В. В. Васильева

Санкт-Петербургский государственный университет

«ОБЕЩАНИЕ СМЕШНОГО» КАК СТРАТЕГИЯ ПРИВЛЕЧЕНИЯ МАССОВОЙ АУДИТОРИИ

Привлечение массовой аудитории – одна из практических задач, которую решает каждое издание (будем понимать под изданием и печатный продукт, и телевизионный канал, и радиостанцию, и отдельную программу). Понятно, что способы решения этой задачи, инструменты, которыми пользуется издание, зависят от его технических возможностей и редакционной политики. Стратегии привлечения выстраиваются и с учетом так называемой миссии, сформулированной и опубликованной либо стихийно сложившейся внутри коллектива.

Простым и надежным способом привлечения массовой аудитории является, на наш взгляд, «обещание смешного», что вполне соответствует наличию обязательной составляющей в любой досуговой деятельности: легко, необременительно для ума и души провести время с массмедийным продуктом – это всегда вариант отдыха.

Облечь новостное событие в такую форму, которая способствовала бы расслабляющему отдыху, позволяет создание вокруг этого события комической ситуации. При этом задействуются разные способы.

Назовем несколько таких способов, замеченных нами в анонсах теле- и радиопередач, а также в заголовках и в лидах прессы. (1). Использование советских дискурсивных практик в анонсах, рассчитанных на молодое поколение. (2) Использование шутливой тональности, которой окрашивается весь анонс новостной телепрограммы, несмотря на то, что в ней будут представлены и новости трагического характера. (3) Использование обиходно-бытовой оценочности в освещении событий социально и политически значимых.