

И. Г. Катенева

*Новосибирский государственный педагогический университет
ул. Вилюйская, 28, Новосибирск, 630126, Россия*

irina-kateneva@yandex.ru

СТРАТЕГИИ И ТАКТИКИ ФОРМИРОВАНИЯ ОБРАЗА БЕЗДОМНОГО ЧЕЛОВЕКА НА СТРАНИЦАХ ПЕЧАТНЫХ И ЭЛЕКТРОННЫХ ИЗДАНИЙ

Статья посвящена изучению принципов формирования образа бездомного человека на страницах печатных и электронных изданий; анализу стратегий, тактик, приемов описания бездомных людей в современных масс-медиа. В качестве объекта исследования выступают 200 материалов, опубликованных на сайтах www.rg.ru, www.gazeta.spb.ru, www.ural.aif.ru, www.fontanka.ru и страницах «Российской газеты», «Известий», «Аргументов и фактов» в 2013 и 2014 гг.

Ключевые слова: коммуникативные стратегии и тактики, печатные и электронные издания, бездомность.

В последнее время проблема бездомности стала востребованным объектом исследования социологов, психологов, журналистов (см.: [Карлинский, 2009; Касамара, Сорокина, 2011; Кочеткова, 2012] и др.), что обусловлено значительным социальным расслоением российского общества и возрастающей необходимостью представления различными типами СМИ интересов незащищенных слоев населения, в частности людей без определенного места жительства и рода занятий.

Для выявления тенденций в формировании образа бездомного человека на страницах современных печатных и электронных изданий были проанализированы материалы, опубликованные в 2013 и 2014 гг. в трех газетах («Аргументы и факты», «Известия», «Российская газета») и на базе четырех сайтов (www.rg.ru, www.gazeta.spb.ru, www.ural.aif.ru, www.fontanka.ru), редакции которых часто обращаются к теме «бомжевания» и «бездомности». В качестве объекта изучения выбирались универсальные издания,

целевой аудиторией которых является массовый читатель. Анализируемые тексты отбирались по принципу сплошной выборки.

Контент-анализ 200 публикаций, героями которых являются бездомные, показал, что вопросы бездомности чаще освещаются в интернет-СМИ. Так, 179 материалов было опубликовано в электронном формате. События, связанные с жизнью людей без определенного места жительства, регулярно становятся информационными поводами, представленными в новостных лентах петербургских интернет-проектов.

За два года на базе электронных изданий www.gazeta.spb.ru и www.fontanka.ru было опубликовано 76 и 74 заметки, освещающие различные аспекты бездомности. Востребованность данной темы обусловлена несколькими причинами. Первая связана с ориентацией редакций интернет-изданий на аттрактивно-развлекательный формат общения с целевой аудиторией. В связи с этим в качестве основных информационных поводов выбираются сенсации:

Катенева И. Г. Стратегии и тактики формирования образа бездомного человека на страницах печатных и электронных изданий // Вестн. Новосиб. гос. ун-та. Серия: История, филология. 2015. Т. 14, вып. 6. С. 100–105.

Бомж обнаружил тело мертвой женщины

По словам бомжа, который нашел труп, умершая также являлась бездомной. Тело было найдено на Лютеранском кладбище. Труп неизвестной женщины был обнаружен вчера около 6 часов утра бездомным бродягой. Тело лежало на дорожке, на спине. Внешних признаков насильственной смерти на теле не обнаружено. Со слов обнаружившего тело мужчины, погибшей было 36 лет, она такая же бездомная, как и он. Труп отправлен в морг для установления причин смерти и личности погибшей (www.gazeta.spb.ru/1765880-0).

Вторая причина регулярного освещения проблем бездомных людей санкт-петербургскими СМИ связана с активной деятельностью городских общественных организаций, занимающихся вопросами ресоциализации представителей страты «социальное дно»:

«Ночлежка» организовала прием людей, которым отказывают в медицинской помощи

В рамках проекта «Шаг к здоровью» «Ночлежка» организовала прием людей, не имеющих документов или регистрации, которым отказывают в полноценном получении медицинской помощи. Координатор проекта «Шаг к здоровью» ведет прием по средам с 12-30 до 17-00 по адресу ул. Боровая, 112 Б. В другие дни консультации оказываются в рабочие часы по телефону 8-950-005-74-17 (www.fontanka.ru/2013/03/25/131/).

