

ЭСТЕТИЗАЦИЯ «ОТКРЫТОЙ» ПРАВОЙ ГРАНИЦЫ В ГАЗЕТНЫХ НОВОСТЯХ ПРИАНГАРЬЯ

«Режим речевого онлайн» (В. Коньков) заставляет журналистов эстетически разнообразить исполнение концовок информационных публикаций в газетах Приангарья. В статье описаны варианты гармонизации завершающего структурно-содержательного компонента заметок, выполненные в соответствии с интенциями, речевой компетентностью, элокутивной эстетикой адресанта, рационально-оценочными, риторическими «тестами» адресата. Кроме стилистически эффективных, обрисованы дисгармоничные концовки, проблематичные в институциональном, форматно-содержательном, структурно-технологическом, коммуникативно-риторическом отношении.

Ключевые слова: композиция, финал, открытая граница информационного текста, эстетика и риторика медиатекста, газеты Иркутской области.

История вопроса. Различные аспекты оформления и функционирования новостных текстов описаны в работах о журналистском творчестве, практической журналистике, журналистике новостей, редактировании сообщений (Г. В. Лазутина, М. И. Шостак, О. Р. Лащук). Российская медиалингвистика системно и целенаправленно исследует дискурс новостного медиатекста с начала двухтысячных годов (Т. Г. Добросклонская), в последнее десятилетие уделяя внимание вариантам структурной организации заметок (З. Г. Кахужева), категории фазовости (проспекция, ретроспекция) в новостной заметке (Н. М. Перельгут), сильным позициям и категориальным признакам законченности и завершенности текста (В. И. Коньков), структурно-содержательным особенностям микротекста заметки и ее расположению в макротексте газеты (А. И. Арсланова), интерпретационным возможностям структурных элементов и композиционных приемов в новостном тексте (А. А. Негрышев), измерениям конца повествования в новостном нарративе (Е. И. Грибова).

Наиболее приближенными к научной проблематике данного исследования являются труды А. В. Колесниченко [3] и М. И. Конюшкевич [5, 6, 7]. А. В. Колесниченко предложил классификацию концовок газетного текста, представленную девятью типами (хронологическая, футуристическая, поэтическая, вывод, разгадка, завершение круга, «галстук», мобилизация, концовка Шваба). Хотя эта система критически оценена теоретиками как разноплановая, ее присутствие в научном поле вполне оправданно: концовка новости в силу своей многофункциональности и содержательно-риторической важности получает речевое исполнение, отвечающее переменчивым коммуникативным интенциям автора, связанным с конкретной, каждой раз разной социальной предметностью [5. С. 97].

Работы М. И. Конюшкевич посвящены проблеме типологизации концовок аналитического газетного текста, их исчислимости, маркированности, повторяемости. Несмотря на жанрово-функциональные особенности предмета исследования, некоторые положения трудов ученого можно использовать и при работе с новостными медиатекстами. В частности, беря во внимание рассуждения Н. Д. Арутюновой о синкретизме значения границы в темпоральном контексте, ссылаясь на классификацию терминативных слов «конца» В. Г. Гака, принимая к сведению наблюдения И. И. Макеевой за глагольной грамматикой, М. И. Конюшкевич делает вывод об эмотивности и долженствовательности движения в газетных финалах, убедительно доказывает: свойства концепта «конец» делают возможным не только содержательный, но и лингвистический анализ концовки газетного текста [7].

Постановка проблемы. Текст в непрерывной новостной ленте «не имеет конца в привычном его виде» [4. С. 40], функционирует с условно разомкнутой правой границей. Новость не тяготеет к законченности в диахронической перспективе из-за темпоральной непрерывности ленты, бесконечности социально акцентированного топика, постоянной коррекции новизны. Однако

публикация существует здесь и сейчас как «дискретная единица медиапотока» [1. С. 29]. В этих условиях синхрония награждает новостной текст «двуплановостью суперзнака» – «эмичностью» и «этичностью» [5. С. 95–96]. Контент сохраняет общие признаки текста (эмичность), в частности следует логическим принципам структурной организации, приобретает формальные показатели зачина [10. С. 94] и финала. В то же время, любой текст эстетически отмечен «дискурсивной индивидуальностью» (этичностью). Этичность новости определяется, кроме прочего, перлокутивной задачей: создать у адресата иллюзию «расставания» с усвоенной информацией и дать надежду на «встречу» с новым знанием о социуме. Именно этичность заключительного звена сообщения заставляет журналиста-новостника подчеркивать новизну контента оригинальностью формы, пополнять ремесленный арсенал приемов эстетизации «открытой» финалии.

