятии около восьми лет и показал себя с хорошей стороны. Оказалось, что у главы цыганского семейства есть еще брат, с

которым они вместе ведут бизнес. Мы отправились на разговор с ним. Цыгане просили нас написать опровержение сомнительных версий и не писать ложь.

Перед отъездом мы поговорили еще и с продавцами в магазине и узнали некоторые подробности о пострадавшей семье. Выяснилось, что они «часто выпивали». На обратном пути мы встретили отца семейства и поговорили также с ним. В целенаправленном злодействе он никого не подозревает. Также Сергей пояснил, что из этого колодца воду брали только они на протяжении семи лет. О том, что еще в советское время ею отравились почти 20 человек, мужчина не слышал.

Далее, уже находясь в редакции, мы взяли несколько комментариев у представителей следственного комитета, врачей, а также химиков и геологов. Дополнительно мы нашли информацию о мышьяке в сети Интернет.

После публикации был получен звонок с неизвестного номера, который содержал угрозы расправой за публикацию в грубой форме с использованием нецензурной лексики. Цыгане увидели в тексте прямое обвинение их в преступлении, хотя на самом деле там была высказана и опровергнута версия, которую рассматривали в том числе и правоохранители. Умолчать о ней было бы неправильно. Несколько раз по пути из редакции я замечала движущуюся рядом черную тонированную машину. Через какое-то время преследования прекратились.

в) Структурирование текста. Уже написанный текст мы поделили на небольшие части, чтобы облегчить восприятие аудитории. При этом использовались яркие цитаты для привлечения внимания. В начале мы рассказывали краткую историю происхождения, чтобы ввести читателей в курс дела. Ее мы снабдили ссылками на предыдущие заметки на эту тему. Далее следовали рассказ о семье и подробности инцидента. Завершает материал стандартная «Справка «КП», в которой аудитории дается подробный рассказ о яде и симптомах, которые он вызывает.

3. Жанровая характеристика текста. Материал можно отнести к жанру аналитической корреспонденции. Так как предметом текста выступает

социально значимое событие, описание которого дается журналистом детализировано с выходом на ситуацию вокруг него и ее рассмотрение. Целью является не сообщение о событии, а исследование ситуации, а именно: анализ, выяснение ее причин, а также прогнозирование развития.

4. Подача скандальной публикации:

а) Заголовочный комплекс. Современная журналистика выработала стандарты, которые учитывают особенности восприятия массовой аудитории и информационных технологий. В данной публикации применяется информационный заголовочный комплекс. Нынешний читатель редко знакомится с материалом полностью. Из заголовка он должен получить максимум информации, поэтому длина его почти достигает 100 символов. Для того, чтобы попасть в топ поискового агрегатора «Яндекс», необходимо использовать отсылку к местоположению, которая также здесь присутствует. Подзаголовки более эмоциональны: чтобы удерживать внимание читателя, в них используются яркие цитаты из речи героев публикации. Например: «Сжечь «виновников».

б) Стилистика. Так как «Комсомольская правда» является массовым изданием, рассчитанным на читателя «из народа», язык и стиль публикации максимально приближен к разговорному. Разговорные конструкции есть не только в речи героя, но и в тексте автора. Наблюдается большое количество нейтральной общеупотребительной лексики, например, глаза, умерла, вода и др. Используются в основном короткие простые предложения, свободный порядок слов. В материале почти нет специальных терминов, а те, что все же попали в текст, разъясняются. Например, в «Справке «КП» дается подробная информация о яде мышьяк.

в) Иллюстрирование. В данном материале используются авторские фото для отображения реальности, в которой живет пострадавшее семейство. Особый резонанс вызвал снимок отца, на котором он улыбнулся в камеру. Аудитория посчитала улыбку неуместной в ситуации. На самом деле такая

мимическая особенность могла быть вызвана стрессом и напряженностью либо быть знаком вежливости, появлением привычки.

5. Реакция аудитории (анализ просмотров и комментариев). Как и многие скандальные публикации, материал набрал большое количество просмотров (29 550) и комментариев (12). Текст был взят в федеральную часть интернет-версии издания, а также в газету. Теме был посвящен один из эфиров на радио «Комсомольская правда в Воронеже».

Согласно анализу показов в сервисе «Яндекс.Метрика», текст просмотрели 29 550 пользователей. На сайте к материалу оставили 12 комментариев. Вот самые любопытные из них (здесь и далее мы редактируем комментарии с точки зрения орфографии и пунктуации):

– Такая концентрация высокая. И отравились все в один день. Наводит на мысль, что именно насыпали этого мышьяка много. Кто-то хотел им нагадить. Есть же в мире подлые людишки, бога не боятся, – пишет пользователь из Томска.

– Полиграф без вариантов, причем неоднократно. Всех рядом живущих или имеющих хоть косвенное отношение: отца (отчима), цыган и соседей. Список можно продолжать, – комментирует Елена из Москвы.

– Возможно глава семьи знал о нехорошей истории колодца и сам отравил надоевшую жену, – предполагает Алина из Оттавы.

– Как, вся семья пила воду, и все при смерти, а он (отец – прим. автора) как огурец, бегаёт с телефоном по деревне? – задается вопросом пользователь из Москвы.

Также в комментариях читатели выражали сочувствие семье и детям.

Рассмотрим следующую публикацию от 27.06.2018 года «Мы не сможем себе этого простить»: в Воронеже похоронили подростка, погибшего на выпускном».

1. Характеристики отражаемого скандала:

а) Содержание скандала. 24 июня в Белом колодце под Воронежем во время празднования выпускного утонул девятиклассник. Мальчик прыгнул с обрыва в водоем и не смог выплыть. При этом он не умел плавать. Было возбуждено уголовное дело по статье «Причинение смерти по неосторожности». На праздновании присутствовали родители учеников.

б) Вид скандала. Скандал является социальным, так как обнажается серьезная проблема – безопасность детей во время празднования выпускных вечеров, а также обеспечение безопасности на водоемах.

в) Функции скандала. Привлечение внимания администраций школ, местного самоуправления, федеральных властей и общественности к проблеме безопасности детей во время выпускных и проблеме ненадлежащего исполнения своих обязанностей представителями профессий с особой социальной ответственностью, таких как спасатели и врачи.

г) Участники скандала.

1. Виновники. Виноватыми в скандале могут считаться спасатели, которые не сразу среагировали на просьбы детей начать искать утонувшего ребенка, потому что посчитали их шуткой. Также из текста был изъят комментарий самих детей, которые рассказали: после того, как мальчика достали из воды, спасателям стало плохо, их тошнило, поэтому они не смогли оказать необходимую помощь ребенку. На наш взгляд, именно сокрытие от общественности этого факта и невозможность открыто обвинить в некомпетентности сотрудников Белого колодца привели к тому, что спасатели отделались штрафом и избежали более серьезного наказания.

2. Информаторами здесь являются сотрудники пресс-службы следственного комитета. СМИ заинтересовались происшествием после появления пресс-релиза.

3. Провокаторы. В данном материале и при работе с источниками провокаторов не было обнаружено.

4. Организаторов в процессе подготовки материала выявлено не было.

5. Журналисты здесь выступили как в положительном, так и в отрицательном ключе. С одной стороны, они выполнили свою основную функцию – обнародовали факты нарушения, а с другой – скрыли некоторые важные детали, что привело к безнаказанности виновных. Также в изданиях появлялись материалы, основанные на слухах, что вводило аудиторию в заблуждение.

6. Контролеры. Материал вышел в свет, но из-за жесткого законодательного регулирования распространения информации в нашей стране некоторые его части не могли быть опубликованы. Так, после проверки текста юристами, из него был удален следующий важный, на наш взгляд, фрагмент: «Если бы спасатели раньше отреагировали, его можно было бы спасти. Скорая приехала через 10-15 минут после вызова. А «спасателей» этих увели под руки. Мы подбежали к организатору, спросили, почему они не помогают. А он нам ответил, что им стало плохо. Они там в истерике были. Их рвало. Разве так должны себя вести люди, которые отвечают за нашу безопасность?» – делится воспоминаниями одноклассница погибшего».

д) Итоги скандала. В отличие от предыдущего материала, результаты разбирательства дела были опубликованы в СМИ. По информации, предоставленной пресс-службой Хохольского районного суда, родители погибшего мальчика примирились со спасателем, который оплатил им моральный и материальный вред. Данный факт, на наш взгляд, создает прецедент, говорящий о безнаказанности сотрудников учреждений, ответственных за жизни людей. А значит, на должностях в них по-прежнему будут оставаться некомпетентные лица. Кроме того, после происшествия из лицея уволился его директор. Он написал заявление об уходе, проработав там около 18 лет. Его поддерживали и родители, и учителя, но вернуться на должность он не смог, хотя даже не знал о праздновании. Видимо, кто-то должен был ответить, и «нашли крайнего».

2. Процесс создания скандального материала:

а) Выбор темы. Информацию о происшествии опубликовали на сайте следственного комитета. Не отреагировать на такой случай было невозможно, тем более в период празднования выпускных.

б) Сбор информации. Подробности инцидента пытались выяснить все сотрудники редакции. В администрации школы отказывались комментировать происшествие. В Белом колодце выдвигали свою версию произошедшего и утверждали, что тоже не знали о том, что дети празднуют выпускной. По их словам, спасатели имели все необходимые документы, разрешающие им работать на должности, и свою работу они выполнили. В правоохранительных органах давали лишь сухие комментарии о случившемся факте без деталей. Родители учеников не хотели общаться со СМИ из-за опубликованной недостоверной информации (в некоторых изданиях писали, что на праздновании у детей был алкоголь, но родители и сами дети это отрицали, в информации о проведенной экспертизе таких данных тоже не было). В итоге одна из сотрудниц редакции выяснила, что 26 мая пройдут похороны ребенка. Об этом ей рассказала знакомая, работающая на этом кладбище. Редактором было принято решение отправить корреспондента на место, чтобы попытаться получить больше информации. Выбрали автора ВКР.

