

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РФ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего профессионального образования
«ПЕНЗЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ» (ПГУ)
ДЕПАРТАМЕНТ ИНФОРМАЦИОННОЙ ПОЛИТИКИ
И СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ ПЕНЗЕНСКОЙ ОБЛАСТИ
УПРАВЛЕНИЕ КУЛЬТУРЫ И АРХИВА ПЕНЗЕНСКОЙ ОБЛАСТИ
ГТРК «ПЕНЗА»
ТРК «ЭКСПРЕСС»
ИНФОРМАЦИОННЫЙ ЦЕНТР «ПЕНЗЕНСКАЯ ПРАВДА»
ООО «ИЗДАТЕЛЬСТВО «НАШ ДОМ»

Историко-филологический факультет
Кафедра журналистики

ЖУРНАЛИСТИКА И КУЛЬТУРА

*Сборник научных статей
I Международной научно-практической конференции*

г. Пенза, декабрь 2014 г.

П о д р е д а к ц и е й
доктора филологических наук
Е. Н. Сердобинцевой

Пенза • Издательство ПГУ • 2014

УДК 316.77; 070
Ж92

Журналистика и культура : сб. науч. ст. I Междунар. Ж92 науч.-практ. конф. (г. Пенза, декабрь 2014 г.) / под ред. д-ра филол. наук Е. Н. Сердобинцевой. – Пенза : Изд-во ПГУ, 2014. – 164 с.

ISBN 978-5-94170-930-4

Представлены материалы, посвященные вопросам формирования культурного менталитета нации, культуры речи в современных СМИ, традиций и новаторства в журналистике; особенностям специализированных изданий по искусству; освещению межкультурных связей, проблемам культуры политической журналистики и этики современных журналистов; специфике обучения будущих журналистов.

УДК 316.77; 070

ОРГКОМИТЕТ

Сердобинцева Е. Н., д.ф.н., доцент, профессор кафедры «Журналистика» историко-филологического факультета Педагогического института им. В. Г. Белинского ПГУ (*председатель*);

Ягов О. В., д.и.н., профессор, декан историко-филологического факультета Педагогического института им. В. Г. Белинского ПГУ (*сопредседатель*);

Рева Е. К., к.ф.н., доцент, заведующий кафедрой «Журналистика» историко-филологического факультета Педагогического института им. В. Г. Белинского ПГУ (*сопредседатель*);

Иванцова С. В., старший преподаватель кафедры «Журналистика» историко-филологического факультета Педагогического института им. В. Г. Белинского ПГУ (*секретарь*);

Сурина О. В., к.ф.-м.н., доцент, директор Педагогического института им. В. Г. Белинского ПГУ;

Христолюбова О. В., к.ф.н., доцент кафедры «Литература и методика преподавания литературы» Педагогического института им. В. Г. Белинского ПГУ;

Стрыгина Т. В., к.п.н., доцент кафедры «Журналистика» Педагогического института им. В. Г. Белинского ПГУ;

Козина Т. Н., доктор культурологии, профессор, заведующий кафедрой «Культурология» Педагогического института им. В. Г. Белинского ПГУ;

Зуева Г. С., ассистент кафедры «Журналистика» Педагогического института им. В. Г. Белинского ПГУ

ISBN 978-5-94170-930-4

© Пензенский государственный
университет, 2014

СОДЕРЖАНИЕ

КУЛЬТУРА СТРАНЫ В ЗЕРКАЛЕ ЖУРНАЛИСТИКИ

<i>Винокуров В. С., Козина Т. Н.</i> КУЛЬТУРНАЯ ЖИЗНЬ ПРОВИНЦИИ ВТОРОЙ ПОЛОВИНЫ XIX в. НА СТРАНИЦАХ ГУБЕРНСКИХ ГАЗЕТ	7
<i>Драчёва Ю. Н., Ильина Е. Н.</i> ТРАДИЦИИ ЛУБКА В СОВРЕМЕННОМ ПАРТВОРКЕ	10
<i>Иванова Т. Н.</i> ФУНКЦИИ СОВРЕМЕННЫХ РОССИЙСКИХ ПРАВОСЛАВНЫХ МИССИОНЕРСКИХ ИЗДАНИЙ	14
<i>Накано Ю.</i> ИНТЕРНЕТ И ДИССИДЕНТСТВО 1960-х гг. В РОССИИ: НАТАЛЬЯ ГОРБАНЕВСКАЯ В ЖИВОМ ЖУРНАЛЕ	17
<i>Тюлякова О. Н.</i> ЭТНИЧЕСКАЯ КУЛЬТУРА В ЗЕРКАЛЕ СМИ (на примере республики Мордовия)	23
<i>Хемин М.</i> К ВОПРОСУ О РОЛИ ПИСАТЕЛЯ-ПУБЛИЦИСТА В ФОРМИРОВАНИИ СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНЫХ ПРИОРИТЕТОВ	27

ЖУРНАЛИСТИКА КАК ОРУДИЕ ФОРМИРОВАНИЯ КУЛЬТУРЫ НАЦИИ

<i>Петрова М. В.</i> ТОТАЛИТАРИЗМ В ОЦЕНКЕ ДОКУМЕНТАЛЬНОГО КИНЕМАТОГРАФА	31
<i>Сердобинцева Е. Н.</i> ФОРМИРОВАНИЕ ГЕНДЕРНОЙ РОЛИ ЖЕНЩИНЫ В СОВРЕМЕННЫХ СМИ	36
<i>Филип Г.</i> СПОСОБЫ ПРИВЛЕЧЕНИЯ ЗРИТЕЛЕЙ К КИНО ЭРОТИЧЕСКОГО СОДЕРЖАНИЯ НА ПРИМЕРЕ НЕСКОЛЬКИХ ПУБЛИЦИСТИЧЕСКИХ ЖУРНАЛОВ	40

МЕЖКУЛЬТУРНЫЕ СВЯЗИ В ЖУРНАЛИСТИКЕ

Михайлова Т. Д.

ПРОБЛЕМА ОТРАЖЕНИЯ КУЛЬТУРЫ ИНДИИ СРЕДСТВАМИ
РОССИЙСКОЙ ПЕРИОДИЧЕСКОЙ ПЕЧАТИ 49

Рева Е. К.

НАЦИОНАЛЬНО-КУЛЬТУРНОЕ СВОЕОБРАЗИЕ ЖУРНАЛА «НАНА»:
СТАТЬЯ Д. МУЗАКАЕВА «ЧЕЧЕНСКИЙ НАРОДНЫЙ ТАНЕЦ» 52

Шаталова О. В., Пирбал О.