Эстетическая составляющая информации распознается читателем на основе бытового, научного, культурного, художественного опыта; она дает возможность «ощутить в воспринимаемом объекте гармонию, создаваемую комплексом таких средств, как композиция, ритм» [9]. В эстетизации заключительной части публикации участвует комплекс осознанно отобранных автором и, по его мнению, гармонично сочетающихся в данном жанре мультимедийных единиц, равноуровневых языковых средств, эффективных риторических приемов, которые делают идеологизированную информацию выразительной – концептуально и оценочно прозрачной по редакционной конвенции и авторской интенции. Следовательно, эстетический потенциал финалий интересно рассмотреть как с точки зрения содержательно-технологических и лингвистических характеристик, так и в связи с иллокутивными намерениями автора и перлокутивным результатом информирования.

Цель и методы. Цель статьи – описать эффективные и эстетически проблемные варианты гармонизации заключительной доли информационных заметок, учитывая иллокутивные установки журналиста и перлокутивный эффект коммуникации.

Информационные публикации были отобраны методом сплошной выборки из 52 разрозненных номеров семи печатных и гибридных газет Приангарья за 2012–2017 годы. Варианты заключительного элемента новости изучены на основе структурно-композиционного, контекстно-ситуативного, содержательного, лингвостилистического, риторического анализа, что дало возможность комплексно оценить журналистские решения как эстетически гармоничные или дисгармоничные.

Подобный методический подход к анализу концовок новостных текстов, как представляется, определил еще одно основание для оценки заключительной доли газетных текстов с точки зрения завершенности медиапродукта, помимо исчисления, маркированности, использования специализированных средств из разных подсистем языка [5. С. 96–97]. Думается, резонно говорить о качестве воплощения коммуникативной интенции журналиста в каждом из вариантов эстетизации концовки, внося в анализ ценностный аспект исследования медиаречи.

Анализ материала. Анализ информационных материалов позволил выявить девять активных вариантов формально-смысловой обработки завершающего звена контента в газетах Приангарья.

Вариант 1. Завершение публикации строится с помощью фактографического и лингвостилистического акцента на этапах события, фазах мероприятия.

Для указания на гармоничное завершение линейного сюжета информационных текстов используется фактический материал, касающийся

– превентивных акций: *С мая 2017 года начнут работу экологические отряды мэра «Молодёжь за чистый город». Они будут убирать территории, используемые как пляжи в летний период, особо охраняемые природные территории, а также бороться с несанкционированной рекламой* (Сделать город чистым. Восточно-Сибирская правда. 18.04.2017);

– периодических событий: *По итогам кастинга было решено включить в файткард декабрьского турнира бой-реванш между Анной и Татьяной. Также организаторы присмотрели несколько талантливых бойцов для участия в будущих турнирах компании* (В клетке даже девушки. Иркутск. 03.11.2016);

– заключительной фазы социально важных мероприятий: *В ближайшие дни рабочие закончат проведение благоустройства на данном участке. В следующем году предстоит выполнить последний этап реконструкции Покровской развязки – соединение улиц Рабочего Штаба и Сурнова* (Современная и безопасная. Иркутск. 03.11.2016).

Эффективными языковыми, композиционными и стилистическими маркерами фактографичной концовки служат

- семантические группы лексики, мена видо-временных форм глагола (Сделать город чистым. Восточно-Сибирская правда. 18.04.2017);
- акцент на конечной точке в линейке узлов повествования (Противопожарный ликбез. Восточно-Сибирская правда. 11.04.2017);
- «кольцевой» повтор, композиционно-логические связки (Чтобы рост начинался с корней. Иркутский репортер. 27.12.2016);
- образно-символические единицы и прецеденты (Седьмая вода на киселе. Восточно-Сибирская правда. 18.04.2017).

Вариант такой обработки финальной части заметки типичен для прессы Прибайкалья. Частотность модели объясняется ее интерпретативной прозрачностью: возможностью легко декодировать речевые и композиционные маркеры завершения (убеждающий логос); коммуникативной эффективностью: событийной верифицируемостью, отнесением финальных образов к «свежему» или архивному медиаряду публикации (убеждающий этос).

Вариант 2. Заключительная доля публикации графически акцентирована: как и зачин, последний абзац новостных материалов выполнен с помощью шрифтового акцента, например жирного или курсивного выделения.

Этот вариант дизайнерского решения верстки и смыслового выделения рамочного элемента новостных журналистских материалов активизирует семиотический потенциал текста (убеждающий логос), создает визуальный перлокутивный эффект (убеждающий пафос). Такую концовку часто предлагает, например, «Ленский шахтер», учредителем которого является администрация города Бодайбо и Бодайбинского района Иркутской области.

Описанные нами первый и второй варианты организации финалий – резкая мена личных форм глаголов, введение прецедентов и этикетных культурно-речевых формул, слом тональности и контрастное дизайн-оформление последних абзацев (курсивный, жирный шрифт) – совмещаются в горрайонках. Примером вариантного сочетания может служить юбилейная расширенная заметка «Качугская радиостанция принимает информацию с 30 метеостанций и гидропостов» (Ленская правда. 23.03.2012).

Вариант 3. Оформление правого края новости выполнено с помощью набирающего популярность «монтажа текстотипов» [8], корректирующего институциональную принадлежность текста.