Автор к этому не была готова морально, но поехала, потому что желание написать правду оказалось сильнее сомнений в этичности предпринимаемых действий. До этого момента автор никогда не была на похоронах. Добравшись до места, автор не знала, как себя вести. Собравшиеся обращали на нее внимание, поскольку она не была им знакома. Долгое время автор не решалась к кому-то подойти, пока не заметила на улице нескольких женщин. Сразу поняла, что это учителя. Сначала прислушивалась к их разговору, а потом все-таки подошла. Не удивительно, что автора встретили агрессивно. Автор не скрывала своей профессиональной принадлежности, попыталась объяснить, что ищет правду. Однако действовал отрицательный стереотип о журналистах: если кто-то написал ложь, то и все остальные тоже пишут неправду. Какую-то информацию получить все же удалось, например, о семье мальчика и

директора школы. Поговорила автор и с одноклассниками подростка, но рассказывать о происшествии они, видимо, опасались.

Когда все пошли к кладбищу, автор направилась за ними, стараясь смешаться с толпой. Пробовала поговорить с родителями, но ее активно пытались прогнать, даже угрожали, объясняя это реакцией на «ложь в интернете». В редакции требовали фото, поэтому автор спряталась за машиной и попыталась снять толпу так, чтобы лиц не было видно. Подошел мужчина, отец одного из детей, и сказал, что, если хоть одна фотография попадет в Сеть, автора найдут и объяснят, почему она не права «уже не на словах», одним судом она не отделается. Автора снова пытались выгнать и даже силой оттаскивали от детей. На обратном пути удалось тихо поговорить с девочкой, которая принимала участие в спасении мальчика. Она рассказала о своей версии происшествия. У входа на кладбище находились родители детей – как пояснили подростки, это были члены родительского комитета. Именно они устроили выпускной в Белом колодце. Женщины сели в машину, она поехала, поэтому пришлось бежать за ней по парковке. В открытое окно женщина крикнула фразу, которая затем была вынесена в заголовок: «Мы не сможем себе этого простить».

В тот же день позже было взято несколько дополнительных комментариев у совладельца Белого колодца, и текст был сдан. Его опубликованная версия расстроила автора из-за купирования после изучения юристом. Этически сложные эпизоды, связанные с созданием публикации, тяготили морально. Успокаивала фраза девочки, которая согласилась поговорить в тот день: «Спасибо, что написали правду». Она внушала надежду на то, что работа была сделана не зря. Кстати, в суд на автора никто не подавал (юридических причин для этого не было), и родители не искали встречи.

в) Структурирование текста. Материал разделен тремя цитатными внутренними подзаголовками. Изложение построено в хронологическом порядке с вкраплениями комментариев и дополнительной информации. Присутствуют ссылки на предыдущие материалы.

3. Жанровая характеристика текста. Текст написан в жанре аналитической корреспонденции с элементами репортажа. Предметом текста выступает социально значимое событие – смерть подростка на выпускном, описание которого дается детализировано с выходом на ситуацию вокруг него и ее рассмотрение. Целью является анализ ситуации, выяснение причин случившегося. С репортажем материал сближает присутствие автора на месте и «живое» наблюдение за его участниками. В тексте также присутствует описание места действия. Ключевой момент, то есть само происшествие, автор восстанавливает заочно, пользуясь методом реконструкции, опираясь на информацию, полученную из разных источников.

4. подача скандальной публикации:

а) Заголовочный комплекс. Заголовок состоит из двух частей: цитатной и информационной. Фраза матери одного из детей, присутствовавших на празднике «Мы не сможем себе этого простить» дополняется данными о месте происшествия и его сути: «В Воронеже похоронили подростка, погибшего на выпускном». Цитата привлекает внимание аудитории, а информационная часть поясняет ее и позволяет тексту попасть в топ поисковых сервисов. Подзаголовок «Парня проводили в последний путь 26 июня на Левобережном кладбище» разъясняет, о чем конкретно пойдет речь в материале.

б) Стилистика. Текст построен на сочетании стандарта и экспрессии. Образные фрагменты сменяют стандартные выражения, с помощью которых излагаются фактические данные. В материале можно встретить тропы, например, эпитет «одиноким капли». Часто встречается инверсия: «Скромный он был». Материал рассчитан на массовую аудиторию, поэтому в тексте отсутствуют термины, язык сочетает нейтральную и разговорную лексику. Предложения короткие, практически отсутствуют деепричастные и причастные обороты.

в) Иллюстрирование. Текст небольшой по объему, поэтому наличие лишь одной фотографии не делает его тяжелым для восприятия. Снимок сделан издалека, присутствующие на нем люди развернуты спиной. Это

объясняется этические соображениями и самим характером события, на котором сделано фото. Но замыслу автора, снимок несет в себе и дополнительный смысл: никому на самом деле нет дела до погибшего ребенка, кроме его семьи.

5. Реакция аудитории (анализ просмотров и комментариев). Согласно анализу просмотров в сервисе «Яндекс.Метрика» текст был прочитан около 200 000 раз. Материал собрал 59 комментариев. При этом в федеральную часть издания публикация не попадала. Вероятнее всего, такая активность связана с выбором текста для размещения в «Яндекс.Дзен».

Некоторые комментарии:

– Вода ошибок не прощает, эта система погубила парня, система пофигизма со стороны руководства. Можешь ты плавать или нет, никого не волнует. Прежде чем отдыхать у воды и на воде, эту систему надо менять в корне, иначе опять будут жертвы, – написал пользователь из Калининграда.

– Выпускной должен быть в школе. Торжественная часть и развлекательная часть под руководством учителей, а не родительская самодеятельность брать верх, – прокомментировала Людмила из Ленинградской области.

– А что за спасатели, которые сначала не поверили??? Игра в верю – не верю, что ли! Или тоже отдыхали просто. А если бы раньше начали свои обязанности выполнять, может, и спасли бы мальчика, – пишет Наталья из Бишкека (Киргизия).

Также в комментариях встречались рассказы других матерей, потерявших сыновей. Они искренне соболезновали родным мальчика и делились своей болью.

– Страшнее горя нет на планете, чем хоронить своих детей. Я мать, и в феврале у меня погиб сын на работе. Ему было 39 лет. Я сейчас жить больше не хочу. Потерялся смысл жизни. Царствие небесное мальчику Сереже. Родителям сил в страшном горе. Не дай бог никому такое пережить, – написала женщина из Ханты-Мансийского автономного округа.

Получилось, что горе – потеря ребенка – связало достаточно большое количество жителей страны и даже зарубежья. Важно и то, что такие ситуации наводят общественность на мысль, что «систему пора менять».

Рассмотрим материал от 28.08.2018 года «Жительница Воронежа: «В банке мне проткнули щеку канцелярским ножом!».

1. Характеристики отражаемого скандала:

а) Содержание скандала. В конце августа 46-летняя Ольга пришла вместе с мужем в отделение «Бинбанка» в Воронеже, чтобы обменять стодолларовую купюру на рубли. Но в операции ей отказали, посчитав купюру недействительной. На ней обнаружили штамп – букву S, заключенную в круг. Женщина утверждает, что покупала купюру в этом же банке. Но сотрудники говорят о том, что такой серии у них нет и направляют ее в другой банк. Ольга попросила одну из работниц банка помочь ей разобраться в проблеме, но та отказала. Тогда между женщинами завязалась словесная перепалка, в ходе которой эмоционально возбужденная клиентка заявила сотруднице: «Будь ты проклята». Та в ответ накинулась на клиентку с канцелярским ножом и проткнула ей щеку. Муж пострадавшей вызвал скорую и полицию, а заодно и телевидение.

б) Вид скандала. Социальный скандал.

в) Функции скандала. Привлечение внимания к проблеме отношений клиента и сотрудника: добросовестного выполнения им своих обязанностей, а также этического поведения. Контроль общественной жизни.

г) Участники скандала.

1. Виновники скандала. Виноватыми в данной ситуации, на наш взгляд, можно считать обе стороны конфликта. Здесь и невыполнение своих обязанностей сотрудницей банка, нарушение норм, и конфликтное вызывающее поведение клиентки, которое спровоцировало нападение. Инцидента можно было бы избежать в том случае, если клиентка и сотрудница урегулировали конфликт в деловом общении, не переходя «на личности».

2. Информатором является в первую очередь сама пострадавшая, которая сообщила об инциденте во все СМИ, а также в правоохранительные органы, распространила информацию в соцсетях.

3. Провокаторами также являются обе стороны конфликта. Сотрудница банка своим невежливым неэтичным отказом спровоцировала оскорбление со стороны клиентки, а клиентка в свою очередь грубым эмоциональным выкриком спровоцировала нападение.

4. Организаторов скандала нами не обнаружено.

5. Журналисты отреагировали на обращение – осветили нарушение. Но все-таки во многих изданиях акценты смещались с проблемы в целом на ее сенсационные подробности.

6. Контролеры. Редакторы и издатели почти всех региональных СМИ выпустили публикации о скандале в свет и продолжали его драматизировать, пока аудитории это было интересно.

д) Итоги скандала. Сотрудницу банка привлекли к дисциплинарной ответственности, но не уволили. Больше полугода пострадавшая не может добиться возбуждения уголовного дела. По последней информации, материалы дела до сих пор находятся на рассмотрении. Извинений лично от сотрудницы банка женщина не добилась, также ей не возместили потраченные на лечения средства и не компенсировали моральный вред.

2. Процесс создания скандального материала:

а) Выбор темы. Активное обсуждение темы в соцсетях и других СМИ заставило редакцию «КП в Воронеже» разобраться в произошедшем конфликте подробнее. После опубликованной заметки об инциденте мы начали выяснение подробностей уже для объемного материала.

б) Сбор информации. Связаться с пострадавшей удалось через соцсеть, в которой автор нашла ее по имени и фамилии. Женщина сразу же отреагировала на обращение и вызвалась зайти к нам в редакцию для того, чтобы лично рассказать о происшествии. Тогда же мы предложили ей участие в радиоэфире. Помимо этого, мы отправили запросы в главный офис Бинбанка

и связались с региональным управлением Роспотребнадзора, где нам пояснили, как в таких ситуациях следует вести себя пострадавшим, куда обращаться за помощью и направлять жалобы. Также были получены комментарии от специалиста в банковской сфере и пресс-службы полиции.