ЗАИМСТВОВАНИЯ В ЯЗЫКЕ СОВРЕМЕННЫХ СМИ КУРДИСТАНА:
ТЕМАТИЧЕСКИЙ И ИДЕОЛОГИЧЕСКИЙ АСПЕКТЫ 57

КУЛЬТУРА РЕЧИ В СОВРЕМЕННОЙ ЖУРНАЛИСТИКЕ

Дубова М. А.

РЕЧЕВАЯ КОММУНИКАЦИЯ В СОВРЕМЕННОЙ ЖУРНАЛИСТИКЕ 60

Зотова Т. Н.

СТИЛИСТИЧЕСКОЕ СООТВЕТСТВИЕ НАПРАВЛЕННОСТИ
ИЗДАНИЯ (на примере «Пензенского бизнес-журнала») 64

Квачадзе Т. Г.

АНАЛИЗ НОВЫХ СЛОВ В СОВРЕМЕННЫХ СРЕДСТВАХ
МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ 70

Свиридова Е. А.

ОСОБЕННОСТИ ЯЗЫКА СОВРЕМЕННЫХ СРЕДСТВ
МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ (на материале текстов,
связанных с событиями на Украине) 76

Туранова А. Ю.

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА СИНТАКСИЧЕСКОГО СТРОЯ РЕЧИ
Д. БЫКОВА (на материале публицистики) 80

ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ ТРАДИЦИИ И НОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ЖУРНАЛИСТИКЕ (ЛИЧНОСТЬ, МЕТОДЫ, ПРИЕМЫ)

Лыков К. А.

ЭФФЕКТ ГЕНДЕРНОЙ РЕЧЕВОЙ СТРАТЕГИИ В. ПОЗНЕРА
В ИНТЕРВЬЮ С Р. ЛИТВИНОВОЙ 85

Соколова И. С.

НОВЕЛЛИЗАЦИЯ КАК ПРОЯВЛЕНИЕ КРОССМЕДИЙНОСТИ В СФЕРЕ ПОПУЛЯРИЗАЦИИ НАУКИ.....	92
---	----

КУЛЬТУРНЫЕ ЦЕННОСТИ И СОВРЕМЕННАЯ ЖУРНАЛИСТИКА

Сердобинцева Е. Н.

СОЦИАЛЬНАЯ РОЛЬ МУЖЧИНЫ С ТОЧКИ ЗРЕНИЯ СОВРЕМЕННЫХ ЖУРНАЛОВ.....	97
---	----

Черникова Н. В.

ОСМЫСЛЕНИЕ АКТУАЛЕМЫ ДЕМОКРАТИЯ В ПУБЛИЦИСТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ.....	103
---	-----

ЭТИКА ЖУРНАЛИСТИКИ И КУЛЬТУРА ПОВЕДЕНИЯ ЖУРНАЛИСТА

Татаренкова Д. С.

ЭТИЧЕСКИЕ И ПРАВОВЫЕ НОРМЫ ЖУРНАЛИСТА ПРИ ОСВЕЩЕНИИ ТЮРЕМНОЙ ТЕМЫ	110
--	-----

Шаховский В. И.

«ЗОЛОТОЙ ТИПУН»: ЖУРНАЛИСТЫ МОГЛИ БЫ СПАСТИ НАШИ УШИ И ГЛАЗА, И ДУШИ (наблюдения лингвиста за речетворчеством журналистов)	116
--	-----

КУЛЬТУРА ПОЛИТИЧЕСКОЙ ЖУРНАЛИСТИКИ

Карманова Т. М.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СЛОВЕСНЫХ ФОРМ СМЕХОВОЙ КУЛЬТУРЫ В ПОЛИТИЧЕСКОЙ ПРАКТИКЕ 1920-х гг. (по материалам периодической печати Пензенской губернии)	123
--	-----

ИСКУССТВО (ТЕАТРАЛЬНОЕ, МУЗЫКАЛЬНОЕ, КИНЕМАТОГРАФИЧЕСКОЕ) И ЖУРНАЛИСТИКА

Белоножко Е. Д., Стрыгина Т. В.

ОСВЕЩЕНИЕ ВОПРОСОВ МУЗЫКАЛЬНОЙ ПЕДАГОГИКИ В ПЕРИОДИЧЕСКИХ ИЗДАНИЯХ XIX И XXI вв.	130
--	-----

Канакина Д. А.

ОСОБЕННОСТИ ЖАНРА РЕЦЕНЗИЯ В СОВРЕМЕННЫХ СМИ 136

Патро-Куцаб М.

СОЗДАНИЕ ОБРАЗА ХУДОЖНИКА (на примере «Портретов»

Алоизия Фелиньского, размещенных в прессе) 142

СОВРЕМЕННАЯ ЖУРНАЛИСТИКА ДОСУГА КАК КУЛЬТУРНАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ СОЦИУМА

Ашинова И. В.

ГЛАМУРНАЯ ЖУРНАЛИСТИКА КАК ДВИГАТЕЛЬ ОБЩЕСТВА

ПОТРЕБЛЕНИЯ 151

ОСОБЕННОСТИ ОБУЧЕНИЯ ЖУРНАЛИСТИКЕ

Иванцова С. В.

О ПОДГОТОВКЕ ЖУРНАЛИСТА-ПРАКТИКА

В РАМКАХ УНИВЕРСИТЕТСКОГО ОБРАЗОВАНИЯ 157

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ 160

КУЛЬТУРА СТРАНЫ В ЗЕРКАЛЕ ЖУРНАЛИСТИКИ

КУЛЬТУРНАЯ ЖИЗНЬ ПРОВИНЦИИ ВТОРОЙ ПОЛОВИНЫ XIX в. НА СТРАНИЦАХ ГУБЕРНСКИХ ГАЗЕТ

В. С. Винокуров, Т. Н. Козина

(Пенза, Россия)

CULTURAL LIFE OF THE PROVINCE OF THE SECOND HALF OF THE XIX CENTURY ON PAGES OF PROVINCIAL NEWSPAPERS

V. S. Vinokurov, T. N. Cozina

(Penza, Russia)

Abstract. In article the role of theater in education of people and reflection of this process in the provincial press is considered.

Key words: theater, province, newspaper, education.

Для общественной мысли 1860-х гг. наиболее актуальным становится вопрос о народном образовании и гражданском воспитании. В этот период выдвигается задача воспитания «новых» людей, которые, в свою очередь, будут влиять на народные массы. Центром культурной жизни провинции становится театр, явившийся своеобразным клубом для встречи горожан всех сословий. Обновлявшийся репертуар давал возможность обсуждать на страницах газет самые актуальные проблемы.