Почти два десятилетия назад теоретики журналистики отмечали: несмотря на то, что концовка для заметки факультативна, «в расширенной информации должна присутствовать и заключительная часть» [2]. Современная новостная модель, интенционально обремененная рекламными задачами, в качестве заключительной доли предлагает объекты, принципиально отличные по жанрово-функциональной природе от самой публикации:

- интернет-отсылки, потенциально расширяющие информативное поле первичного сообщения: *Полная программа мероприятий библиотек – участниц акции «Библионочь» представлена на сайте ЦБС г. Иркутска <http://cbs.irkipedia.ru>* («Библионочь» в Иркутске. Восточно-Сибирская правда. 18.04.2017);

- беллетризованную профилактическую информацию, снабженную убедительными статистическими выкладками: *За последний год в торакальном отделении ИОКБ по поводу заболеваний щитовидной железы и околощитовидных желёз сделано около 300 операций. И примерно треть из них – операции по удалению шейно-загрудинного зоба. Пациенты должны знать, что квалифицированную хирургическую помощь при зобе (даже больших размеров) можно получить и в Приангарье. Ещё один важный момент: ни возраст, ни наличие сопутствующих патологий не являются противопоказанием для подобных оперативных вмешательств. В ИОКБ работают опытные хирурги, анестезиологи, терапевты, лор-врачи, специалисты по компьютерной томографии, которые действуют как одна команда. Поэтому операции проводятся в том числе и возрастным пациентам* (Из шейного доступа. Восточно-Сибирская правда. 18.04.2017).

Эстетика новизны таких концовок состоит в том, что внутри небольшого текста происходит резкая и неожиданная мена жанрообразующих характеристик заметки: постепенное развертывание мысли прерывается вбросом самостоятельного текста с другим типом изложения, иными авторскими интенциями; рекламная манипуляция размывает институциональную принадлежность открывающей части публикации.

Эффективность композиционного решения целиком зависит от профессионализма журналиста: изящно выполненное, стилистически продуманное жанровое сращение порождает мощный локутивный и перлокутивный эффект. В случае финала с интернет-отсылкой локутивный эффект создается, когда читатель получает информацию дополнительного характера, эстетически тонко и неконфликтно привязанную к ключевой и уточняющей фактографии первичного текста. Перлокутивное воздействие здесь, как правило, связано со стилистическим эффектом намеренного ожидания: дополнительная информация гиперссылки по желанию самого читателя присоединяется к ключевой и уточняющей, внешне не нарушая жанровой и институциональной самостоятельности обоих медиаобъектов. В свою очередь беллетризованный финал представляется более манипулятивным, так как волюнтаривно вводит дополнительную по степени важности информацию в первичную публикацию. Чужеродность сращения не осознается рядовым читателем за счет качественно выполненной перлокутивной задачи. Журналист максимально включает в работу эффективные ресурсы экспрессии: коннотативную лексику, градиционную статистику, шокирующую бытовую образность, яркую и легко узнаваемую прецедентность (аргументы от логоса). Этот разнознаковый стилистический набор переключает внимание читателя с жанрово-композиционных швов, институциональной и предметной подмены на внутренние ощущения и ассоциации, делает новость максимально приближенной к социально-бытовой эстетике, личным проблемам и «страхам» адресата (убеждающий пафос).

Вариант 4. Концовка представляет собой эстетически выверенный оценочный (тональный) или риторический акцент на высказывании из «чужой» речи.

Этот вариант решения финала, как и три предшествующих, «прикрывает» заметку содержательно и эстетически. В публикациях Прибайкалья он образует две группы текстов с эстетически обработанной правой границей. Для обеих групп характерна имплицитно акцентированная и концептуально выделенная финальная фраза, которая принадлежит журналисту или герою публикации.

В первую группу входят тексты с эмоционально (тонально) обработанным завершающим высказыванием. Например, заметка «Иркутск закружился в хороводе» заканчивается монологом участника мероприятия: – *У нас в Сибири живут удивительно дружные люди, – говорит представитель татаро-башкирского национально-культурного центра Фагиля Тенчикова. – Мои прадеды приехали сюда по Столытинской реформе в 1911 году в деревню Черемшанка Заларинского района. С тех пор мы, татары, – сибиряки. И всем сердцем любим свою вторую родину* (Иркутск. 10.11.2016). Праздничный пафос финального высказывания, торжественная фразеология, возвышенные образы сыграли роль заключения, тонально и логически оформили «кольцо» текста.

Во вторую группу входят заметки с усиленной просветительской составляющей, им свойствен имплицитно акцентированный финал: – *Нейтрино позволяют получить информацию о внутренней структуре самых мощных источников энергии Вселенной. В целом это необходимо, чтобы понять историю возникновения Вселенной, её развитие, современное состояние и что с ней будет в будущем, – сказал Николай Буднев* (Результативная экспедиция. Восточно-Сибирская правда. 18.04.2017). Слова директора НИИ прикладной физики дают оценку эксперименту, очерчивают общую перспективу научных поисков. Монолог ученого дублирует по смыслу предыдущий абзац, формально принадлежащий журналисту, но фактически представляющий собой несобственно-прямую речь: *Детекторы телескопа улавливают нейтрино, которые рождаются в самых далёких и мощных источниках энергии – это, например, взрывы сверхновых звёзд или активные галактические ядра. Эти частицы являются уникальным носителем информации о высоких энергиях, о том, что происходит внутри Вселенной.* Повтор риторически закрепляет и детализирует научную фактографию, усиливает положительную оценку труда иркутских исследователей космоса, заканчивает публикацию высказыванием авторитетного лица о будущем научного открытия.