На страницах интернет-изданий (www.rg.ru, www.ural.aif.ru), имеющих печатную версию, также публикуются заметки сенсационного характера, героями которых становятся бездомные люди:

В Дании появилось кладбище для бомжей

В Копенгагене открыли кладбище для бездомных людей. И находится оно в непосредственной близости к святому для каждого датчанина месту – кладбищу, где похоронен датский писатель Ханс Христиан Андерсен. Инициатива о выделении места погребения для бездомных более двух лет обсуждалась в мэрии Копенгагена. В итоге ее поддержали не только представители власти, но и спонсоры (www.rg.ru/2013/10/15/kladbishe-site.html0).

В связи с тем, что редакции анализируемых СМИ позиционируют свои издания как качественные, вопросы бездомности также освещаются в формате более крупных жанров: это интервью со специалистами, чиновниками и представителями некоммерческих организаций, занимающихся решением проблем бездомных людей, а также отчеты с различных мероприятий, посвященных социализации представителей «социального дна», например: *Глядя на бомжей, попрошайничающих у столичных вокзалов, трудно поверить, что эти люди мечтают вернуться к нормальной жизни. И тем не менее, они есть. Именно им департамент соцзащиты Москвы пытается помочь вернуться в социум, найти работу. Каким должен стать первый шаг? Подсказать это могут в центре социальной адаптации «Люблино». Корреспондент «РГ» побывала на одном из таких уроков (www.rg.ru/2014/07/10/bomzhi.html).*

В печатной версии «Российской газеты» в основном публикуются отчеты о реализации различных государственных проектов, направленных на оказание социальной поддержки незащищенным категориям населения, к которым относятся бездомные. Типичным примером является отчет «Найти себя: как решают проблему бродяжничества в Омской области»: *По официальным данным, на территории Омской области пребывает более 7,5 тысяч людей без определенного места жительства. Но, по мнению специалистов, их как минимум в три раза больше. Люди без прописки живут, где придется. Нередко крышей над головой им служат люки теплотрасс. Однако у инвалидов и вчерашних заключенных есть шанс попасть в центр социальной адаптации. Правда, это единственное в своем роде заведение (других таких нет в Сибири) имеет ограниченные возможности (РГ. 2013. № 57).*

В принт-версии «Аргументов и фактов», кроме отчетов о деятельности некоммерческих организаций, работающих с бездомными, публикуются интервью и зарисовки о «бомжах», которые не только смогли вернуться к нормальному образу жизни, но и помогают другим бездомным пройти процедуру реабилитации: *Если бы четверть века назад Потапенко сказали, что ему будут звонить из Главного управления федеральной службы исполнения наказания: «Юрий Иванович, помоги...», он бы расхохотался.*

В то время он сам отбывал очередное наказание в местах лишения свободы. Однако в конце 90-х жизнь Потапенко совершила крутой вираж (АиФ. 2014. № 31).

Как показали результаты дискурсивного анализа, на страницах печатных и электронных изданий происходит фрагментарное, не всегда объективное освещение социальной проблематики, что приводит к формированию у читательской аудитории искаженного образа людей без определенного места жительства и рода занятий.

В процессе освещения феномена бездомности в СМИ главной является тенденция демонизации образа бездомного человека, в основе которой лежит стереотипное восприятие. Формирование стереотипа «бомж» связано с описанием маргинальной личности, способной на любое преступление или обязательно связанной с криминалом, например отчет «Полицейские Уралья среди бомжей разыскали больше 20 преступников»: *Татьяну и еще 60 бомжей в центр адаптации привезли полицейские. Именно столько бездомных они отловили за сегодня. Вообще ОПМ «Участок» полицейские затеяли ради раскрытия последних преступлений, совершенных бомжами. В ходе проверки выяснилось, что трое из новоприбывших подозреваются в кражах (www.uralsk.info/novosti/uralsk/gorod-i-oblast.html).*