в) Структурирование текста. Текст построен без учета хронологии. В начало материала выносится самый главный и сенсационный момент происшествия, потом даются подробности. Речь пострадавшей доминирует над авторским повествованием. Текст разделен на четыре части, две из которых имеют цитатные внутренние подзаголовки. В заглавия двух других выносится основная информация из того, о чем идет речь. Также присутствует «Справка «КП», в которой дается разъяснение, в какой ситуации банк может отказывать в обмене купюр.

3. Жанровая характеристика текста. Материал написан в жанре аналитической корреспонденции. Предметом текста выступает сенсационное событие – нападение сотрудницы банка на клиентку – изложение которого описывается подробно с выходом на ситуацию вокруг него и ее рассмотрение. Сообщение о произошедшем не является самоцелью. Оно дает представление о событии, предваряя его истолкование. Именно истолкование и отличает в первую очередь аналитическую корреспонденцию от информационной. Главной целью в данном случае является анализ ситуации, выяснение причин случившегося, прогнозирование развития событий, а также рассмотрение позиций всех сторон скандала для объективной оценки происшествия. Автор восстанавливает картину случившегося, используя сведения, полученные из непосредственного общения с пострадавшей, запросов в правоохранительные органы, а также в официальные службы банка.

4. подача скандальной публикации:

а) Заголовочный комплекс. Заголовок текста является цитатным: «Жительница Воронежа: «В банке мне проткнули щеку канцелярским ножом!» Фраза пострадавшей выполняет одновременно две функции: информационную, так как высказывание сразу же рассказывает о том, что

случилось, и функцию привлечения внимание, так как само происшествие является сенсационным. Подзаголовок «Конфликт возник из-за отказа учреждения обменять 100 долларов на рубли» объясняет причину скандала.

б) Стилистика. Текст имеет совмещает в себе разговорные, официальные-деловые и нейтральные конструкции. Разговорный стиль преобладает в речи пострадавшей. Например, женщина использует разговорную конструкцию: «меня поранили», разговорную частицу «ну», разговорное наречие «ехидно». Официально-деловые стиль присутствует в речи руководителей банка, а также в словах специалистов банковской сферы, Роспотребнадзора и полиции, например: «Со стороны сотрудницы банка имел место факт непрофессионального и неэтичного поведения». Нейтральную лексику использует автор публикации. Таким образом, сохраняется речевой баланс и восприятие аудитории не затрудняется.

в) Иллюстрирование. Фотографии и видеозаписи были предоставлены пострадавшей, которая фиксировала происходившее в банке на камеру. А фотопревью для материала сделали сотрудники нашей редакции, когда женщина пришла на интервью. В этом тексте иллюстрирование служит доказательной базой, а также позволяет аудитории самостоятельно оценить ситуацию.

5. Реакция аудитории (анализ просмотров и комментариев). Согласно информации, представленной в сервисе «Яндекс.Метрика», количество просмотров составляет 10 582. Текст был размещен в федеральной части издания. Материал прокомментировали 44 раза.

Наиболее интересные комментарии:

– Вот такие неуравновешенные, психически нездоровые люди работают на руководящих должностях, – написал Дмитрий из Москвы.

– Банки валюту с дефектом не принимают, а сами, при случае, стараются нам всучить купюры с брачком. Сама с таким столкнулась! А эту сотрудницу банка надо посадить, а не административно наказывать! Это ужас какой-то. И

даже от работы не отстранили, как я поняла, – прокомментировала Надежда из Тулы.

– Поменять доллары на рубли в российских банках – это пытка. То купюра слишком мятая, то слишком старая, то еще что-нибудь. Я, когда еду в Россию в отпуск и снимаю в здешнем банке деньги на поездку, умоляю клерков, чтобы выдали мне новенькие хрустящие купюры. Я еще обратил внимание на то, что дома в российских банках на работу нанимают злых девок и теток, которые уже при входе в банк встречают тебя взглядом: «Не подходи, убью!». Хотя в Сбербанке курс обмена валют не самый выгодный, но народ там работает достаточно вежливый и приятный в общении. А вот когда имеешь дело с частными банками, то складывается впечатление, что владельцами являются уголовники и бандиты, нанимающие на работу такую же уголовную нечисть и шелупонь. И вообще здесь банковские служащие ведут себя достаточно скромно. В России почему-то даже охранник банка, уборщица и тетка, сидящая на обмене валют, смотрят на тебя так, как помещик на крепостного, – написал пользователь из Вашингтона (США), подписавшийся, как «соотечественник из Америки».

– Работаю в сфере обслуживания. Клиенты приходят такие неадекваты и провокаторы. Прямо веет от них агрессией. Но кидаться с ножом – это край. Надо сдерживать себя, – комментирует Ирина из Калининграда.

Рассмотрим материал от 18.07.2018 года «Из-за шока не могли убежать»: девушка, которую порезал ножом геймер, рассказала «КП» подробности случившегося».

1. Характеристики отражаемого скандала:

а) Содержание скандала. В середине июля в одном из дворов многоэтажки в Семилукском районе Воронежской области произошло происшествие. Пьяный 37-летний мужчина с ножом напал на девушек за то, что они мешали ему играть на компьютере. По словам преступника, подруги слишком громко разговаривали и не реагировали на его замечания. Тогда он

разозлился и решил их «проучить». К счастью, рядом оказался равнодушный 20-летний парень, который и спас девушек. Суть скандала заключается не только в том, что в центре него оказываются компьютерные игры, которые по сей день вызывают споры среди исследователей: кто-то считает, что они способны спровоцировать агрессивное поведение, а кто-то отмечает безвредность такого увлечения. Проблема здесь еще и в обвинении самих девушек, которые могли шуметь под окнами и мешать жильцам. А основной скандал развернулся между не признающим свою вину мужчиной и девушками, которых он обвинил. Мы решили попытаться разобраться в обеих проблемах в одном материале.

б) Вид скандала. Скандал в этом тексте однозначно можно обозначить как социальный, так как внутри него две общественно важные проблемы: игромания и алкоголизм.

в) Функции скандала. Привлечение внимание к общественно важным проблемам. Придание серьезного нарушения огласке для невозможности его игнорирования правоохранительными органами. Контроль общественной жизни.

Так как в происшествии оказался вовлечен 20-летний спаситель, можно выделить еще одну функцию – пропаганда социально одобряемого поведения и героизма.

г) Участники скандала.

1. Виновники. В широком смысле виновниками скандала можно считать производителей особо жестоких игр и их распространителей. В узком – нападавший мужчина, который не сумел проконтролировать свою агрессию.

2. Информаторами являются соцсети, в которых обсуждалось происшествие, пресс-служба следственного комитета, а также сами пострадавшие.

3. Провокаторами можно считать СМИ, которые обвиняли то игры, то самих девушек, то алкоголь.

4. Организаторов в данном скандале нами не было обнаружено.

5. Журналисты многих региональных СМИ смещали внимание аудитории с проблемы игромании на более сенсационные и захватывающие моменты. В таких материалах главным героем становился спасающий девушек парень, а ситуация с играми уходила на периферию.

6. Контролеры. Так как аудитории было интересно развитие событий и наказание виновного, редакторы и издатели выпускали материалы на протяжении всей истории.

д) Итоги скандала. Нападавшего суд приговорил к пяти годам колонии. Мужчина свою вину не признал. В марте этого года стало известно о том, что суд увеличил ему наказание с пяти до восьми лет лишения свободы. Пострадавших девушек выписали из больницы.

2. Процесс создания скандального материала:

а) Выбор темы. Изначально нашу редакцию, как и других журналистов, заинтересовал поступок молодого парня, который спас девушек. Однако позже мы решили писать о самом происшествии со слов пострадавших и поднять более важные вопросы.

б) Сбор информации. Так как выехать на место происшествия не было возможности, было решено искать информацию в соцсетях. По выясненным в других СМИ, а также в пресс-службах правоохранительных органов именам девушек, удалось найти их страницы в соцсетях. Автор отправила несколько сообщений и получила ответ. По цепочке смогла выйти на девушку, которая пострадала меньше. Другая находилась в реанимации. С ней мы договорились о разговоре по телефону. Также были взяты комментарии у правоохранителей. О состоянии одной из девушек автору сообщили в пресс-службе департамента здравоохранения. Затем для создания более полной картины произошедшего автор связалась с психологом, который рассказал о том, могли ли игры спровоцировать агрессию.

в) Структурирование текста. Текст практически полностью написан в хронологическом порядке. Вначале дается главная информация об инциденте,

а затем – полный подробный рассказ о нем. Внутренних подзаголовков нет, так как текст небольшой по размеру.

3. Жанровая характеристика текста. Материал можно отнести к жанру аналитической корреспонденции. Предметом является ситуация вокруг социально значимого события – нападения «геймера» на девушек, описание которого детализировано представлено в тексте. Материал схож с информационной корреспонденцией, однако автор ставит иную цель – раскрытие причин случившегося и его анализ. Журналист предполагает, что нападавшего на преступление толкнула игровая зависимость. Для доказательства этого факта автор привлекает экспертов.

4. Подача скандальной публикации:

а) Заголовочный комплекс. Заголовок «Из-за шока не могли убежать»: девушка, которую порезал ножом геймер, рассказала «КП» подробности случившегося» состоит из двух частей: цитатной и информационной. Цитатная часть – речь пострадавшей девочки – служит для привлечения внимания. Эмоциональную часть дополняет информационная, поясняющая суть материала. Подзаголовок рассказывает читателям, что произошло и где: «Под Воронежем мужчина накинулся на трех подруг, «мешавших» ему играть в компьютер».

б) Стилистика. В материале происходит чередование стандартных выражений и экспрессивных форм. Клише используются в цитатах правоохранительных органов. Например: «В настоящее время назначены экспертизы с целью установления тяжести причиненного вреда здоровью пострадавших». Эмоциональные выражения можно встретить в словах пострадавшей: «всю трясло», «была в истерике». В целом текст написан в нейтральном стиле.

в) Иллюстрирование. Для иллюстрации материала используется старая фотография руки с ножом, которую мы взяли из редакционного архива. Причиной этого является отказ девушек от предоставления фото, а также невозможность выезда на место происшествия.