Авторами статей о театре были редакторы местных изданий, педагоги высших и средних учебных заведений, молодые и отставные чиновники, студенты, офицеры, сами актёры и антрепренеры. В 1860-е годы много говорилось о просветительской и воспитательной работе театра. Это объясняется тем, что с театром городское

население соприкасалось чаще, чем с книгой. Даже в крупных городах преобладало неграмотное население. Библиотек было мало, а театр привлекал многих горожан. Он делал литературу доступной для тех, кто не привык читать: прочтение и толкование текста брали на себя актёры.

Сообщения в прессе, архивные документы, мемуары и статистические материалы позволяют определить основные группы театральной публики провинциального города. Большую её часть представлял «низший класс» – средние и мелкие торговцы, хозяева ремесленных заведений, приказчики, домашняя прислуга, мастеровые. Ценили театр и молодые люди из состоятельных купеческих семей.

Активной частью театральной публики являлась интеллигенция. Выдвигая из своей среды рецензентов, она старалась воспитать деятелей театра и зрителей в духе близких ей идей. Театральная критика, представленная на страницах провинциальных газет, отражала взгляды именно этой части публики.

Критики требовали ставить остросоциальные, злободневные пьесы, отражающие действительность. Таким образом, в 1860-е годы социальные тематика и проблематика выдвигаются на первый план, часто даже в ущерб художественности. Рецензенты считали, что можно не замечать слабую актёрскую игру и бедность сюжета пьесы, если в ней поднимаются актуальные социальные проблемы.

Однако события реальной жизни не соответствовали подобным пожеланиям. Так, например, упоминать в печати крепостную реформу было разрешено только в 1858 г., а к концу 1859 г. правительство вновь запретило гласное обсуждение этой проблемы. В провинциальных газетах помещались подробные отчёты о гуляньях в городских садах и благотворительных спектаклях, сообщения о семейных событиях в жизни зарубежных монархов, но – ни слова по поводу ожидаемой реформы.

В печати 90-х гг. XIX в. корреспонденты также отмечали важную роль театра в воспитании зрителя: «... теперь никто уж, конечно, не сомневается, что хорошо организованные народные развлечения, в том числе и народный театр, отвлекая народ от отупляющих и развращающих его развлечений, которыми он обычно до сих пор пользовался, могут послужить важным фактором в борьбе с народным невежеством и пьянством» [1]. На страницах газет признавалась способность театра давать назидательный урок ненавязчиво, в завуалированной форме.

С целью просвещения народных масс повсеместно организовывались кружки любителей драматического искусства. Одним из пер-

вых подобных театр устроил в 1871 г. в Одессе актёр-любитель Н. П. Чернышев. Цены в этом учреждении культуры были доступны для рабочих. В пензенской прессе также говорилось о необходимости открытия народного театра. Однако он был организован в городе лишь в 1869 г. Демократичная ценовая политика, проводимая администрацией, способствовала его популярности среди широких слоёв населения.

В репертуар Пензенского театра в основном входили пьесы воспитательного характера, а количество развлекательных водевилей и фарсов сократилось до минимума. Подобные изменения объясняются неприятием зрителями так называемого «лёгкого искусства», что по мнению местного критика «доказывает наличность чуткости и понимания среди простого народа» [2]. По мысли анонимного автора, «театр может представлять большую просветительскую и нравственную силу», так как его сценические образы «сильнее будят и мысль, и чувство, и воображение» [1].

Таким образом, театр в силу своей доступности для неграмотной части публики, способствуя проникновению тем, идей и образов художественной литературы в широкие слои городской бедноты, выполнял просветительскую функцию. Этот процесс нашёл своё отражение на страницах губернских газет.

Список литературы

1. Пензенские губернские ведомости. – 1896. – № 138, 27 июня.
2. Пензенские губернские ведомости. – 1896. – № 139, 28 июня.

ТРАДИЦИИ ЛУБКА В СОВРЕМЕННОМ ПАРТВОРКЕ¹

Ю. Н. Драчёва, Е. Н. Ильина

(Вологда, Россия)

TRADITIONS OF POPULAR PRINTS IN THE MODERN PARTWORK

Y. N. Dracheva, E. N. Ilyina

(Vologda, Russia)

Abstract. This article deals with a partwork as a modern mass culture phenomenon. The typological features of a partwork as well as its genre and stylistic peculiarities are described in the context of a lubok's traditions' development.

Key words: linguistics of media, partwork, mass culture, popular print (lubok).

Партворки – массовые периодические коллекционные издания научно-популярного или развлекательного содержания – продолжают традиции массовой культуры прошлого. Текстовый корпус партворков ещё не был объектом системного научного описания, тогда как их тематика, типология, жанрово-композиционное своеобразие и стилистические особенности требуют пристального внимания лингвистов, культурологов, специалистов по массовой коммуникации [2].

Отличительными особенностями партворка являются следующие.

1. При всем своём тематическом разнообразии партворки ориентированы на те сферы деятельности, которые чаще всего вызывают общественный интерес и так или иначе позиционируют идею коллекционирования. Это приобретение объектов материальной и духовной культуры народов мира («*Валюты мира*», «*Коллекционные ножи. История и традиции*»; др.); формирование подборки текстов о занимательных явлениях науки и искусства («*Занимательная математика*», «*История в женских портретах*»; др.); комплектование наборов фигур для настольных игр («*Шахматы Гарри Поттера*», «*Шахматные фигурки «Звёздных войн»*»; др.); покупка деталей для самостоятельного изготовления коллекционных объектов («*Двенадцать апостолов*», «*Собери свой телескоп*»; др.). При этом приобре-

¹ Статья подготовлена при финансовой поддержке Российского государственного научного фонда (конкурс поддержки молодых ученых 2014 г., проект № 14-34-01263 «Мультимедийный корпус вологодских текстов "Жизненный круг"»).

тение партворка лишь отдалённо напоминает действия коллекционера: у потребителя скорее создаётся иллюзия причастности к накоплению ценных артефактов, чем это происходит на самом деле.

2. Партворк сочетает в себе визуальное, словесное и акциональное начала. В состав каждого выпуска входит богато иллюстрированный журнал, тексты которого создают у потребителя образ предлагаемых объектов коллекционирования. Тематика отдельных коллекций определяет, в какой мере актуализируется каждое из этих начал. Например, коллекции, построенные на основе известных фильмов («*Властелин колец*», «*Шахматы Гарри Поттера*» и др.), более насыщены в визуальном отношении; коллекции, адресованные мастеру-моделисту («*Победа ГАЗ М-20*», «*Великие парусники*» и др.), в большей мере позиционируют технологическую составляющую; коллекции, дающие представление о национальных культурах («*Путешествие в Европу*», «*Куклы «Дамы эпохи»*» и др.), создают яркие словесные образы, ориентируются на прецедентные тексты различных народов, стран и эпох.