В публикациях, направленных на демонизацию образа бездомного человека, реализуются фрустрационная стратегия и стратегия дискредитации. *Фрустрационная стратегия* направлена на создание психологического напряжения, искусственно вызванного состояния тревоги и формирование системы подозрений, т. е. осознанно настроенного отношения к представителям описываемой социальной категории. Данная стратегия наиболее востребована журналистами массовых печатных и электронных изданий, так как в текстах этого типа СМИ бездомные чаще всего становятся объектом исследования в рамках криминальной хроники, где они выступают либо в роли преступников, либо в роли жертв:

В Ленобласти арестовали бомжа из Оренбурга, забившего приятеля кувалдой

По версии следствия, в ночь на 24 октября 2014 года Федирко в компании двух других жильцов дома распивал спиртные напитки. В ходе конфликта Федирко жес-

токо избил одного из мужчин, нанеся ему несколько ударов кувалдой по голове и телу. От полученных телесных повреждений потерпевший скончался на месте происшествия (www.gazeta.spb.ru/1753105-0).

Для реализации фрустрационной стратегии журналисты используют тактики *нагнетания отрицательных эмоций* и *шокирования «фактами»*.

Тактика «нагнетание отрицательных эмоций» заключается в специальном представлении ситуации как безысходной и трагической. Журналист играет на читательских эмоциях, т. е. акцентирует внимание целевой аудитории на моментах, вызывающих бурный эмоциональный отклик (сопереживание, возмущение, негодование и т. д.), например:

Три бомжа задержаны как предполагаемые виновники пожара на Большой Пушкарской

Сотрудниками полиции оперативно задержаны трое предполагаемых виновных в пожаре, возникшем в одном из корпусов дома 7 по Большой Пушкарской улице.

Около 11.00 из службы «01» в полицию поступило сообщение о возгорании в одном из корпусов дома 7 по Большой Пушкарской улице. В целях безопасности граждан сотрудниками полиции было организовано оцепление местности, прилегающей к зданию. Из горящего здания было эвакуировано 17 человек, в том числе женщина с диагнозом отравление угарным газом, которая была госпитализирована.

Во время проведения эвакуации сотрудниками уголовного розыска задержаны предполагаемые виновники пожара, а именно трое лиц БОМЖиЗ, которые были эвакуированы с крыши горящего корпуса. В настоящий момент задержанные доставлены для разбирательства в отдел полиции (www.fontanka.ru/2013/06/16/030).

Данная тактика, как правило, реализуется в заголовках материалов, что позволяет заставить читателя воспринимать информацию в нужном для журналистов ключе. В данном тексте реализованы приемы «создание оппозиции “свой – чужой”» и «эксплуатация страха по отношению к группе “чужие”».

Прием «создание оппозиции “свой – чужой”» эксплуатирует инстинкт групповой принадлежности. Журналист строит текст на противопоставлении «группы – свои», к

которой относятся обычные люди (*граждане, 17 человек, женщина с диагнозом отравление угарным газом*), и «группы-чужие», к которой относятся бездомные (*три бомжа, трое лиц БОМЖиЗ, виновники пожара, задержанные*). При этом читатели автоматически присоединяются автором текста к референтной группе «свои» и у них формируется настороженное или даже негативное отношение к представителям группы «чужие».

Тактика «шокирование “фактами”» – представление целого ряда «фактов», т. е. ярких примеров, подробных деталей, отдельных наблюдений, поражающих или даже шокирующих сознание адресата коммуникации. В основе реализации тактики «шокирование “фактами”» лежат такие приемы, как «оперирование числами (статистикой)» и «создание психологического напряжения». Суть приема «оперирование числами» заключается в подборе статистических данных шокирующего характера. Как правило, эти сведения выносятся в заголовки публикации:

Зима унесла жизни 1 042 бездомных петербуржцев

Благотворительная организация «Ночлежка» получила официальные данные о числе бездомных людей, умерших в Петербурге в зимние месяцы. Согласно данным комитета по делам ЗАГС, за 5 холодных месяцев, с 1 ноября 2012 по 31 марта 2013 года, в Петербурге умерли 1042 бездомных.