5. Реакция аудитории (анализ просмотров и комментариев). Согласно данным сервиса «Яндекс.Метрика», текст просмотрело 2 330 пользователей. Он был размещен в федеральной части издания. К материалу оставили 12 комментариев.

Несколько примеров:

– Компьютерные игры здесь, по сути, ни при чем. Допустим, сидит некий гений дома, над гипотезой Пуанкаре голову ломает. От этого зависит развитие всей Вселенной, между прочим. И вот он уже почти добрался до финиша, осталось всего-то «полшишечки». В голове мысль крутится, крутится. Вот-вот родит. А тут «гы-гы-гы» под окном во всю мощь молодой луженной глотки деревенской бабищи. Уважаемые, не могли бы вы отойти чуть подальше от окна, пожалуйста! А в ответ: «Га-га-га». П.С. Я вообще в игры не играю, но иногда (в час ночи, в три ночи) так и хочется, чтобы эти неспящие меломаны сгорели в своём рыдване, из которого тыщ-тыщ до рассвета, – написал пользователь из Воронежа.

– Девушки разные бывают. Вы уверены, что они ржали и громко разговаривали? Да если бы даже было так, это разве повод бросаться с ножом? У меня под окнами тоже молодежь сидит, кто-то ржет, прям зла не хватает, но никогда не было подобных мыслей! Они просто не придут в голову нормальному человеку! А бывает тихо сидят и девушки, и парни, – ответила предыдущему комментатору жительница Воронежа.

Рассмотрим еще один материал от 22.10.2018 года «Чупа-чупс» у ВГУ решили снести, не придумав ему замены».

1. Характеристики отражаемого скандала:

а) Содержание скандала. В середине октября 2018 года Воронежский госуниверситет опубликовал на своем сайте результаты опроса о судьбе стелы, похожей на конфету «Чупа-чупс» у главного корпуса вуза. Согласно этим данным, 76 процентов горожан считают, что объект нужно снести. Но замену ему так и не нашли. Скандал начался тогда, когда сотрудники вуза

засомневались в честности опроса и решили провести альтернативный опрос. Данные у них существенно разошлись с официальными. В нашу редакцию обратились преподаватели ВГУ с просьбой разобраться с проблемой.

б) Вид скандала. Скандал является социальным, так как в основе его проблема сохранения исторических объектов региона.

в) Функция скандала. Привлечение внимание к проблеме сохранения исторического объекта. Установление истинного желания горожан. Информирование горожан о ценности стелы.

г) Участники скандала.

1. Виновником является руководство Воронежского госуниверситета, считающее, что снос объекта является необходимым. Их вина заключается также в том, что они составили и провели необъективный вопрос, который не включал варианта сохранения стелы на своем месте. Здесь просматривается попытка манипулировать общественным мнением.

2. Информаторами стали сами сотрудники ВГУ, которых возмутило такое отношение к объекту городской среды. Также необходимая информация была взята с сайта университета.

3. Организаторами скандала можно назвать руководство вуза, которое напрямую не участвует в дискуссии, но принимает спорные решения.

4. Провокаторов нами выявлено не было.

5. Журналисты в данной ситуации не выполнили основную свою функцию. В СМИ прошла информация только о том, что объект будет снесен, а также данные одного – официального – опроса. Тем самым, буду публично выражена позицию лишь одной из сторон. Подробно разбираться в проблеме местные издания не стали.

6. Контролеры. Возможно, информацию о параллельном опросе не опубликовали в большинстве СМИ из-за того, что решение о сносе поддержала мэрия Воронежа. Поэтому редакторы и издатели решили не вступать в конфликт, посчитав тему не такой важной для города.

д) Итоги скандала. Скандал по-прежнему остается нерешенным. До сих пор не появилось окончательных документов, согласно которым стела будет снесена. Также не решено, чем заменят в таком случае объект. Возможно, на это повлиял параллельный опрос, результаты которого говорили о том, что горожане против сноса.

2. Процесс создания скандального материала:

а) Выбор темы. Как уже говорилось выше, о проблеме наше издание попросили написать преподаватели вуза.

б) Сбор информации. Для создания текста был проанализирован опрос, проведенный руководством ВГУ, а также опрос, проведенный сотрудниками вуза. Историческую справку помог собрать ответственный секретарь комиссии по культурному наследию Воронежа Николай Комолов. Он подробно рассказал об установке объекта, а также о вариантах замены. Краевед Владимир Елецких дал информацию о заседании городского общественного совета, которое прошло еще в 2010 году. На нем тоже обсуждали замену стелы. Тогда на месте «чупа-чупса» хотели установить памятник основателю Воронежа Семену Сабурову, но территорию для установки памятника посчитали неподходящей. Поговорить также удалось с сотрудником вуза, который организовал параллельный опрос. В тексте использовались комментарии горожан по этому поводу в соцсетях.

в) Структурирование текста. Текст имеет три внутренних подзаголовка. Все они являются информационными и раскрывают суть последующего материала. В начало текста выносится повод публикации, затем объясняется ее причина. Далее следует анализ опросов и комментарии экспертов. Завершается текст вопросом автора к горожанам: «А как вы считаете, достопримечательность нужно снести или оставить?».

3. Жанровая характеристика текста. Материал можно отнести к жанру аналитической корреспонденции. Предметом является ситуация вокруг социально значимого события – планируемого сноса городской достопримечательности. Цель автора – определить реальное отношение

местных жителей к уничтожению объекта. Для этого журналист подробно рассказывает читателям о достопримечательности, анализирует опросы горожан, а также привлекает для обеспечения объективности экспертов. В тексте есть как исторический экскурс, так и мнение о дальнейшем развитии события.

4. Подача скандальной публикации:

а) Заголовочный комплекс. Заголовок текста «Чупа-чупс» у ВГУ решили снести, не придумав ему замены» является информационным, хотя содержит скрытое несогласие автора. Подзаголовок поясняет повод написания материала: «Планы руководства вуза по ликвидации скульптуры у главного корпуса университета вызвали споры у горожан».

б) Стилистика. Текст имеет нейтральную стилистику, понятную массовому читателю. Не используются термины и сложные для восприятия массивные конструкции. Заметна инверсия. Отсутствуют эмоциональные конструкции.

в) Иллюстрирование. Для иллюстрации используется архивная фотография объекта, о котором идет речь.

5. Реакция аудитории (анализ просмотров и комментариев). Несмотря на важность темы для горожан, текст прочитали всего 590 пользователей. Под материалом оставили 3 комментария:

– Этим варварам делать нечего, кроме разрушения культурных ценностей. Дома не ремонтируют, а денег на снос выделяют. Руки прочь от советского наследия! – написал воронежец Иван.

Еще два пользователя ответили на вопрос, заданный автором в конце, одним словом: «Остановить!».

Таким образом, наш журналистский опыт позволяет сделать вывод, что отражение скандалов напрямую влияет на жанровую форму и структуру построения текстов в СМИ, формирует особое восприятие события и ситуации вокруг него аудиторией и привлекает повышенное внимание к проблемам в

обществе, способствуя их разрешению. Для успешной коммуникации с незаинтересованной публикой можно использовать скандальную подачу информации и стилистику. Скандал часто считают элементом только «желтой» журналистики. Но это не так. При правильном использовании скандал может послужить толчком для совершенствования социальной системы и развития общества.

Заключение

Подведем итоги исследования. «Скандал – это конфликтная ситуация, характеризующаяся значительным резонансом (реакцией) социальных групп, институтов гражданского общества, бизнеса, государства, вызванным агрессивностью, неадекватностью, неожиданностью, немотивированностью либо, наоборот, нарочитой политической или иной мотивированностью действий хотя бы одного из участников событий, выражающейся в сделанных публично порочащих намёках, угрозах, резких высказываниях, как правило, обвинительного характера».⁴³

В работе мы выделили шесть основных типов скандалов, которые освещаются в СМИ:

1. Светские скандалы.
2. Политические скандалы.
3. Коррупционные скандалы.
4. Социальные скандалы.
5. Религиозные, расовые и национальные скандалы.
6. Бытовые скандалы.

Мы разработали схему публичного отражения скандала, которая включает такие элементы:

1. Предыстория скандала, сообщение его причин.
2. Изложение самого скандала. Диалог действующих лиц. Мнения экспертов и общества.
3. Кульминация скандала.
4. Поиск решения.
4. Компромисс.
5. Итоги скандала.

⁴³ Яковлев И.Г. Интернет как коммуникационная сфера скандалов / И.Г. Яковлев // Скандал: сферы воздействия. – Москва. – 2013. – С. 37.

В нашей выпускной работе также были выявлены основные функции скандального текста в СМИ:

- информационная (диагностическая);
- образовательная;
- «очищающая»;
- уравнивающая;
- развлекательная;
- релаксационная.

Также мы отметили функцию привлечения внимания к социальным проблемам, их урегулирования и повышения ответственности и прозрачности в разных сферах общества и социальных институтах.

Участников скандалов можно разделить на шесть типов:

1. Виновники.
2. Информаторы.
3. Организаторы.
4. Провокаторы.
5. Журналисты.
6. Контролеры.

В результате проведенного исследования авторских публикаций мы сделали следующие выводы:

- ключевым участником скандального процесса в публичном пространстве выступают СМИ;
- самым частотным и востребованным для освещения в СМИ видом скандала стал социальный скандал, так как он обнажает серьезные проблемы в обществе и способен помочь их урегулированию;
- наиболее подходящим жанром для текста, отражающего социальный скандал, является аналитическая корреспонденция;
- качество подготовленного материала не всегда зависит от присутствия журналиста на месте происшествия;

– сложность в сборе информации для создания скандального текста заключается в том числе в негативном отношении к журналисту из-за вынужденного вторжения в частую жизнь пострадавших;

– в заголовки скандальных текстов часто выносятся цитаты из высказываний героев материала для привлечения внимания читателя, при этом в них обязательно присутствует пояснительная информационная часть;

– структура скандального текста строится по методу драматизации изложения с акцентом на сопереживание аудитории;

– скандальный текст в СМИ тяготеет к определенной стилистике, лексика и синтаксис в таких текстах заметно упрощаются;

– иллюстрации не являются важной по смыслу частью публикации, а скорее служат для подтверждения реальности описываемого;

– аудиторию СМИ больше интересуют скандалы, предмет которых связан с ее повседневной жизнью;

– проблемным моментом в освещении скандала в СМИ является «эмоциональное выгорание» аудитории, это влияет на прекращение публикаций по теме, следствием чего может стать нерешенность общественно значимых вопросов;

– реакцией социума на скандальную информацию может быть радикализация общественного мнения и увеличение количества заведомо необоснованных позиций;

– автору скандального текста часто приходится сталкиваться с этическим и морально-нравственным выбором;

– публикация скандальных текстов не всегда является показателем «желтизны» издания.