3. Партворк весьма тенденциозен и категоричен в выборе средств и способов репрезентации общественно значимых идей. Так, лежащая в основе коллекции «*Куклы в народных костюмах*» идея сохранения этнического и конфессионального разнообразия России, развития культурной толерантности, воплощается с помощью вербализованных авто- и гетеростереотипов восприятия быта и нравов жителей различных территорий, наиболее известных прецедентных образов культуры места, этнографически ориентированных произведений изобразительного искусства и художественной литературы. Так, образ Вологодского края, судя по текстам партворка [4, вып. 14], складывается из вологодского кружева, великоустюгского чёрного серебра и сливочного масла, опирается на творчество К. Н. Батюшкова, В. А. Гиляровского и Н. М. Рубцова, включает в себя традиционные весенне-летние гулянья (*Масленица, Пасха, праздник Ивана Купалы*), детские игры и забавы («*Ключики – замочки*», «*Дрёма*», «*Олень*» и пр.) и представляет традиционный на Русском Севере женский костюм с рубахой и сарафаном в своей основе.

4. Партворк отличает разомкнутость пространственно-временной организации текста, мультипликативность подачи материала. При наличии в каждом из выпусков строгой последовательности тематических разделов вокруг них существует целая система более мелких рубрик, «кочующих» по всему пространству выпуска, предназначенных для введения косвенной информации, помогающих выразить основную идею текста. Так, названия рубрик коллекции

«Куклы в народных костюмах» вербализуют идею территориальной закреплённости нации («*История места*», «*Что здесь носили?*»), важности сохранения исторической памяти народа («*Преданья старины красивой*»), его трудового наследия, в первую очередь, швейного мастерства («*Разбор костюма*», «*Разбираем орнамент*»), а также народных традиций в проведении досуга («*Во что здесь играли?*»). Способствуют этому и рубрики-клейма («*Лоскутик истории*», «*Словарь*», «*Старо предание*», «*Узелок на память*», «*Связующая нить*», «*Мастерская*», «*Для перекуса*» и пр.).

5. Обращает на себя внимание стремление авторов партворка максимально приблизить информацию к потребителю, создать упрощённо-целостный и эмоционально насыщенный образ предлагаемого объекта коллекционирования. Так, выпуск коллекции «*Дамы эпохи*», посвящённый Анне Карениной [1, вып. 11], обращаясь к пересказу фрагментов прецедентного текста Л. Н. Толстого и посвященных ему литературно-критических сочинений, активно используя лексику определенных тематических групп (*наименования частей тела человека, названия деталей одежды и обуви, тканей, способов шитья, украшений, наименования явлений бытовой и духовной культуры определенной эпохи, именованья чувств и эмоций*), привлекая словарные комментарии и визуальные иллюстрации, создаёт образ героини, олицетворяющей не столько авторский замысел, сколько усредненное представление о культуре, быте и нравах российской аристократии второй половины XIX в. Рисуете образ страдающей аристократки Анны Карениной, вследствие чего предлагаемый потребителю товар – кукла «*Анна Каренина*» – приобретает образ «*русская аристократка второй половины XIX века*», наделяется эмоциональной доминантой «*женщина, потерявшая себя*».

6. Партворки характеризуются высокой воспроизводимостью, тиражностью, доступностью информации широким слоям населения. Этому способствует изощрённая маркетинговая политика издательств, специализирующихся на выпуске партворков. Так, например, издательский дом «*ДеАгостини*» для продвижения партворков использует аудиальную, визуальную и печатную рекламу, активно работает с потребителями с помощью своего официального сайта, организует различного рода акции (конкурсы, обсуждение на форуме и пр.), стимулирующие интерес потребителей к различным коллекциям.

Анализ тематической ориентированности, жанрово-композиционных особенностей и стилистической организации текстов партворков убеждают нас в том, что этот тип массовых периодических изданий продолжает традиции лубочной литературы [3; 5; др.] с по-

правкой на технологические возможности современной массовой коммуникации.

Список литературы

1. Дамы эпохи. Моя коллекция кукол. – Вып. 1–100. – М. : ДеАгостини, 2011–2014.
2. Драчева, Ю. Н., Ильина Е. Н. Представление об игре в народной культуре и его интерпретация в партворке «Куклы в народных костюмах» / Ю. Н. Драчева, Е. Н. Ильина // Казанская наука. – 2014. – № 7. – С. 110–113.
3. Захарова, М. Е. Лубок как явление российской массовой культуры XIX / М. Е. Захарова // Известия Пензенского государственного педагогического университета им. В. Г. Белинского. – 2012. – № 27. – С. 634–637.
4. Куклы в народных костюмах. – Вып. 1–74. – М. : ДеАгостини, 2012–2014.
5. Ровинский, Д. А. Русские народные картинки / Д. А. Ровинский. – СПб. : Издание Р. Голике, 1881–1900. – Т. 1–5.

ФУНКЦИИ СОВРЕМЕННЫХ РОССИЙСКИХ ПРАВОСЛАВНЫХ МИССИОНЕРСКИХ ИЗДАНИЙ

Т. Н. Иванова

(Москва, Россия)

FUNCTIONS OF MODERN MISSIONARY MAGAZINES OF THE RUSSIAN ORTHODOX CHURCH

T. N. Ivanova

(Moscow, Russia)

Abstract. This article presents the results of a study of modern missionary magazines of the Russian Orthodox Church. First presented functions and analysis of missionary press. The author defines signs Orthodox magazines, their characteristics.

Key words: Russian Orthodox Church, Orthodox missionary magazines, the format of the edition, the volume of publications, circulation.

Русская Православная Церковь (РПЦ) проводит большую просветительскую, информационную и издательскую работы. Приоритетным направлением служения РПЦ является миссия.

С начала этого века появились новые и восстановлены прежние миссионерские издания. Одни помогают утвердиться в Вере, другие – найти дорогу к ней.

Одно из старейших изданий Миссионерского отдела Московского Патриархата Русской Православной Церкви (РПЦ) – «Миссионерское обозрение». Оно было учреждено в 1896 г., выходило в Киеве, а потом в Санкт-Петербурге до 1916 г.