«К сожалению, такие жуткие цифры мы видим из года в год – больше тысячи бездомных умирает на улицах каждую зиму. В городе остро не хватает пунктов обогрева, в которых люди могли бы пережить холода. С годами ситуация не меняется: на 60 тысяч бездомных есть всего 120 мест в отапливаемых палатках», – говорит Григорий Свердлин, директор СПб БОО «Ночлежка» (www.fontanka.ru/2013/05/17/111/).

Не менее эффективным с точки зрения воздействия является прием «создание психологического напряжения», когда журналисты в подробностях моделируют ход и / или последствия преступлений, возможно совершенных людьми без определенного места жительства. Данный прием базируется на концентрации утверждений негативного характера, которые позволяют запугать читателя, например:

В Пушкине поймали предполагаемого педофила

Ранее в полицию Пушкина от жителей нового микрорайона этого города поступали неоднократные заявления о подобных фактах. Последний случай произошел 21 августа 2013 года. Как сообщалось ранее, в парадной одного из домов по Ростовской улице неизвестный совершил насильственные действия сексуального характера в отношении девочки, ученицы 2-го класса... (www.fontanka.ru/2013/08/24/069).

В анализируемых текстах вместе со стратегией фрустрации реализуется стратегия дискредитации, в основе которой лежит интенция, направленная на создание негативно-го образа конкретного человека или социальной группы, а также унижение, оскорбление и опорочивание объекта критики.

Дискредитация и даже дискриминация людей без определенного места жительства в первую очередь проявляется в том, что общественное сознание объединяет всех бездомных в одну социальную группу, присвоив ей некоторый набор негативных характеристик и уничижительные наименования «бомжи», «социальные аутсайдеры», «маргиналы». Таким образом создаются ярлыки, работающие на стигматизацию.

Эффект стигматизации достигается за счет реализации тактики «бездоказательное умаление авторитета», суть которой заключается в дискредитации деятельности и личности объекта описания в глазах читателей путем обозначения его самого или события, в котором он участвовал, словом или выражением, изначально содержащим в себе негативный оттенок для сознания реципиента.

Данная тактика базируется на приемах «наклеивание ярлыков» и «принижение иронией». Суть приема «наклеивание ярлыков» заключается в обозначении события или действующего лица словом или выражением, связанным в сознании реципиента с негативным явлением. Корреспонденты, освещающие вопросы бездомности, употребляют в своей речи или словах героев эмоционально-оценочные слова (*бомж, бомЖиЗ, бродяга, бомжара*) и устойчивые сочетания с негативной коннотацией (*предполагаемый преступник, подозреваемый, злоумышленник; был трижды судим за кражу, мошенничество, сбыт наркотиков*).

При этом отсутствует четко выработанная коммуникативная политика, связанная с выбором номинаций для обозначения людей, оказавшихся в трудной жизненной ситуации. Яркой иллюстрацией этой тенденции являются элементы заголовочного комплекса двух текстов, опубликованных в «Аргументах и фактах»: заголовок «*Без дома и тепла*», хедлайн «*Куда податься современным “странникам”?*» (АиФ. 2014. № 44) и заголовок «*Порядочный мужик*», хедлайн «*Бывший бомж стал скорой помощью для бездомных со всей России*» (Там же. № 37).

С целью оптимизации читательского внимания и создания эффекта сенсации корреспонденты качественно-массовых и массовых изданий специально используют заголовки-зацепки с номинацией «бомж», а также делают акцент на случаях клеймения бездомных людей. Трансляция крайне негативных оценок происходит в процессе интерпретации высказываний ньюсмейкеров, что позволяет журналистам снять с себя юридическую ответственность за высказывания интолерантного характера:

Крымский чиновник назвал бомжей и цыган «зверушками»

Крымский чиновник назвал бомжей и цыган «зверушками», таким образом секретарь Ялтинского городского совета, представитель Партии регионов Сергей Илаш отреагировал на отчет МВД о борьбе с гадалками и теми, кто живет на улице.

Депутат заявил, что если у людей нет паспортов, то их нужно задерживать и вывозить из города. «Нужно не дать возможности этим “зверушкам” здесь командовать. “Зверушек” я имею в виду всех подряд – цыган, бомжей и шиншилл», – резюмировал Илаш.