Скандал – это не часть объективной реальности, а негативная реакция общества на те или иные изменения в социуме. Журналистам важно уделять скандальным темам особое внимание для поддержания взаимодействия с аудиторией и контроля за общественной жизнью, что и является одной из главных функций журналистики.

Список использованной литературы:

1. Александер Д. Уотергейт как демократический ритуал / Д. Александер // Социологическое обозрение. – 2012. – Т. 11. № 3. – С. 77–104.
2. Андрющенко Е.Г. Скандал в энергетике политического спектакля / Е.Г. Андрющенко // Скандал как форма коммуникации. – Москва, 2012. – С. 128–132.
3. Арьес Ф. Человек перед лицом смерти / Ф. Арьес. – Москва : Прогресс, 1992. – 520 с.
4. Базаров Т.Ю. Управление персоналом / Т.Ю. Базаров, Б.Л. Еремин. – Москва : ЮПИТИ, 2002. – 425 с.
5. Бек У. Общество риска. На пути к другому модерну / У. Бек. – Москва : Прогресс-Традиция, 2000. – 288 с.
6. Брайант Д. Основы воздействия СМИ / Д. Брайтан, С. Томпсон. – Москва : Издательский дом «Вильяме», 2004. – 419 с.
7. Браун Дж. Техника воздействия: от пропаганды до промывания мозгов. / Дж. Браун. – Москва: Эксмо, 1993. – 267 с.
8. Брукс Н. Скандал как механизм культуры / Н. Брукс // Семиотика скандала. – Москва, 2008. – С. 6–12.
9. Быков Д.Л. Величие и падение русского скандала. Прологомены к будущей диссертации / Д.Л. Быков. – URL: <http://www.rulife.ru/mode/article/1093> (дата обращения: 6.03.2019).
10. Бэрон Р. Агрессия / Р. Бэрон, Д. Ричардсон. – Санкт-Петербург : Питер, 2001. – 352 с.
11. Виролайнен М. Хоровое начало множественности и пафос соборности как основание «скандальных» сюжетов / М. Виролайнен // Семиотика скандала. – Москва, 2008. – С. 41–54.
12. Володина М.Н. Язык средств массовой информации / М.Н. Володина. – Москва : 63 Академический Проект, Альма Матер, 2008. – 760 с.

13. Волынская А.Г. Скандал как субверсивная практика / А.Г.Волынская. – Москва : Издательский дом Высшей школы экономики, 2014. – 60 с.

14. Гаврилов А.А. Средства воздействия СМИ на общественное сознание в условиях информационного общества / А.А. Гаврилов // Молодой ученый. – 2012. – №8. – С. 152–155.

15. Глухова А.В. Скандал как форма политического конфликта // Скандал: сферы воздействия. – Москва, 2013. – С. 30–42.

16. Горбатов Д.С. Психология слухов и сплетен / Д.С. Горбатов. – Санкт-Петербург : Речь, 2012. – 240 с.

17. Готлиб Р.А. Социально-коммуникативные компетенции управления дискурсивным пространством политического скандала в межкультурной среде / Р.А. Готлиб // Скандал как форма коммуникации. – Москва, 2012. – С. 154–161.

18. Гришина Н. В. Психология конфликта / Н.В. Гришина. – Санкт-Петербург : Питер, 2008. – 544 с.

19. Гусейнов А.А. Аксиология скандала / А.А. Гусейнов // Скандал как форма коммуникации. – Москва : Издательство Современного гуманитарного университета, 2012. – С. 28-43.

20. Данилова А.А. Манипулирование словом в средствах массовой информации / А.А. Данилова. – Москва : Добросвет, Издательство «КДУ», 2009. – 233 с.

21. Дмитриев А.В. Неформальная коммуникация: очерки теории и практики / А.В. Дмитриев, И.В. Макарова. – Москва : Современный гуманитарный университет, 2003. – 167 с.

22. Дмитриев А.В. Скандал: исследовательские задачи / А.В. Дмитриев // Скандал как форма коммуникации. – Москва, 2012. – С. 4–27.

23. Дмитриев А.В. Скандал. Социофилософские очерки / А.В. Дмитриев, А.А. Сычев. – Москва : ЦСП и М, 2014. – 323 с.

24. Евзлин М. Обман и скандал в мифе о Прометее // Семиотика скандала. – Москва, 2008. – С. 64–84.
25. Еремин Б.Л. Выбор путей преодоления конфликтов / Б.Л. Еремин // Реформа. – 1997. – № 1. – 250 с.
26. Клушина Н.И. Языковые механизмы формирования оценки в СМИ / Н.И. Клушина // Публицистика и информация в современном обществе. – Москва, 2000. – С. 94–106.
27. Кобринский А. Обэриуты: между эстетическим вызовом и скандалом / А. Кобринский // Семиотика скандала. – Москва, 2008. – С. 416–428.
28. Колодкин Б.В. Манипулирование массовым сознанием: социально-философский анализ / Б.В. Колодкин // Соціальна філософія і філософія історії: Вісник СевНТУ. – 2010. – №103. – С. 24–26.
29. Кочкин М.Ю. Политический скандал как лингвокультурный феномен : дисс. на соискание уч. степени канд. филол. наук / М.Ю. Кочкин. – Волгоград, 2003. – 370 с.
30. Коэн С. Средства массовой коммуникации, моральная паника и девиантность / С. Коэн // СМК и социальные проблемы. – Казань, 2000. – С. 218-224.
31. Луман Н. Реальность массмедиа / Н. Луман. – Москва : Практис, 2005. – 256 с.
32. Одесский М. Концепт «скандал/соблазн» в русской культуре / М. Одесский // Семиотика скандала. – Москва, 2008. – С. 104–115.
33. Ожегов С.И. Толковый словарь русского языка: 80000 слов и фразеологических выражений / С.И. Ожегов, Н.Ю. Шведова. – Москва : Азбуковник, 1999. – 944 с.
34. Пенская Е. «Журнальное безобразие»: анатомия скандала в литературе и журналистике 1850-1860-х годов / Е. Пенская // Семиотика скандала. – Москва, 2008. – С. 517–539.
35. Пронина Е.Е. Психология журналистского творчества / Е.Е. Пронина. – Москва: Издательство Московского университета, 2003. – 344 с.

36. Прохоров А.М. Большой энциклопедический словарь / А.М. Прохоров. – Москва : Советская энциклопедия, 1993. – 1632 с.
37. Прохоров Е.П. Введение в теорию журналистики / Е.П. Прохоров. – Москва: Аспект Пресс, 2011. – 351 с.
38. Почепцов Г.Г. Теория коммуникации / Г.Г. Почепцов. – Москва : Рефлбук, 2001. – 656 с.
39. Руднев В. Метафизика скандала / В. Руднев // Семиотика скандала. – Москва, 2008. – С. 27–41.
40. Сычев А.А. Скандал как феномен общественной морали / А.А. Сычев // Скандал: сферы воздействия. – Москва, 2013. – С. 9–34.
41. Топоров В. Литературная «Аль-Каида» / В. Топоров // Семиотика скандала. – Москва, 2008. – С. 562–571.
42. Тоффлер Э. Шок будущего: Пер. с англ. / Э. Тоффлер. – Москва : ООО «Издательство АСТ», 2002. – 557 с.
43. Шадриков В.Д. Введение в психологию: эмоции и чувства / В.Д. Шадриков. – Москва : Логос, 2002. – 160 с.
44. Шестерина А.М. Полемический текст в современной прессе : дис. ... д-ра филолог. наук / А.М. Шестерина. – Тамбов, 2004. – 498 с.
45. Хайдеггер Ф.Ф. Анатомия скандала / Ф.Ф. Хайдеггер. – Санкт-Петербург : Владимир Даль, 2008. – 256 с.
46. Яковлев И.Г. Интернет как коммуникационная сфера скандалов / И.Г. Яковлев // Скандал: сферы воздействия. – Москва, 2013. – С. 37; 74–75.
47. Чупринин С. Покушение на репутацию. Из наблюдений очевидца / С. Чупринин // Семиотика скандала. – Москва, 2008. – С. 555–570.
48. Ярославцева Е.И. Коммуникативные взрывы. Теоретические аспекты скандала / Е.И. Ярославцева // Скандал как форма коммуникации. – Москва, 2012. – С. 55–77.
49. Brezina T. False news reports, folk devils, and the role of public officials: Notes on the social construction of law and order in the aftermath of Hurricane Katrina / T. Brezina, H. Phipps // Deviant Behavior. – 2010. – №31. – С. 97–134.

50. Joslyn M. Framing the Lewinsky affair: Third-person judgments by scandal frame / M. Joslyn // *Political Psychology*. – 2003. – №24. – С. 829–844.

Творческое приложение

Приложение 1.

В Воронеже мать с шестимесячной дочкой насмерть отравились водой с мышьяком из колодца

Еще двое детей из этой же семьи в реанимации

Жуткая история произошла с обычной воронежской семьей. В середине мая сразу четыре человека – 27-летняя мама и трое ее детей: девочка шести месяцев, четырехлетний мальчик и старшая дочь 11 лет – попали в больницу. У всех диагностировали отравление. Как выяснилось позже, причиной интоксикации могла стать вода из колодца, в которую каким-то образом попал мышьяк. Сначала не выдержал организм малышки – 22 мая умерла младшая дочь. А 4 июня скончалась и ее мама. Другие дети сейчас находятся в реанимации.