А. В. Колесниченко пишет о нежелательности цитатных концовок: «подобная концовка уже превратилась в клише и надоела читателям, <...> журналист практически всегда может написать концовку, отражающую идею материала гораздо лучше, чем слова персонажа, пусть даже достаточно яркие» [3. С. 104]. Однако публикации с имплицитно акцентированным финалом, где концептуальный рисунок эстетически подчеркнут образно-оценочным средством, особой

тональностью, прецедентным кодом, риторически убедительны с позиций и логоса, и этоса, и пафоса. Их легко принимает читатель, они не теряют популярности в газетной прессе Приангарья.

Вариант 5. Структурно-технологическое обрамление публикации создано местной «привязкой» двух типов: рубриками одной предметности с основным текстом, «живым» блиц-опросом горожан; разностилевыми и разножанровыми врезами с рекреативной, мало известной региональной информацией. Концовки подобного рода активно имитируют выход в коммуникативное пространство, стремятся к сходству с комплексными речевыми образованиями интернет-комментариев в соцсетях, на сайтах и форумах.

Заключительная композиционная доля заметки, выполненная в виде тематической рубрики, привычна для обязательных полос общественно-политических изданий региона. Примером таких полосных подборок могут служить комплексы просветительно-рекомендательных материалов о российском законодательстве. Тексты потокового характера с единой подписью журналиста-составителя, с неоригинальными иллюстрациями порождают эффект информационного дежавю, усиливают официальность топики (Не работаешь – плати. Иркутск. 03.11.2016). Газеты Приангарья стараются «оживлять» подобные пространства блиц-опросами случайных собеседников с указанием имен и социальных данных интервьюируемых, их фотопортретами на фоне узнаваемых архитектурных объектов. Каждый из ответов горожан сам по себе тоже не является развернутым и законченным текстом. Несмотря на это, «живой» материал отлично воплощает редакционные интенции, активизируя аргументы к этосу и убеждающие ресурсы логоса: отвечает предмету и духу официальных публикаций, приближает общероссийскую проблему к сибирякам, организует общую логическую концовку для «открытых» текстов рубрики, визуально-графически завершает полосу. Структурно-композиционные функции блиц-опросов имплицитно акцентируют версткой: мнения иркутян о законах располагают в линейно отбитой вертикальной колонке или в «подвале» полосы.

Концовки с разностилевыми и разножанровыми врезами расширяют фактическое поле заметки, нивелируют отсутствие финала публикации. Особенно удачно это получается там, где заключительной долей материала делают верно структурированный «местный» врез, соответствующий теме и предмету разговора (Образование в фокусе. Иркутск. 28.01.2016).

Однако довольно часто при оформлении концовок пятого типа журналисты допускают ошибки в систематизации разнородного фактического материала, наполняющего «местные» врезы. Некачественный отбор фактов и погрешности в их представлении, неумелое композиционно-логическое расположение предметных рядов, стилевой сумбур врезок характерны, в частности, для публикации «Крылатые мечты» (Иркутск. 22.09.2016), содержащей три тематические вставки: «Интересные факты», «Рекорды», «Контакты».

Первое наименование в целом верно отражает содержимое врезки, но сведения об Иркутской области вклиниваются в фактический ряд общих данных; в последнем абзаце есть нарушение логического закона непротиворечивости суждения:

Единственная на сегодня в Иркутской области женщина – пилот-инструктор Наталья Крылова имеет 700 летных часов.

Вес парашютиста должен быть не менее 45 и не более 90 кг.

Скорость, которую развивает парашютист в свободном падении, равна 180 км. в час.

Полет парашютиста с высоты 1 000 метров длится около трех минут.

Парашютист должен быть не младше 14 лет. Верхнего предела нет: если позволяет здоровье, то прыгать можно хоть до ста лет.

Вторая врезка имеет больше минусов: слишком широкое наименование; нарушение правил буквенно-цифровой трансляции числительных; неакцентированность заголовка на региональном принципе подбора фактов:

Самое большое количество прыжков с парашютом совершили:

- спортсмен, мастер парашютного спорта Геннадий Аксенов – 3 тысячи прыжков;*
- летчик, мастер парашютного спорта Сергей Терентьев – 2601 прыжок;*
- мастер парашютного спорта Татьяна Шорникова – 2650 прыжков.*

Если учесть, что в обеих врезках упоминаются имена героев публикации – Натальи Крыловой и Геннадия Аксенова, к тому же врезка «Рекорды» целиком относится к региону, более логичным представляется соединение «местной» информации в самостоятельный блок.