Представители цыганского международного фонда в Крыму назвали это заявление оскорбительным (<http://www.fontanka.ru/2013/06/16/030/>).

Представленные выводы также носят дискредитационный характер, так как в рамках предложенной журналистом интерпретации представители цыганской диаспоры отстаивают свою честь и достоинство, а у бездомных людей, как и у представителей животного мира, такой возможности нет.

Стигматизация характерна для коммуникативной политики не только массовых, но

и качественных изданий. Авторы анализируемых текстов не разводят понятия «нищие», «попрошайки», «бездомные», «бродяги», объединяя их в одну группу «социальное дно»:

Идем на «дно»

*«Надоело любоваться известными всему миру достопримечательностями? Совершите незабываемое путешествие в мир бездомных людей!» Это не шутка. Такие объявления сегодня можно встретить на многих сайтах с советами для путешественников. **Бомж-туры** – путешествия в места обитания **бездомных** – новый тренд на пресыщенном туристическом рынке. Первыми были «Невидимые туры» в Лондоне, где **обитатели «дна»** рассказывали любопытным гостям, можно ли ночевать под Тауэрским мостом и где лучше всего собирать бутылки. Теперь сафари с **бродягами** организуют во многих крупных городах Европы (www.rg.ru/2013/09/16/bomzh.html).*

Также на реализацию тактики «бездоказательное умаление авторитета» работает прием «принижение иронией», который направлен на уничтожение положительного либо нейтрального образа объекта описания за счет высмеивания его поведения или личных качеств. В таких публикациях журналист в ироническом или даже саркастическом тоне освещает серьезный и позитивный информационный повод. В итоге нейтральный контекст превращается в дискредитирующий, а у читателя формируется критическое восприятие позитивной или нейтральной информации о событии, например в отчете «Дед Мороз и Снегурочка раздали подарки московским бездомным»: *Таких новодних утренников мне еще видеть не приходилось. Дед Мороз и Снегурочка с мешком подарков в окружении полупьяных бомжей на вокзальной площади. Осталось еще каждого попросить стишок рассказать для полноты картинки. Впрочем, вместо стихов достаточно истории каждого из них (www.rg.ru/2013/12/31/podarki-site.html).*

Таким образом, тема бездомности, одна из самых злободневных и сложных, освещается универсальными СМИ с разной целью. На страницах качественных изданий тексты о бездомных выполняют информативную, идеологическую, организаторскую функции. В текстах массовых изданий преоблада-

дают информативная, аттрактивная и развлекательная функции. При этом редакции он-лайн СМИ спекулируют на теме бездомности и культивируют стереотипы о бездомных, что формирует негативное отношение общества к данной страте.

Список литературы

Карлинский И. З. Бездомные в зеркале российских СМИ // *Бездомность в современной России*. СПб., 2009. С. 98–106.

Касамара В. А., Сорокина А. А. Образ России в дискурсе политической элиты и

российских бездомных // *Политические исследования*. 2011. № 4. С. 171–184.

Кочеткова Т. Н. Роль социума в формировании самоотношения личности бездомного человека // *Современные исследования социальных проблем: электронный журнал*. 2012. № 9. URL: <http://www.sisp.nkras.ru>.

Материал поступил в редколлегию 07.01.2015

I. G. Kateneva

*Novosibirsk State Pedagogical University
28 Viluiskaya Str., Novosibirsk, 630126, Russian Federation*

irina-kateneva@yandex.ru

COMMUNICATION STRATEGIES AND TACTICS OF A HOMELESS PERSON'S IMAGE CREATION

This paper is devoted to the study of the principles of a homeless person's image creation in modern mass media texts for the purpose of the analysis of communication strategies, tactics and techniques of description of a homeless person. The objects of the study are the issues of the 200 publications of websites (www.rg.ru, www.gazeta.spb.ru, www.ural.aif.ru, www.fontanka.ru) and newspapers («Russian newspaper», «Izvestia», «Arguments and facts») in 2013 and 2014.

Keywords: communication strategies and tactics, newspapers and online mass media, homelessness.