Издавал и редактировал обозрение до 1916 г. известный миссионер, боровшийся с сектантскими учениями, писатель, выпускник киевской духовной академии, основатель первой в России ежедневной церковно-политической газеты «Колокол» – Василий Михайлович Скворцов (1859 г. – 1932 г.). Под руководством В. М. Скворцова «Миссионерское обозрение» имело яркую антисектантскую направленность.

Широкую известность редактору и издателю журнала принесли его сочинения: «О штундизме и о мерах борьбы с сектою» Чернигов, 1894 г.; «О тарусских хлыстах» СПб., 1896 г. и многие другие. Сборник статей Скворцова по поводу отречения от Православной Церкви графа Л. Н. Толстого выдержал три издания.

Заново «Миссионерское обозрение» было учреждено в 1995 г., на самом пике активности зарубежных сект на территории России.

Сегодня «Миссионерское обозрение» является преемником издания, выходившего до Октябрьской революции 1917 г. Это качественный полноцветный богословский научно-публицистический журнал выходит раз в месяц и адресован широкому кругу читателей. Главный редактор – Высокопреосвященный Иоанн, архиепископ Белгородский и Старооскольский, председатель Миссионерского отдела Московского Патриархата РПЦ, ректор Белгородской Православной Духовной семинарии с миссионерской направленностью.

Сама идея издания – в его названии, которое включает в себя подробный рассказ о православной миссионерской работе во всех сферах жизни российского общества.

Вся информация, поступающая в журнал, распределяется по рубрикам: «События. Новости. Информация», «История миссии», «Православие и общество», «Православие и наука», «Новинки православных изданий» и др.

Большой интерес представляет рубрика из дореволюционного архива журнала, в которой читателю предлагаются материалы, опубликованные в издании до Октябрьской революции, например, в номере № 5-2008 и № 11-2008 – статьи за 1910 г., посвященные 50-летию Православия в Японии.

Старейшие и постоянные рубрики – «Миссионерское делание» и «Современные секты».

В рубрике «Миссионерское делание» привлекает внимание статья А. М. Гарина (№ 9 (155)-2008) об опыте православной миссии на североамериканском континенте.

На протяжении всего существования журнала рубрика «Современные секты» остается наиболее интересной, содержательной и, действительно, современной. Например, статья кандидата юридических наук Н. Голяндина «Криминальная опасность тоталитарных сект» (№ 1-2009).

Авторы журнальных публикаций – священнослужители, ученые, преподаватели и выпускники Белгородской Православной Духовной семинарии.

Тираж издания с 2000 г. постоянный – 3 тыс. экз. Объем составляет 32 стр.

Осенью 2010 г. «Миссионерское обозрение» отметило пятнадцать лет со дня своего восстановления.

С 1996 г. в Москве выходит православный журнал для сомнеющихся – «Фома», то есть для тех, кого волнуют вопросы о вере. Он адресован светским читателям, которые интересуются Православием.

Другое миссионерское издание – «Фома». Этот молодежный миссионерский журнал издается АНО «Фома Центр» под патронажем Издательского Совета Московского Патриархата. Объем издания – 132 стр. Тираж 36 тыс. экз. Значительная его часть распространяется бесплатно через благотворительные структуры и непосредственно «Фомой Центром», попадая в места заключения.

Журнал задумывался как миссионерское издание, предназначенное для диалога с неверующими и сомневающимися людьми. Оно существует уже более пятнадцати лет и соответственно приобрело большой опыт в миссионерском деле.

Журнал является единственным изданием, которое более года проводило серьезное исследование своей читательской аудитории (каждый номер читают номер около 250 000 человек).

«Фома» ведет диалог между Церковью и обществом. У редакции журнала накопился огромный опыт по современной миссионерской ситуации и проблемам православной миссии.

Святейший Патриарх Кирилл в 2010 г. на встрече с руководителями православных средств массовой информации ставил журнал «Фома» в пример другим церковным изданиям.

С 1997 г. по благословению Патриарха Московского и всея Руси Алексия II Московским Новоспасским ставропигиальным мужским монастырем выпускается православный молодежный журнал «Наследник», который продолжил традиции «Православной юношеской газеты» (выходившей с 2000 г. 1 раз в месяц и издававшейся в течение пяти лет). «Наследник» был задуман как тематический журнал-альманах. Идея журнала заключена в его названии, которое отражает проблему наследования современными молодыми людьми нравственных традиций предыдущих поколений, проблему правильного духовного воспитания. Каждый выпуск журнала посвящен определенной теме, например тема номера № 1 за 2006 г. – «Свобода и своеволие», № 8-2006 г. – «Войти в труд», № 11-2007 г. – «Достичь простоты», № 17-2008 г. – «Вера», № 18-2008 г. – «Власть», № 21 – «Дружба».

Все материалы весьма актуальны, так как они не просто говорят о проблемах современной молодежи, а ищут и обсуждают методы и пути решения этих проблем. Постоянные авторы издания – церковные пастыри, ученые, спортсмены, студенты. Главный редактор журнала – священник Максим Первозванский. «Наследник» выходит 1 раз в 2 месяца. Тираж – 10 тыс. экз. Объем издания – 96 стр.

Православная миссия обширна и богата своей периодикой. В данной работе проведено исследование только трех миссионерских Православных журналов, которые автору показались наиболее яркими.

ИНТЕРНЕТ И ДИССИДЕНТСТВО 1960-х гг. В РОССИИ: НАТАЛЬЯ ГОРБАНЕВСКАЯ В ЖИВОМ ЖУРНАЛЕ¹

Ю. Накано

(Токио, Япония)

INTERNET AND DISSIDENT MOVEMENT IN THE 1960S IN RUSSIA: NATALIA GORBANEVSKAIA IN LIVEJOURNAL

Yu. Nakano

(Tokyo, Japan)

Abstract. Natalia Gorbanevskaja, famous dissident in the 1960s, regularly wrote and updated her page in LiveJournal from 14 December 2007 to 28 November 2013, a day before her death. This article deals with the representation of memory in her writings in LiveJournal and other publications and focuses on how Gorbanevskaja, one of the founders of Russian underground literature, has concerned Internet as a new medium to represent herself and how the progress of technology has affected the recording of the Soviet past.

Key words: Natalia Gorbanevskaja, LiveJournal, dissident movement, Samizdat, Tamizdat, Internet.

В данной статье рассматривается саморепрезентация русской поэтессы Натальи Горбаневской в ее дневниках в Живом Журнале. «Live Journal» является сетью блогов в форме дневников в Интернете и русское название «Живой Журнал» употребляется с 2001 г. [15:52].