Третий врез – «Контакты» – содержит только номера телефонов и электронную почту, то и другое – без упоминания адресанта фактических данных. Информативная ценность такой вставки весьма сомнительна, поскольку читателю негласно предлагают самому выяснить принадлежность контактных сведений.

Таким образом, в целом популярный прием оформления концовки врезом иногда оказывается коммуникативно не эффективным из-за логических, фактических, композиционных, содержательных, речевых, графических просчетов.

Вариант 6. Эстетический эффект законченности контента создается манипулятивной, искусственно «прикрытой» границей, выполненной в традициях пиаристики.

Региональные материалы, совмещающие информационные, прагматические, политические задачи, часто содержат в финале не уточняющие, а дополнительные по степени важности микротемы (300 квадратных метров творчества. Восточно-Сибирская правда. 07.02.2017). При этом текст не является поддерживающим или заказным – имиджевым, рекламным. Он построен по журналистским канонам (имеет информационный повод, отвечает на основные жанрообразующие вопросы заметки), но приобретает манипулятивные характеристики: продвигает персону средствами информационной публикации, подменяет предмет и цель разговора, использует чужую жанровую, стилевую модель и даже институциональный профиль. В этом случае добавочные микротемы не гармонизируют, не уравнивают объем материала и значимость события, а нарушают композиционную соразмерность текста и выводят публикацию за границы предложенной темы – порождают проблемы в сфере логоса и этоса. Такое структурирование текстов иллюстрирует институциональные процессы: тягу информационных текстов к пиаризации. Эта тенденция искусственно маскирует пропасть между журналистикой, призванной объективно подавать факты, и пиаристикой, представляющей «совокупность публикаций в СМИ, направленных на продвижение конкретных лиц или действий» [11. С. 125].

Вариант 7. Заключительной частью публикации может стать вторая финалия – короткая, в одно-два предложения информация о последней фазе описанного в тексте продолжающегося события.

Второй финал заметок, репортажей, корреспонденций в региональных газетах печатается с подзаголовком «Постскриптум» или «P.S.». Информация пишется «по горячим следам», после подготовки основного текста, помещается на полосе под реквизитным блоком публикации (именами и фамилиями журналиста и автора фотографий), без подписи: *Постскриптум. Как сообщил глава городского поселения В. Н. Сендзяк, в управление «Иркутскнефтепродукт» администрацией Слюдянки направлено письмо с просьбой дать разъяснение по возникшей ситуации, связанной с заправочной станцией* (Тупиковая ситуация. Байкал-новости. 14.02.2014).

Вторая финалия нарушает риторические принципы диспозиции и элокуции: делает завершение основного текста менее значимым за счет активизации собственной новизны; оставляет в основном тексте стилистически слаженные и органически сплетенные текстовые категории, выдвигая на первое место локальность и темпоральность; не претендует на выразительность высказываний. Однако этот тип условного заключения новости хорош тем, что, апеллируя к этосу, прекрасно демонстрирует эстетику прагматики журналистского текста: коммуникативный потенциал контента, важность события в границах социальной ментальности, главенство факта над композиционными изысками, жанровую уместность ситуативных наращений, предельную понятность, краткость и точность выражения актуального смысла.

Постскриптум, пожалуй, лучше других вариантов иллюстрирует условность правой границы контента и изменчивость социально маркированного новостного топика газетной прессы. При этом он предлагает читателю стилистическую игру, своеобразную формально-смысловую манипуляцию: с одной стороны, наглухо запечатывает основной материал вторым финалом, с другой, имплицитно пролонгирует тему разговора, предполагает возврат к социальной предметности, анонсирует конфликтность превентивных публикаций.

Вариант 8. Финальная часть новости в гибридных изданиях являет собой нарочитый обрыв с расчетом на коммерческую окупаемость полной версии публикации.

В информационных текстах гибридных изданий привычными стали тексты с финалом, прочесть который можно в бумажной версии газеты или после оплаты входа на сайт. Нарочито открытая правая граница таких текстов не вызывает нареканий, если потенциально доступный

материал, до конца не определенный по сюжету и фактографии, оправдывает маркетинговую стратегию, обещает быть цельным с точки зрения риторической позиции журналиста и завершенным по коммуникативной реакции.

К сожалению, в реальности коммерческая идея не всегда достойно реализуется. Например, доступную читателю часть расширенной заметки «Одного желанья Оказалось достаточно, чтобы устроить детям праздник» (Время. 01.03.2017) характеризует невыдержанность повествования, заявленного в лиде в качестве основного типа изложения; наличие дополнительной информации и излишней детализации; нелогичность фразеологизированного заголовка, его структурного дробления и орфографического исполнения. Алогизмы усиливают композиционную расплывчатость текста, заставляют читателя самостоятельно восстанавливать цепь фактов внутри события. Разговорные экспрессивы и жаргонизмы размывают портрет адресата и цель публикации. На фоне перечисленных нестыковок открытая граница выглядит не технологическим онлайн-приемом, а дефектом «в подбор», доведком к остальным недочетам. Финал материала можно прочесть, оплатив доступ к публикации, но вряд ли текст такого качества захочется получить по подписке.