После смерти ребенка следователи возбудили уголовное дело, а санитарные врачи отправились исследовать воду и грунт. Колодец обнесли лентой и запретили местным жителям пить воду из скважин неподалеку. Да и сами люди не решаются этого делать – слишком уж напуганы. В местную школу организовали подвоз питьевой воды для всех желающих. Правда, за ней, по словам директора, никто не приходит – жители как-то справляются своими силами.

В то же время некоторые воронежцы начали строить собственные версии причины трагедии. Чтобы разобраться в том, что на самом деле привело к такому исходу, корреспондент «КП» отправилась на место трагедии.

Любили друг друга и не конфликтовали

Молодая пара – Сергей и Алина – вместе с тремя детьми жила в Левобережном районе Воронежа. Их небольшой старенький домик стоит на улице Лесничьей в микрорайоне Семилукские Выселки. Соседи рассказывают, жили они бедно, но мирно. Отец семейства целыми днями пропадал в автомастерской. Работал механиком. А жена проводила все время дома с детьми.

Старшая дочь Настя закончила в этом году четвертый класс. По словам учителей, девочка всегда была примером для сверстников не только в учебном плане (она хорошо училась), но и в человеческом: помогала родителям по хозяйству, занималась с больным 4-летним братиком. А ей, напомним, всего лишь 11 лет.

– Настенька – очень приятный добрый ребенок, – со слезами на глазах рассказывает ее классная руководительница. – Когда в семье появилась третья малышка, старшая немного сбавила в учебе – пошли четверки. Но все равно ребенок очень ответственный. Никогда не было такого, чтобы она пришла в школу без домашнего задания.

Учительница говорит, что педагоги часто посещали эту семью, потому что она многодетная, к тому же средний ребенок инвалид. На собрания мама приходила редко: трое детей все-таки. Но никто от них ничего и не требовал. Понимали все.

– Когда умерла шестимесячная девочка, родители одноклассников Насти решили помочь ее семье материально, – поясняет классная руководительница. – Хорошие ведь они: несмотря на то, что Сергей не родной отец Насте, он ее никогда не отделял. Всех любил одинаково. И между собой они вообще не конфликтовали.

Сжечь «виновников»

Но как же получилось так, что целая семья рассыпалась в один миг? Одной из версий стал конфликт с цыганами, живущими неподалеку. Сергей больше восьми лет работает в их автобизнесе. Кто-то из местных решил, что

они поссорились. Из-за чего начальник якобы и мог отомстить своему подчиненному. Но многие соседи сомневаются в этой версии:

– В моем классе учится дочка этого бизнесмена, – рассказывает все та же классная руководительница. – Спокойный ребенок. Ни с кем не конфликтует. У них самих в семье шестеро детей. Не думаю, что он стал бы такое делать.

Примерно то же самое говорят и соседи семьи: предположение о том, что кто-то мог подсыпать мышьяк в колодец целенаправленно, – ложь.

– Мы живем дружно, друг другу помогаем. Глупости все это. Слухи, да и только.

Сами цыгане рассказывают, что их эта ситуация напугала. В соцсетях посыпались гневные комментарии с призывами сжечь «виновников». Дети боятся выходить из дома.

Водами принесло

Еще несколькими возможными версиями трагедии поделились местные старожилы Татьяна и Алексей:

– В 1979 году была почти такая же ситуация. Моя семья стала одной из пяти отравившихся мышьяком в воде из этого колодца, – рассказывает Татьяна. – У моего деда из-за этого пять раз наступала клиническая смерть. Тогда у людей, попавших в больницу, печень на два сантиметра выходила за ребра. Настолько сильными были последствия. В тот раз нам сказали, что какая-то отравка попала в колодец вместе с талой водой. Пострадали 20 человек, один из них умер. Возможно, это повторилось. После того случая пить из колодца запретили, а вот поливать – почему-то нет. Тогда же рядом сделали колонку, в которой вода была вроде бы нормальной.

В природе действительно существует такое явление. Талая вода может содержать мышьяк. Правда, не в больших концентрациях.

Алексей же считает, что проблема появилась еще во время Великой Отечественной:

– Тогда неподалеку от этого колодца стояли «Катюши». Может быть, после этого там и снаряды какие-то закопали. От них пошли расщепления химические. Кто его знает, – предполагает мужчина.

Улица Лесничья в своем нынешнем облике образовалась в 1950-е годы. До этого было поле. И что тут происходило в тот момент – никто не знает.

Параллельно с народными версиями назвали свои и следователи. Силовики менее категоричны, чем горожане. Они рассматривают несколько вариантов: как умышленное отравление воды в колодце, так и попадание в него с помощью грунтовых вод химикатов и пестицидов, используемых в сельском хозяйстве.

«Знал бы – давно закопал!»

Мы поговорили и с отцом семейства. Сергея мы застали на улице разговаривающим по телефону. От звонков мобильник просто разрывался.

– Приезжали специалисты, пробы брали и вчера, и сегодня. И вот недавно позвонили, сказали, что, действительно, в воде нашли соли мышьяка и что концентрация их превышает норму в 140 раз (по официальным данным СК, норма превышена в 135 раз, – ред.). Это как будто туда целый мешок высыпали, – рассказывает мужчина.

В целенаправленном злодействе он никого не подозревает. Также Сергей пояснил, что из этого колодца воду брали только они на протяжении семи лет. О том, что еще в советское время ею отравились почти 20 человек, мужчина не слышал.

– Если бы знал, давно закопал бы его!

Сейчас Сергей переживает смерть жены и шестимесячной малышки. И беспокоится о состоянии сына и дочери. Они находятся в реанимации. Самочувствие мальчика улучшилось.

– Меня еще пока не проверяли. Что я? У меня двое детей. Вот прям сейчас все брошу и пойду в больницу! А если положат, что делать тогда? – негодует мужчина.

Соседи, учителя всеми силами стараются помочь отцу двух маленьких детей. Кто-то продукты принесет, кто-то – памперсы, а кто-то поддерживает деньгами. А еще местные жители надеются, что врачи сделают все, чтобы спасти его старших сына и дочь.

СПРАВКА «КП»:

Мышьяк – химический элемент V группы периодической таблицы, относится к семейству азота, оказывает сильное токсичное влияние на человека. Он является одним из элементов, встречающихся в природе в свободном виде. Его можно сравнительно легко выделить из соединений.

Мышьяк довольно долго остаётся в организме и через несколько недель после проникновения, его можно обнаружить в ногтях и волосах. Таким же долгим накопительным эффектом характеризуются кости и зубы. 90% вещества способно вывестись с помощью мочевой системы, а остальные 10% – через кишечник.

Острое отравление мышьяком очень опасно для человеческого организма. При попадании в кровь, мышьяк соединяется с гемоглобином и провоцирует анемию, что в дальнейшем проявляется макрогематурией. Не исключено развитие желтухи.

При остром отравлении отмечается появление тошноты, рвоты, поноса, признаков интоксикации, тахикардии, одышки. В тяжёлых случаях появляется острая почечная недостаточность, что приводит к летальному исходу.

Проглатывание мышьяка для человека опасно не только воздействием токсинов, но и возможным ожогом глотки. Мышьяк опасен для человека тем, что способен повреждать любые органы и системы. Нарушения могут возникнуть где угодно, а некоторые даже приводят к летальному исходу.

При обнаружении симптомов необходимо сразу же обращаться в медучреждение.

Вывести токсины из желудка поможет его промывание большим количеством воды, но если человек в сознании, для этого требуется напоить

человека водой в большом количестве и вызвать приступ рвоты. Для этого достаточно надавить на корень языка. С кожи мышьяк можно удалить водой и мылом.

Для того чтобы избежать обезвоживания, требуется поить пациента водой маленькими порциями.

Можно употребить активированный уголь, но при таком серьёзном отравлении он не даёт особого эффекта. Принимать слабительные препараты не стоит.⁴⁴

⁴⁴ Диденко Ю. С. В Воронеже мать с шестимесячной дочкой отравилась мышьяком из колодца / Ю.С. Диденко // Комсомольская правда. – URL: <https://www.msk.kp.ru/daily/26838/3879388/> (дата обращения: 16.05.2019).

Приложение №2.

«Мы не сможем себе этого простить»: в Воронеже похоронили подростка, погибшего на выпускном

Парня проводили в последний путь 26 июня на Левобережном кладбище

Небо затянуло тучами. Тяжелые одинокие капли падают сверху на землю. На Левобережном кладбище тихо и пусто. Небольшое количество людей разбились на группки и стоят поодаль. Остальные – зашли в расположенный рядом храм. 26 июня в Воронеже простились с подростком, который погиб во время выпускного в Белом колодце.

«Спасатели сначала не поверили»

– Как жалко. Такой хороший мальчик. Во всех отношениях. Учился неплохо. Во всех школьных мероприятиях принимал участие. Всегда помогал, никому не отказывал, – рассказывают учителя мальчика.

Одноклассники Сережи, держа в руках букеты белых и алых роз, также отзываются о нем, как о добром товарище:

– Скромный он был. Ни с кем не конфликтовал, общался в основном с девчонками.

16-летний Сережа рос в любящей приемной семье вместе с сестрой. В этом году он закончил девятый класс лицея и музыкальную школу. Играл на духовом инструменте. Все оборвала ужасная случайность. Вместе с классом он приехал отдыхать после завершения учебного года в Белый колодец. Родители подготовили для детей развлекательную программу. Хотели порадовать их после сложных экзаменов. Когда квест с аниматорами закончился, школьники продолжили веселиться сами по себе. Кто-то сидел в беседке, а кто-то отправился купаться. Среди них был и Сережа. Ребята плавали, прыгали с низких качелей в воду. Парень тоже прыгал. Один раз все прошло хорошо, а вот после второго – уже не вынырнул. Несчастье произошло

около пяти часов вечера. Как выяснилось позже, подросток просто не умел плавать.

– Мы не сразу заметили, что его нет. Людей было много. Подумали, может, ушел куда-то. Сказали родителям. Вместе начали его искать. А потом уже предположили, что он мог утонуть. Пошли к спасателям. Нам сначала не поверили. Думали, мы шутим. Тогда мы сами начали пытаться его найти, ныряли, заплывали под «плюшку» (водный аттракцион – прим. ред.). Потом уже спасатели прыгнули в воду. Два раза опустили на глубину и сразу вытащили, – объясняют одноклассники.