Мы хотели бы начать с проблемой авторства дневника Горбаневской в Живом Журнале. Поскольку дневник в Живом Журнале можно вести под псевдонимом, мы не знаем окончательного подтверждения об авторстве дневника. Следует признать, что авторство считается условным. Но такое условное авторство Натальи Горбаневской подтверждается следующим высказыванием об дневнике в Живом Журнале: «Приводя комментарии к записям в своем ЖЖ, я не давала ссылок. Желаящие могут посмотреть его: ng68.livejournal.com» [4:180]. Этот адрес соответствует существующему до сих пор адресу дневника в

¹ Данное исследование было сделано при поддержке Grant-in-Aid for Young Scientists (B), JSPSKAKENHI Grant Number 25770126.

Живом Журнале. И содержание в дневнике тоже свидетельствует о том, что она сама вела этот дневник под именем «ng68», в котором цифры «68» говорят о многом.

Наталья Горбаневская была первым редактором самиздатского журнала «Хроника текущих событий» с апреля 1968 г. («хроника» выходила с 30 апреля 1968 г.) и одной из семи участников в демонстрации на Красной площади в Москве 25 августа 1968 г. против вторжения войск Варшавского пакта в Чехословакию [5:298]. Она была арестована на Красной площади, но вскоре выпущена. 24 декабря 1969 г. Горбаневская была снова арестована, затем признана невменяемой с диагнозом «вялотекущая шизофрения» и отправлена на принудительное лечение в Казанскую психиатрическую тюрьму. Она была освобождена в феврале 1972 г. 17 декабря 1975 г. она с двумя сыновьями эмигрировала и с 1 февраля 1976 года жила в Париже [13(1:351);4:171]. Она работала в редакции журнала «Континент» до переезда главного редактора Владимира Максимова в Москву в 1992 г. и в последние годы занимала должность заместителя главного редактора в газете «Русская мысль». Она вела свой дневник в Живом Журнале с 14 декабря 2007 по 28 ноября 2013 г., за один день до ее смерти.

В последние годы она активно использовала материалы в Интернете. В дискуссии о демонстрации на Красной площади 25 августа 1968 г. она проводит разные цитаты анонимных участников в Живом Журнале. «Недавно, вывешивая у себя в ЖЖ свое интервью, связанное с демонстрацией, пользователь Naechste (которому в 1968 году было девять лет) написал комментарий: «Мое любимое событие в советской истории, самое-самое». Далеко не у всех оно вызывает такой восторг. В январе этого года в журнале фотографа и журналиста Рустема Адагамова, пишущего в ЖЖ под ником Drugoi, появилась запись: «Конец «Пражской весны» в фотографиях». (...) В его ЖЖ, как всегда, много откликов: и вокруг Пражской весны(о чем я здесь говорить почти не буду), и вокруг демонстрации развернулись ожесточенные споры. Почти оставив в стороне вопрос, который обсуждался особенно рьяно(а местами и оскорбительно): зачем я пошла на демонстрацию с ребенком? – приведу некоторые примеры из разгоревшейся перепалки.» [4:170]. Потом Горбаневская перечисляет мнения анонимных участников о демонстрации. Следует уделять особое внимание тому, что Горбаневская цитирует не столько одно определенное высказывание анонимного участника, сколько пространство, где происходит эта дискуссия, в которой участвуют многочисленные анонимные участники. Поэтому ее цитата выглядит как

серия высказываний в Живом Журнале. Ее интересуют не определенные суждения о демонстрации («еврейский вопрос», «дешевая слава» и т.д.) а пространство, где обмениваются мнениями анонимных участников.

В ночь с 13 на 14 декабря 2007 года Горбаневская начала писать в Живом Журнале. «Позавчера, т.е. еще 11, т.е. позавчера вечером при гостях(о гостях дальше) обещала, что начну вести свой дневник(journal, dziennik) в ЖЖ. (...) Тем более что я вообще никогда и никаких дневников не вела, а эпистолярный жанр – который я некогда занималась усиленно, потом забросила и только с появлением емели вновь занимаюсь вовсю – для меня куда естественней. Чем хорош дневник в ЖЖ – тем, что заранее ясно, что ведешь его не для себя, а для читателя» [7]. Следует вспомнить, что Горбаневская была одной из редакторов журнала «Хроника текущих событий», сообщившего на Западе об арестах и процессах диссидентов в СССР. От самиздата до Живого Журнала нетрудно найти сквозную линию, обращая пристальное внимание на деятельность Горбаневской 1960-х гг.

В связи с появлением личных пишущих машинок русский эмигрантский писатель Зиновий Зиник рассказывает о порождении эпохи «самиздата»: «Появление магнитофонов породило первую неподцензурную форму самовыражения – песни под гитару. Они распространялись в виде магнитофонных кассет. Я, в свою очередь, принадлежал второму поколению – обладателей личных пишущих машинок. Это механическое устройство «брало» как минимум четыре копии – этого было достаточно, чтобы почувствовать себя писателем, независимым от властей» [9:249]. В отличие от периода при Сталине, когда пишущие машинки должны были регистрироваться в государстве, уже во второй половине 1960-х гг. обычные граждане тоже могли приобрести личный фотоаппарат и личную пишущую машинку [14:3]. И обладание «личной» пишущей машинкой позволило воспроизвести рукопись и, по словам Зиника, «почувствовать себя писателем, независимым от властей». Такое обладание способами воспроизведения личных опытов на пишущих машинках, фотоаппаратах, магнитофонах и видеокамерах, приведет к дальнейшей гласности перестроечного периода.

Сейчас считается, что Интернет является огромным хранилищем личных опытов анонимных участников. Личные опыты фиксируются в дневниках и анонимные авторы стараются поделиться повседневной жизнью с анонимными участниками в сообществе в Интернете. Когда Горбаневская говорила о том, что она ведет дневник «для чи-

тателя», она имела в виду не определенного адресата, а анонимных читателей в Интернете.

Радио Свобода стало собирать самиздатские материалы с 1968 г. и Архив самиздата, первая коллекция самиздата на Западе, был учрежден в исследовательском отделе «Радио Свободы» в Мюнхене в 1971 г. [14:7]. По словам Поспиеловского, «тамиздат» начался еще раньше, с 1920-х годов, когда книги Пильняка и Замятина были опубликованы «там», за рубежом [16:46]. И отправление рукописи Пастернака и бурная реакция Хрущева и партийного «истеблишмента» на публикацию книги «Доктор Живаго» считаются возвращением в период тамиздата [16:48]. Книга Горбаневской «Полдень» была издана в 1970 г. в Мюнхене. Чешская переводчица Яна Кулсакова осенью 1969 г. вывезла фото пленку из Москвы в Прагу и оттуда отправила ее в Мюнхен. В 2007 г. книга впервые появилась в России [6:13–14].