Вариант 9. Заканчивает публикацию искусственно сооруженный финал, имитирующий завершенность и цельность, следовательно, концептуальное единство текста.

Например, постоянная рубрика «И это все о нас» с несменяемым подзаголовком «Глас народа – глас Божий (Сенека)» обретает признаки единого сложного по конструкции текста благодаря структурным константам во всех номерах издания: проблемный заголовок, лид с описанием темы блиц-опроса, опрос 8–10 жителей г. Байкальска (реквизитные данные, ответы-рассуждения, фото респондентов), составной финал с единообразной композицией, ступенчатой версткой и неизменной поэтико-ироничной тональностью. Условный финал в таком варианте играет текстообразующую роль – собственными ресурсами создает ощущение целостности и цельности многочастной публикации: *Согласившись с российским математиком, мыслителем, изобретателем и поэтом Георгием Александровым, что “источник вдохновения мужчины – это любимая женщина, источник вдохновения женщины – общие дети, а источник вдохновения детей – добрые родители, дедушки и бабушки”, опрос провели Наталья ЕВДОХИНА, Зоя ИВАНЦОВА и Олеся КУРИГАНОВА»* (Бабушке – один только дедушка не внук. Байкал-новости. 24.01.2014).

Удачная форма завершающего компонента составного материала обеспечивает решение нескольких разноплановых задач: информировать об интервьюерах, транслировать идею социальной нормы (семантика), слить текст в гармоничное смысловое, структурное, графическое единство (эстетика), создать оценочное поле с помощью прецедентной образности цитаты (стилистика), генерировать дружескую тональность, транслировать речевую стратегию согласия (риторика).

Однако иногда данный вариант финала не выполняет своих задач. В гибридных интернет-изданиях есть тексты с псевдофиналом, где концовка фактически существует, но коммуникативно не работает: *С 16 числа каждого месяца и до конца каждого месяца льготники, пользующиеся единым социальным проездным билетом, могут ездить в трамвае неограниченное количество раз. <...> В марте количество льготников в трамваях начнут мониторить и, видимо, сделают вывод, нужен ли городу трамвай* (Давай на трамвае! Время. 03.03.2017).

Публикация формально закончена, но не завершена: цель и жанр сообщения автором не определены, основной тип изложения не проработан, факты поданы бессистемно, заголовок чересчур экспрессивен, финал снабжен дополнительной информацией. Такая организация осложняет декодирование информации, оставляет читателя в недоумении, сводя на нет нравственно-этический заряд и пафос текста.

Выводы. Предшествующий опыт исследования газетных финалий показал, что «применение единого основания для классификации концовок неприемлемо» [5. С. 97]. Представленные в работе варианты гармонизации правого края публикаций в силу разных ситуативно-содержательных и редакционно-конституирующих акцентов, подвижных авторских интенций, индивидуальных представлений о риторически эффективных схемах коммуникации объективно лишены типологической однородности. Так, выбор варианта оформления концовки зависит от речевой компетентности и элокутивной эстетики адресанта, его коммуникативных интенций, например намерения

- делегировать тексту институциональные, форматные, жанровые, технико-технологические, графические характеристики (варианты 1, 2, 3, 5, 6, 7, 9);
- отобразить первичный и вторичный фактический материал в соответствии с концепцией (1, 3, 5, 6, 7, 9);
- воплотить текстовые категории (тональность, диалогичность, др.) в соответствии с авторской идеей (1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9).

Вместе с тем, «эстетизация медиатекста <...> на всех этапах процесса текстопорождения» [12. С. 24], в том числе при обработке финалий, дает возможность не только охарактеризовать лингвистическое, семантическое, фактологическое, графическое решение разнотипных вариантов, но и оценить концовки по единым основаниям – завершенности, качеству риторического воплощения коммуникативных установок автора. Стремление успешно осуществить воздействие (перлокутивный потенциал текста), верно реализовать речевые тактики (локутивный потенциал), четко маркировать нравственные позиции (иллокутивный потенциал) с большей или меньшей убедительностью реализовано во всех приведенных вариантах финалий газетных новостей Приангарья. Например, в той или иной степени успешно исполненное намерение авторов отобразить действенные аргументы к логосу, этосу, пафосу отличает финалии 3, 4, 5, 6, 7, 9 типов.

Таким образом, газетный контент Приангарья как идеологизированный событийно-фактологический экстракт построен по «смыслооформительным принципам» [13. С. 16], в числе которых эстетическая обработка условно открытой правой границы интенционально отмеченными мультимедийными единицами, разноуровневыми языковыми средствами, жанрово-институциональными решениями, риторическими приемами.