Сергей Слабунов, совладелец компании Big Event, которая является арендатором пляжа в Белом колодце, пояснил, что спасателей было двое. Они прошли специальное обучение и имели необходимые документы.

Уже на берегу ребенка начали откачивать. Через 10-15 минут приехала скорая. Около получаса медики боролись за жизнь подростка, но вернуть его в чувства им не удалось.

«В лицее выпускной не отмечают»

Теперь в произошедшем разбираются следователи. Они возбудили уголовное дело по статье «Причинение смерти по неосторожности».

– Мы не могли подумать, что дети празднуют выпускной, если им даже аттестаты еще не вручили. К тому же это 9 класс, в нашем лицее вообще его никогда не отмечают, – негодует одна из учительниц.

По ее словам, родители школьников сами организовали это мероприятие.

– Об этом не знала администрация, в том числе и директор. А классного руководителя пригласили как частное лицо. Она даже не хотела ехать с ними. Как сердцем чувствовала, – продолжает женщина. – Все в шоке, не было никакого приказа. У нас если выезжают ребята куда-то, всегда все организовано.

После случившегося директор школы написал заявление об уходе.

– Его никто не винит. Все поддерживают. Он 18 лет на этой должности. Лицей с ним поднялся на высокий уровень. Занимает первое место в Левобережном районе. Коллектив его любит. Родители уважают. Но всегда нужно найти виноватого. Хотя мы считаем, что это случайность, – добавляет учительница.

«Нам нет никакого оправдания»

К кладбищу подъезжает машина. Из нее выходят женщины с огромным букетом ярко-желтых роз и венком. Это тоже из школы. Цветы учителя раздают своим коллегам, а затем они все вместе отправляются в храм, где проходит отпевание.

– Мы виноваты. Мы не знаем, как себя вести. Не знаем, что нам делать, – почти кричит одна из родительниц. – Нам нет никакого оправдания. В администрации лицея нам еще на Новый год сказали, что они не проводят выпускных. А мы решили своим детям устроить праздник. Устроили... Там было 15 родителей, 19 детей, два спасателя, педагог. Все стояли. Смотрели. Никто не понимает, почему ребенок, который не умеет плавать, не предупредил об этом никого. И во второй раз пошел прыгать с этих качелей. Мы не сможем себе этого простить.

После отпевания все двинулись к кладбищу. Проститься с Сережей пришли около 30 человек. В основном это были его одноклассники, их родители и учителя. Маму мальчика почти никто не видел. Лишь в самом конце тишину пронзили ее рыдания.⁴⁵

⁴⁵ Диденко Ю. С. «Мы не сможем себе этого простить»: в Воронеже похоронили подростка, погибшего на выпускном / Ю.С. Диденко // Комсомольская правда. – URL: <https://www.vrn.kp.ru/daily/26848.4/3889127/> (дата обращения: 16.05.2019).

Приложение №3.

Жительница Воронежа: «В банке мне проткнули щеку канцелярским ножом!»

Конфликт возник из-за отказа учреждения обменять 100 долларов на рубли

Поход в банк для 46-летней Ольги Кохановой закончился в прямом смысле кровью. Инцидент произошел 27 августа около двух часов дня в отделении на площади Ленина.

До этого женщина вместе с мужем приехала в другой банк, чтобы поменять доллары на рубли: они собирались покупать автомобиль. Но одну из 100\$ купюр не приняли – посчитали испорченной.

– На банкноте оказался какой-то штамп: буква S, заключенная в круг, диаметром в полсантиметра. Тогда я пошла в «Бинбанк», где всегда приобретала эти доллары, чтобы они у меня обратно купили ту купюру. Но в отделении мне отказали. Они тоже посчитали банкноту недействительной, при этом заявили, что мне ее не продавали – такой серии у них нет, – рассказывает Ольга. – Хотя за границей подобные купюры принимают. У нас тоже должны, но с комиссией.

С горяча ляпнула: «Будь ты проклята!»

В кассе Ольге посоветовали обратиться в другую организацию.

– Мне даже не позволили доплатить. Отправили неизвестно куда, поэтому я попросилась к начальству. К женщине, которая в итоге меня и порезала. Она сидела за столом с другим клиентом и уже с ним беседовала очень нервно. Попутно несколько раз переключалась на меня, – рассказывает Ольга. – После того как мужчина ушел, я подошла к ней. Она спросила: «Так что вы от меня хотите?» Я показала купюру, попросила решить этот вопрос.

Дальше, по словам потерпевшей, сотрудница банка заявила ей, что никто не сможет доказать факт приобретения валюты именно у них. Даже чеки о покупке не помогут. Тогда между ними разгорелся конфликт.

– Я уже поняла, что не смогу ничего добиться. И на эмоциях сказала: «Ну, хорошо – пусть нас Бог рассудит». А она мне ехидно: «Я в Бога не верю». Тут я сгоряча и ляпнула: «Так будьте вы прокляты!» – рассказывает Ольга. – После чего эта женщина тут же выскочила из-за стола и ударила меня в лицо каким-то острым предметом. Сначала подумала, что это была шариковая ручка. Затем она стала бить меня по голове и расцарапала руку.

«Вторые сутки не ем, правый глаз не видит»

Женщин разняли другие работники банка, но первую помощь, по словам Ольги, ей никто не оказал. Муж, который вскоре пришел в офис, вызвал скорую и полицию.

– Врач сказала, что меня поранили предположительно канцелярским ножом. Теперь и я уже сомневаюсь, что это была ручка. Все случилось так быстро. Ранение прошло по скуловой кости. В больнице мне наложили швы, сделали МРТ. Медики поставили диагноз «закрытая черепно-мозговая травма, сотрясение мозга, ушибленная травма мягких тканей», сделали прививку от столбняка и отправили к невропатологу, – делится наша собеседница. – Я вторые сутки не ем, у меня очень сильно болит голова, правый глаз не видит.

Ольга уже много лет работает косметологом, поэтому для нее крайне важна своя внешность. Теперь из-за порезов на лице женщина боится не найти новое место (сейчас она как раз в поиске).

– Еще неизвестно, какие будут последствия травмы. Поэтому я решила идти до конца и привлечь эту женщину к ответственности. Тем более, никто из банка перед нами не извинился и не захотел разговаривать.

Ответственность – небольшая

В пресс-службе регионального управления МВД подтвердили, что им поступило заявление от 46-летней местной жительницы по факту инцидента в банке.

– Правоохранители проводят проверку. Наши сотрудники устанавливают причины и обстоятельства конфликта. Также назначена судебно-медицинская экспертиза, чтобы установить вред здоровью, – рассказала глава пресс-службы ГУ МВД по Воронежской области Наталья Куликова.

Правда, вероятно, после проверки речь может пойти максимум о побоях, за которые сотрудница банка понесет административное наказание. Будут ли это исправительные или обязательные работы – решит суд.

Прокомментировали ситуацию и в региональном управлении Роспотребнадзора. Специалисты рассказали, что Ольга должна была обратиться к руководству банка и написать претензию из-за отказа обменять валюту.

– Когда происходит какая-то конфликтная ситуация, потребитель сначала обращается к продавцу. Это для того, чтобы упростить систему взаимодействия между клиентом и поставщиком услуги. Гражданин оформляет жалобу на имя руководителя. Обычно 50% компаний стараются решить такие ситуации сразу же, – рассказала пресс-секретарь ведомства Евгения Вторникова. – Организация обязана ответить в письменной форме: либо удовлетворить требование, либо написать, почему отказывают. Если ответ отрицательный, то можно обратиться к нам в Роспотребнадзор. Мы рассмотрим эту жалобу в части отказа выполнять услугу.

Факт незтичного поведения

Спустя сутки руководство «Бинбанка», в воронежском отделении которого произошел конфликт, прокомментировало ситуацию.

– Клиентка предоставила для обмена купюру, имеющую посторонние надписи. Сотрудники были вынуждены отказать ей в обмене, руководствуясь

российским законодательством и правилами валютно-обменных операций. К сожалению, отказ спровоцировал конфликт, который не удалось уладить в рамках делового общения. Мы провели внутреннее расследование и установили, что со стороны сотрудницы банка имел место факт непрофессионального и неэтичного поведения. В данный момент решается вопрос о применении дисциплинарных мер. Мы приносим клиентке свои искренние извинения за данный инцидент, – рассказали в пресс-службе «Бинбанка».

СПРАВКА «КП»:

Когда банк может отказать в обмене купюры

Как пояснили «КП» специалисты банковской сферы, устанавливать правила приема поврежденных банкнот иностранных государств имеют право сами банки. Но правила эти должны быть вывешены на стендах в отделении на видном месте, чтобы клиент мог легко с ними познакомиться. Если купюра оказалась поврежденной, то банк может предложить обменять ее, но с комиссией, которая опять же устанавливается самим учреждением. Случаи, при которых банк может отказаться принимать купюру для обмена, варьируются. Но чаще всего это нанесенные на нее посторонние знаки и надписи, порывы, чрезмерная потертость, следы краски и так далее. С начала 2018 года в Воронежской области зафиксировано 23 случая обнаружения поддельных долларовых купюр в процессе обмена.⁴⁶

⁴⁶ Диденко Ю. С. Жительница Воронежа: «В банке мне проткнули щеку канцелярским ножом!»/ Ю.С. Диденко // Комсомольская правда. – URL: <https://www.vrn.kp.ru/daily/26874/3917177/> (дата обращения: 16.05.2019).

Приложение №4.

«Из-за шока не могли убежать»: девушка, которую порезал ножом геймер, рассказала «КП» подробности случившегося

Под Воронежем мужчина накинулся на трех подруг, «мешавших» ему играть в компьютер

15 июля жителям Семилук запомнится надолго. В одном из дворов пьяный 37-летний мужчина напал с ножом на трех девушек за то, что они мешали ему играть в компьютер. По словам геймера, подруги слишком громко разговаривали и не реагировали на его замечания. Тогда он разозлился и решил их проучить. С собой он прихватил холодное оружие. К счастью, рядом оказался равнодушный 20-летний парень, который и спас девушек.