Согласно мнению нидерландского юриста Фелдбругге 1968 год считается водоразделом в истории самиздата. Число самиздатских изданий, достигших Запада в 1968 г. увеличилось примерно в пять раз больше, чем в 1965 г. По заключению Фелдбругге: 1) самиздат начался с 1966 г. (тогда процесс Синявского и Даниэля вызвал большой протест внутри страны и за рубежом); 2) число самиздатских изданий драматически увеличилось в 1968 г.; 3) дальше (по крайней мере до 1974 г.), число самиздатских изданий оставалось на уровне 1968 г. [14:12].

В 1960-х гг. в дневниках и мемуарах в связи с техническим прогрессом звуковой записи появляются описания о памяти звуков. В воспоминаниях Лариса Богораз вспоминает о разговоре с Горбаневской, когда советские танки вошли в Чехословакию. «Было очень рано, часов, может, семь. Наташа Горбаневская, рыдая, говорит, что наши войска вошли в Чехословакию. "Советские танки в Праге"» [1:82]. Они разговаривали по телефону и вместе слушали зарубежную радиопередачу, сообщающую о просьбе чешского ведущего на русском языке. «Несколько раз я приходила к Наташе Горбаневской, чтобы послушать радио, узнать, что же там делается, в Чехословакии (у меня не было приемника). И однажды, крутя настройку, мы услышали чешскую речь, а потом женский голос слабо, но явственно произнес по-русски: «Русские братья, уходите к себе домой, мы вас не звали» [1:84]. В воспоминаниях Богораз передается её память звуков в 1968 г.: рыдание Горбаневской, просьба чешского ведущего на русском языке и зарубежные радиопередачи.

Сборники интервью с Михаилом Бахтиным и Анной Ахматовой основаны на звукозаписях Виктора Дувакина, который был уволен с филологического факультета МГУ из-за свидетельства в защиту Синявского на процессе Синявского и Даниэля в 1966 г., он собирал запись устных воспоминаний с первым портативным магнитофоном «Репортер-3», который он получил в начале 1967 г. [12:460].

В журнале «Хроника текущих событий» за исключением конфискованного 59 выпуска в предисловии постоянно дается следующий текст. «Каждый человек имеет право на свободу убеждений и на свободное выражение их; это право включает свободу беспрепятственно придерживаться своих убеждений и свободу искать, получить и распространять информацию и идеи любыми средствами и независимо от государственных границ. Всеобщая декларация прав человека, статья 19» [10]. Нам представляется, что свобода речи в этом провозглашении была уже осуществлена в постперестроечном периоде. Но нельзя упустить из виду, что технические прогрессы и приобретение личных аппаратов, записывающих личные исторические опыты, привели к перестройке и «гласности».

Ирина Паперно в ее исследовании о феномене Лидии Гинзбург в Живом Журнале указывает на то, что Лидия Гинзбург при жизни никогда не появлялась в Интернете. Но, по словам Паперно, анонимные читатели Лидии Гинзбург описывают, в каком обстоятельстве и в какое время они читали Лидию Гинзбург, как будто эти читатели позволяют другим участникам войти в их домашние пространства [15:53]. В заключении Паперно настаивает на том, что участники в сообществе авторов дневников о Лидии Гинзбург заимствуют личность, слова и фотографии Лидии Гинзбург для их самовыражений [15:54]. В отличие от Гинзбург Горбаневская сама вела дневник «для читателя» в Живом Журнале. И песня американской певицы Джоана Баэз «Наталья» была посвящена Горбаневской [11]. Но она не была предметом чужих воображений и идеалов, до конца жизни оставалась своим идеалом 1960-х гг. 25 августа 2013 г. она оставила заметку в Фейсбуке: «Я иду на пл.» [8]. Горбаневская вновь появилась с баннером «За нашу и вашу свободу» в памяти 45-летия демонстрации 1968 г. на Красной площади, чтобы вспомнить все, что было здесь 25 августа 1968 г. 10 человек были задержаны, но Горбаневскую больше не трогали и не задерживали [11].

Подытоживая статью, мы пришли к такому выводу, что технологические прогрессы аппаратов, фиксирующих личные исторические опыты, обеспечивали русских диссидентов способами воспроизведения рекордов событий в СССР. Горбаневская оставалась своим идеа-

лом 1960-х годов, но до конца жизни она продолжала вести дневник в Живом Журнале как современный способ самовыражения.

Список литературы

1. Богораз, Л. Из воспоминаний / Лариса Богораз // Минувшие: исторический альманах. – 1990. – № 2. – С. 81–140.
2. Горбаневская, Н. Как порождаются мифы / Наталья Горбаневская // Континент. – 2010. – № 146. – С. 330–336.
3. Горбаневская, Н. Кто же сможет в этом разобраться? / Наталья Горбаневская // НЛО. – 2006. – № 79. – С. 185.
4. Горбаневская, Н. Легенда нашей демонстрации: сорок лет спустя / Наталья Горбаневская // Неприкосновенный запас. – 2008. – № 4 (60). – С. 169–180.
5. Горбаневская, Н. Показать, каким был журнал на самом деле... (Беседу вела Елена Скарлыгина) / Наталья Горбаневская // Вопросы литературы. – 2007. – № 2. – С. 298–307.
6. Горбаневская, Н. Полдень: Дело о демонстрации 25 августа 1968 года на Красной площади / Наталья Горбаневская. – М. : Новое издательство, 2007.
7. Горбаневская, Н. 14 декабря 2007 [Электронный ресурс] / Наталья Горбаневская // Живой Журнал. – URL: <http://ng68.livejournal.com/2007/12/14/> (дата обращения: 26 октября 2014).
8. Горбаневская, Н. 25 августа 2013 [Электронный ресурс] / Наталья Горбаневская // Facebook – URL: <https://www.facebook.com/natalia.gorbanevskaya> (дата обращения: 28 октября 2014).
9. Зиник, З. Эмиграция как литературный прием / Зиновий Зиник. – М. : Новое литературное обозрение, 2011.
10. Мемориал. Хроника текущих событий // Мемориал. – URL: <http://www.memo.ru/history/DISS/chr/> (дата обращения: 26 декабря 2014).
11. Русская служба BBC. Умерла диссидент и правозащитница Наталья Горбаневская // BBC Russian. – URL: http://www.bbc.co.uk/russian/russia/2013/11/131129_gorbanevskaya_obit.shtml?print=1 (дата обращения 28 декабря 2014).
12. Споров, Д. Живая речь ушедшей эпохи: собрание Виктора Дувакина / Дмитрий Споров // Новое литературное обозрение. – 2005. – № 74. – С. 454–472.
13. Чупринин, С. Новая Россия: мир литературы / Сергей Чупринин. – М. : РИПОЛКЛАССИК, 2002.
14. Feldbrugge, F. J. M. Samizdat and Political Dissent in the Soviet Union / F. J. M. Feldbrugge. – Leyden: A.W. Sijthoff, 1975.
15. Paperno, I. Stories of the Soviet Experience / Irina Paperno. – Ithaca and London : Cornell University Press, 2009.
16. Pospelovsky, D. From Gosizdat to Samizdat and Tamizdat / D. Pospelovsky // Canadian Slavonic Papers. – 1978. – № 20. – С. 44–62.