Список литературы

1. Добросклонская, Т. Г. Язык средств массовой информации [Текст] / Т. Г. Добросклонская. – М.: КДУ, 2008. – 116 с.
2. Ким, М. Н. Технология создания журналистского произведения [Электронный ресурс] / М. Н. Ким. – СПб.: Издательство Михайлова В. А., 2001. – 320 с. – URL: <http://evartist.narod.ru/text/81.html> (дата обращения: 22.03.2018).
3. Колесниченко, А. В. Практическая журналистика [Электронный ресурс] / А. В. Колесниченко. – М.: Издательство МГУ, 2008. – 180 с. – URL: <http://www.evartist.narod.ru/text28/0034.html> (дата обращения: 02.04.2018).
4. Коньков, В. И. Открытые речевые образования как составляющие дискурса [Текст] / В. И. Коньков // Коммуникативистика в современном мире: эффективность и оптимизация речевого взаимодействия в социуме: Материалы Третьей международной научной конференции (Барнаул, 24–29 апреля 2012 г.). – Барнаул: Изд-во Алт. ун-та, 2012. – С. 38–41.
5. Конюшкевич, М. И. Концовка газетного текста. Статья первая. Язык и речь [Текст] / М. И. Конюшкевич // Медиалингвистика. – 2014. – № 1 (4). – С. 89–101. – URL: <http://medialing.srbu.ru/part10> (дата обращения: 20.04.2018).
6. Конюшкевич, М. И. Концовка медиатекста: «эмичность» и «этичность» [Текст] / М. И. Конюшкевич // СМИ и современная культура: к 90-летию заслуж. деятеля науки Респ. Беларусь д-ра филол. наук, проф. Е. Л. Бондаревой: сб. науч. тр. – Минск: Изд. центр БГУ, 2012. – С. 310–320.
7. Конюшкевич, М. И. Концовка текста. Статья вторая. Типология концовок аналитического текста [Текст] / М. И. Конюшкевич // Медиалингвистика. – 2014. – № 2 (5). – С. 69–81. – URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=22653336> (дата обращения: 20.04.2018).
8. Негрышев, А. А. Интерпретация действительности в новостях СМИ: некоторые приемы на уровне композиции текста [Электронный ресурс] / А. А. Негрышев // Mediascope.ru. Электронный научный журнал факультета журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова. – 2012. – № 2. – URL: <http://www.mediascope.ru/node/1071> (дата обращения: 20.04.2018).
9. Познин, В. Ф. Об эстетике аудиовизуальной журналистики [Электронный ресурс] / В. Ф. Познин // Медиаскоп. – 2018. – Вып. 2. – URL: <http://www.mediascope.ru/2444> (дата обращения: 20.04.2018).
10. Романцова, Т. Д. Заголовочный комплекс информационной публикации: проблемы структурирования смысла [Текст] / Т. Д. Романцова // Региональная медиасреда в историческом

и современном контексте: Медиачтения–2017: материалы. – Иркутск: Изд-во ИГУ, 2017. – С. 93–103.

11. Тертычный, А. А. Форматирование жанров в периодических печатных средствах массовой информации в России [Текст] / А. А. Тертычный // Российский гуманитарный журнал. – 2013. – Т. 2. – № 2. – С. 117–130.

12. Цветова, Н. С. Медиатекст в свете практической эстетики [Текст] / Н. С. Цветова // Медиалингвистика. – 2017. – № 4 (19). – С. 18–29.

13. Шестакова, Э. Г. Об эстетических границах медиатекста [Текст] / Э. Г. Шестакова // Медиалингвистика. – 2017. – № 3 (18). – С. 7–19.

AESTHETIZATION OF THE “OPEN” RIGHT BORDER IN NEWSPAPER NEWS OF THE ANGARA REGION

Romantsova T. D., Irkutsk State University, Irkutsk, t100562@yandex.ru

“Speech online mode” (Kon’kov V.) makes regional journalists aesthetically diversify the methods of the endings of publications.

The first variant is constructed with the help of a factographic and linguistic-style accent on the final phase of a linear plot. The second option assumes a graphic emphasis on the final share of publication with the help of fat or italic allocation. The third variant is solved mainly by advertising and information tasks. The fourth version of the ending creates an aesthetically balanced on saying something out of “someone else’s” speech. The fifth structural-technological scheme is created by local “binding”. In the sixth variant, the aesthetic effect of completeness is created artificially by the “concealed” border in the traditions of piaristika. The seventh option is presented by the second final – a postscript. The eighth model of the final part of the news in hybrid editions is a deliberate break with the expectation of a commercial demand for the full version of the publication. The ninth version of the ending is an artificially constructed finale.

Harmonization of the right edge of news in the newspapers of the region is associated with intentions, verbal competence and elocution aesthetics of the addressee, is designed to pass rational-evaluative and rhetorical “tests” of the addressee.

Key words: composition, final, open border of the information text, aesthetics and rhetoric of media text, newspapers of Irkutsk region.

References

1. Dobrosklonskaya, T. G. (2008), *Yazyk sredstv massovoy informatsii* [=Language of the media], KDU, Moscow, 116 p. (in Russ.).