18-летняя Кристина, одна из пострадавших, вспоминает этот вечер с дрожью в голосе. С подругами она присела на лавочку во дворе одной из многоэтажек на улице Гагарина в центре города. Было около 10 часов вечера.

– Мы не шумели, громко не смеялись, разговаривали тихо, вот как с вами сейчас. Поэтому никаких замечаний не было. Неожиданно из подъезда выбежал мужчина и накинулся на меня. Мы сначала даже ничего не поняли. Было ощущение, что сильно пьяный человек полез обниматься. Потом уже я почувствовала удары, – рассказывает девушка.

Когда местный житель переключился на подругу Кристины, Инну, они заметили у него в руках нож и начали кричать, бить его, толкать. Но хрупкие девочки не могли справиться с сильным мужчиной.

– Тут подбежал Паша, в этот момент проходивший мимо вместе со своей девушкой. Он и оттолкнул мужчину. Мы даже не могли бежать, был шок. Боль не чувствовалась. Паша начал кричать мне: «Ты что стоишь? Беги быстрее». Но я не могла сдвинуться с места. Потом уже он сам повел нас к торговому центру. Мы сели на асфальт и начали звонить в скорую, – вспоминает Кристина.

В этот момент смелый парень бросился звать своих друзей. Впятером они догнали мужчину, повалили его на землю и вызвали полицию.

– Медики ехали долго, поэтому друг Паши повез нас в больницу на своей машине. Инна теряла сознание. Ее положили на заднее сиденье. А у меня была истерика. Никак не могла успокоиться. Всю трясло, – говорит девушка.

У Кристины на руке остался глубокий порез. Во время нападения она пыталась оттолкнуть мужчину. Раны остались на груди девушки и в районе ребра. Все пришлось зашивать. Теперь каждый день она ходит в больницу – проверяется, делает перевязки. 18-летняя Инна по-прежнему находится в реанимации. Ее мужчина ударил ножом в живот.

– Я хотела к ней попасть, но меня не пустили. Врач только сказал, что проникающих ран в живот нет. Еще сильно изрезаны руки. На одной задеты сухожилия. И, возможно, будут осложнения. Сегодня я звонила ее маме. Она сказала, что Инну скорее всего переведут в палату завтра, – рассказывает Кристина.

В департаменте здравоохранения «КП» пояснили, что на сегодняшний день состояние Инны оценивается как средней тяжести. Третья подруга, 19-летняя Ирина, не пострадала.

По словам Кристины, на допросе мужчина не сразу смог ответить, зачем он это сделал. Только улыбался. Вел себя неадекватно. С третьей попытки сотрудники полиции выяснили у него, что таким образом он хотел их припугнуть.

Следователи следственного комитета сообщили, что мужчину заключили под стражу. Его будут судить за покушение на убийство. В настоящее время назначены экспертизы с целью установления тяжести причиненного вреда здоровью пострадавших.

МНЕНИЕ ЭКСПЕРТА:

– Если компьютерные игры перерастают в игроманию, а она считается заболеванием психики и приравнивается к алкоголизму и наркомании, то

естественно может повлиять на агрессию, – поясняет психолог Вероника Рябова. – Человек неадекватно себя ведет, у него возникают яркие эмоциональные вспышки, которые провоцируют его на драки, битье посуды и стен. Люди, больные игроманией, часто погружены в себя, отказываются от общения с другими людьми, перестают есть и спать.

По словам эксперта, помочь больному может только психотерапевт. Но здесь сложность заключается в том, что человек часто не видит проблемы, его сложно убедить в необходимости лечения. Поэтому даже если его насильно приведут к специалисту, вылечить он его не сможет, так как игроман не заинтересован в этом, не осознает того вреда, который наносит себе и окружающим.

– Причиной появления болезни могут стать конфликты в семье, трудности на работе, стрессы. Человеку чего-то не хватает, играми он пытается это восполнить, – рассказывает Вероника Рябова.⁴⁷

⁴⁷ Диденко Ю. С. «Из-за шока не могли убежать»: девушка, которую порезал ножом геймер, рассказала «КП» подробности случившегося / Ю.С. Диденко // Комсомольская правда. – URL: <https://www.vrn.kp.ru/daily/26857.4/3899158/> (дата обращения: 16.05.2019).

Приложение №5.

«Чупа-чупс» у ВГУ решили снести, не придумав ему замены

Планы руководства вуза по ликвидации скульптуры у главного корпуса университета вызвали споры у горожан

Воронежцы крайне обеспокоены сносом одной из главных городских достопримечательностей. Памятник «Пролетарии всех стран, объединяйтесь!» или, как его называют чаще, «чупа-чупс» возле ВГУ, похоже все-таки заменят на другой объект. В конце прошлой недели вуз опубликовал на своем сайте результаты опроса. И оказалось, что горожане выступают за снос объекта. Но так ли на самом деле?

Варианта оставить не было

В 2018 году началась реконструкция Университетской площади. Напротив главного корпуса вуза на месте стоявших здесь киосков открыли сквер Ученых. Теперь руководство занялось стелой в виде чупа-чупса. В группе ВГУ в соцсети разместили опрос о будущем достопримечательности.

Список вопросов предлагал решить, какая композиция лучше впишется в освободившееся место – крупная или компактная, чему или кому посвятить новый монумент. Из вариантов – поставить скульптурную композицию, верстовые столбы, указывающие на другие вузы, фонтан или парковый комплекс, также есть вариант установить памятник воронежскому студенту или увековечить память прославивших город ученых. Кто из них более всего заслуживает такой чести, тоже предлагали решить воронежцам. Правда, кто будет финансировать весь процесс, пока неизвестно.

Согласно данным пресс-службы ВГУ, в опросе приняли участие 1400 человек. И они решили, что «чупа-чупс» не нужен, а новый памятник должен быть посвящен образовательной сфере. За это проголосовало 80,4 % респондентов. Проверить результаты нельзя, так как администрация

университета сделала опрос закрытым. Проголосовать за сохранение не представлялось возможным – такого варианта просто не было. Но 5% опрошенных нашли возможность об этом сказать – оставили пожелание в строке «другое» (где пользователь мог предложить свой вариант).

Давайте же разберемся, откуда вообще взялся в Воронеже огромный «Чупа-чупс» и является ли он памятником.

Ничей и не памятник

Как рассказал «КП» ответственный секретарь комиссии по культурному наследию Воронежа Николай Комолов, памятник «Пролетарии всех стран, объединяйтесь!» был установлен на площади в начале 70-х годов. Точно установить дату достаточно сложно.

– В то время такие объекты устанавливались по решению органов власти. Это мог быть либо горком, либо обком партии. Вероятнее всего, «чупа-чупс» установили для того, чтобы украсить таким образом троллейбусное кольцо, – считает Николай Комолов.

Кроме того, памятником он не является. На самом деле это объект благоустройства.

– Это все равно, что въездной знак в любой район города, – поясняет Николай Анатольевич. – «Чупа-чупс» по сути никому не принадлежит. Ни у кого не находится на балансе. И поэтому может быть спокойно демонтирован без решения каких-либо комиссий.

Существует легенда, что изначально на этом месте должен был появиться памятник советской науке в виде молекулы, который сейчас установлен возле парка «Орленок». А наш «чупа-чупс» – отправиться на его место: на улицу Мира. Но пропорции не подошли. Достопримечательность оказалась слишком больших размеров, и тогда ее установили у ВГУ.

– Это же символ интернациональных связей Воронежского госуниверситета. На объекте даже написано: «Пролетарии всех стран, объединяйтесь!», а неподалеку, на улице Фридриха Энгельса, находятся

общежития, в которых проживают иностранные студенты. Кроме того, улица имеет подходящее название. Молекула там совсем не к месту. Логичнее было их поменять, – поясняет Николай Комолов.

«Чупа-чупс» у воронежцев отнимают уже больше восьми лет

О замене «чупа-чупса» говорили еще в 2009 году. Тогда на месте древней крепости, где сейчас расположен главный корпус ВГУ, скульптор из Калача Александр Козин предложил установить монумент основателю Воронежа Семену Сабурову. И появиться он должен был к 425-летию города. В 2010-м даже был проведен конкурс среди скульпторов, его выиграл проект столичного автора Андрея Ковальчука. Но реализовать замысел так и не получилось. Этот вопрос несколько раз выносился на обсуждение. Проводили даже заседание городского общественного совета, на котором многие высказались против установки памятника возле вуза, посчитав территорию неуместной. К тому же, на проект были нужны существенные финансовые средства.

Краевед Владимир Елецких присутствовал на этом собрании:

– Я тоже тогда высказался против Сабурова. Там ведь дорога. Ни подойти к памятнику, ни прочитать, что на нем написано, ни цветочки положить. Но и «чупа-чупс» мне никогда не нравился. Даже во время учебы в ВГУ не мог понять, зачем они его сюда вlepили. А вообще прежде чем что-то сносить, надо подготовить конкретный проект, найти деньги на него, а уже потом выносить на обсуждение, – рассказал Владимир Леонидович.

Тема сноса городской достопримечательности вновь поднялась в связи со столетним юбилеем ВГУ. Только вот один нюанс. О замене объекта руководство вуза говорит как о деле решенном, но ведь далеко не все согласны на такой шаг.

Возмущенные сотрудники университета решили провести свой опрос, в котором за несколько дней уже приняли участие порядка 600 человек. И 76%

считают, что достопримечательность нужно оставить на своем законном месте.

– Это история! Объект, который стал одним из самых узнаваемых символов Воронежа. Как можно от него избавиться? – сетуют они.

Николай Комолов тоже считает, что демонтаж достопримечательности не должен быть самоцелью.

– Если «чупа-чупс» убирать, то уж точно не для того, чтобы просто освободить место. На кольце должен появиться красивый градообразующий памятник. На мой взгляд, это должен быть памятник Сабурову – основателю крепости. Такой же позиции придерживаются представители союза художников, – добавил Николай Комолов.

А как вы считаете, достопримечательность нужно снести или оставить?⁴⁸

⁴⁸ Диденко Ю. С. «Чупа-чупс» у ВГУ решили снести, не придумав ему замены / Ю.С. Диденко // Комсомольская правда. – URL: <https://www.vrn.kp.ru/daily/26897/3942689/> (дата обращения: 16.05.2019).