2. Kim, M. N. (2001), *Tekhnologiya sozdaniya zhurnalistskogo proizvedeniya* [=The technology of creating a journalistic work], Izdatel’stvo Mikhaylova V. A., Saint-Petersburg, 320 p., available at: <http://evartist.narod.ru/text/81.html>, accessed 22.03.2018 (in Russ.).

3. Kolesnichenko, A. V. (2008), *Prakticheskaya zhurnalistika* [=Practical journalism], Izdatel’stvo MGU, Moscow, 180 p., available at: <http://www.evartist.narod.ru/text28/0034.html>, accessed 02.04.2018 (in Russ.).

4. Kon’kov, V. I. (2012), “Otkrytye rechevye obrazovaniya kak sostavlyayushchie diskursa” [=Open speech formations as components of discourse], in: *Kommunikativistika v sovremennom mire: effektivnost’ i optimizatsiya rechevogo vzaimodeystviya v sotsiume : Materialy Tret’ey mezhdunarodnoy nauchnoy konferentsii (Barnaul, 24–29 aprelya 2012)* [=Communicativistics in the modern world: efficiency and optimization of speech interaction in society : Materialy Tret’ey international scientific conference (Barnaul, 24–29 april 2012)], Izd-vo Alt. un-ta, Barnaul, pp. 38–41 (in Russ.).

5. Konyushkevich, M. I. (2014), “Kontsovka gazetnogo teksta. Stat’ya pervaya. Yazyk i rech” [=The ending of the newspaper text. Article number One. Language and Speech], in: *Medialingvistika* [=Medialinguistics], no. 1 (4), pp. 89–101 (in Russ.).

6. Konyushkevich, M. I. (2012), “Kontsovka mediateksta: «emichnost’» i «etichnost’»” [=The end of the media text: “emichnost” and “ethicality”], in: *SMI i sovremennaya kul’tura : k 90-letiyu*

zasluzh. deyatelya nauki Resp. Belarus' d-ra filol. nauk, prof. E. L. Bondarevoy: sb. nauch. tr. [=Mass media and modern culture: to the 90th anniversary of the Honored Worker of Science Resp. Belarus Dr. Filol. sciences, prof. E. L. Bondareva: collection of scientific papers], Minsk: Ed. center of BSU, pp. 310–320 (in Russ.).

7. Konyushkevich, M. I. (2014), “Kontsovka teksta. Stat'ya vtoraya. Tipologiya kontsovkov analiticheskogo teksta” [=The ending of the text. Article number Two. Typology of the endings of the analytical text], in: *Medialingvistika* [=Medialinguistics], no. 2 (5), pp. 69–81 (in Russ.).

8. Negryshev, A. A. (2012), “Interpretatsiya deystvitel'nosti v novostyakh SMI: nekotorye priemy na urovne kompozitsii teksta” [=Interpretation of reality in the news media: some tricks at the level of text composition], in: *Mediascope* [=Mediascope], no. 2, available at: <http://www.mediascope.ru/node/1071>, accessed 20.04.2018 (in Russ.).

9. Poznin, V. F. (2018), “Ob estetike audiovizual'noy zhurnalistiki” [=On the aesthetics of audiovisual journalism], in: *Mediascope* [=Mediascope], iss. 2, available at: <http://www.mediascope.ru/2444>, accessed 20.04.2018 (in Russ.).

10. Romantsova, T. D. (2017), “Zagolovochnyy kompleks informatsionnoy publikatsii: problemy strukturirovaniya smysla” [=Heading complex of information publication: problems of structuring the meaning], in: *Regional'naya mediasreda v istoricheskom i sovremennom kontekste: Mediachteniya–2017: materialy* [=Regional media environment in the historical and modern context: Media Reading–2017: Materials], Izd-vo IGU, Irkutsk, pp. 93–103 (in Russ.).

11. Tertychnyy, A. A. (2013), “Formatirovanie zhanrov v periodicheskikh pechatnykh sredstvakh massovoy informatsii v Rossii” [=Formatting of genres in periodical print media in Russia], in: *Rossiyskiy gumanitarnyy zhurnal* [=Russian humanitarian journal], vol. 2, no. 2, pp. 117–130 (in Russ.).

12. Tsvetova, N. S. (2017), “Mediatekst v svete prakticheskoy estetiki” [=Mediatext in the light of practical aesthetics], in: *Medialingvistika* [=Medialinguistics], no. 4 (19), pp. 18–29 (in Russ.).

13. Shestakova, E. G. (2017), “Ob estetieskikh granitsakh mediateksta” [=The aesthetic boundaries of media text], in: *Medialingvistika* [=Medialinguistics], no. 3 (18), pp. 7–19 (in Russ.).

Романцова Татьяна Дмитриевна – кандидат филологических наук, доцент кафедры журналистики и медиаменеджмента Института филологии, иностранных языков и медиакоммуникации, Иркутский государственный университет.

t100562@yandex.ru