ЭТНИЧЕСКАЯ КУЛЬТУРА В ЗЕРКАЛЕ СМИ (на примере республики Мордовия)

О. Н. Тюлякова

(Саранск, Россия)

ETHNIC CULTURE IN THE MIRROR OF MASS MEDIA (in terms of republic of Mordovia)

O. N. Tyulyakova

(Saransk, Russia)

Abstract. In this article the question of history, formation, dynamics of development of the ethnically oriented mass media in the Republic of Mordovia is considered. The features of the ethnically oriented mass media functioning, the regional peculiarity of the press, and the subject content of the information about ethnical culture is analyzed.

Key words: Ethnically oriented mass media, ethnos, ethnic culture, press, mass media, Finno-Ugric region, national language, culture, art, history, anthropology, the Mordovians (Mordva), nation.

Этническая журналистика – явление новое, уникальное, малоисследованное. Как правило, это направление называют «этническая пресса». Она начала активно развиваться в последнее десятилетие. Одни специалисты выделяют этническую журналистику в отдельное направление в системе средств массовой информации, другие убеждены, что этножурналистика – компонент этнической культуры. Стоит согласиться с обеими научными позициями, потому что на сегодняшний день нет специально подготовленных журналистов, работающих в данной сфере. В связи с этим Ю. А. Мишанин в монографии «Этнокультура мордвы в журналистике России XIX – начала XX века» подчёркивает: «Несмотря на то, что в последние годы краеведческих публикаций в газетах появляется все больше, журналистов, специализирующихся на вопросах истории, очень мало. Причина в следующем: для того чтобы получился хороший исторический материал, необходимо работать с архивами, перечитать много документов и других источников. У журналистов нет ни желания, ни времени заниматься глубоким исследованием. Но, тем не менее, пишут на эту тему многие и в угоду сенсации часто пренебрегают исторической правдой» [1].

Так, из практики центральных СМИ можно привести немало примеров, нагнетающих этнические обиды, провоцирующие межэтническую напряженность. Навешивание ярлыков, этнических кличек, искажение этнической истории, негативные оценки исторических личностей – все это, к сожалению, существует. Несомненно, подобные факты не оставались без внимания руководства Республики Мордовия. Министерством печати и информации РМ, Министерством по национальной политике РМ в Саранске был проведен ряд конференций, совещаний, семинаров, круглых столов с участием редакторов и журналистов, пишущих на этническую тематику. Так, 23 мая 2007 г. в столице Мордовии прошло выездное заседание комиссии Общественной палаты РФ по коммуникациям, информационной политике и свободе слова в СМИ, где обсуждались проблемы национальных и региональных СМИ в России. 1–2 февраля 2011 г. в г. Саранске состоялся Информационный семинар для средств массовой информации по Европейской Хартии региональных языков или языков меньшинств. Семинар прошел в рамках совместной программы Совета Европы, Европейского Союза и Министерства регионального развития Российской Федерации «Национальные меньшинства в России: развитие языков, культуры, СМИ и гражданского общества». В ходе семинара российские и иностранные эксперты рассказали о применении Европейской хартии региональных языков или языков меньшинств, в особенности, в области СМИ. Представители СМИ приняли участие в мастер-классах.

В каждом российском и финно-угорском регионах существуют специфические особенности функционирования национальных СМИ, но в целом их объединяют общие проблемы, почти одинаковые условия. Например, в Мордовии выпускаются: газеты и журналы на мокшанском и эрзянском языках («Мокшень правда», «Эрзянь правда», «Эрзяньмастор», «Чилисема», «Мокша»), общественно-политические, научные, литературно-художественные и детские издания («Странник». «Регионология», «Вестник НИИ Республики Мордовия», «Вестник Мордовского университета», городские и республиканские газеты («Известия Мордовии», «Столица С», «Вечерний Саранск», «Республика молодая», «Финно-угорская газета», «Голос Мордовского университета»). Расширяется эфирное вещание: открыта национальная радиостанция «Вайгель», на местном телевидении выходят передачи на родных языках («Од пинге» и «Велесь течи» – на 10-м канале, «Сияжар» и «Кулят» – на ГТРК «Мордовия»).

В республике Мордовии вопросы этнической культуры широко освещаются в прессе. Так, проблема функционирования и изучения родных, в нашем случае мокша и эрзя, языков в СМИ Мордовии ста-

ла отражаться ещё в 30-е гг. прошлого столетия. К примеру, в газете «Красная Мордовия» от 27 августа 1933 года была размещена заметка Петра Сарайкина «Монь мелем тонавтнемсэськельсэм» (Я хочу учиться родному языку»). В ней автор выражает озабоченность тем, что в Саранске нет школ, где бы преподавались мордовские языки [2]. Вопросы, связанные с функционированием национальных языков освещались в прессе и в дальнейшем, особое внимание этому стало уделяться с 1990-х гг. В газете «Советская Мордовия» от 3 августа 1990 года была опубликована статья «Судьба языка – судьба народа». Ее автор В. Симаков обращает внимание на сужение сферы применения мордовских языков и предлагает пути выхода из данной ситуации [3].

В материале Е. Трошкиной «Необходимо поддержать национальные СМИ», опубликованным в газете «Известия Мордовии» от 10 сентября этого года поднят вопрос развития национальных СМИ. В публикации говорится о предстоящем VI съезде мордовского народа, который прошёл в Мордовии 23–25 октября, тема которого «Мордовский нард – в формировании общероссийской гражданской идентичности». В связи с этим поэт, прозаик, журналист, редактор детского эрзянского журнала «Чилисема», президент Ассоциации финно-угорских журналистов Николай Иванович Ишуткин отметил: «После V съезда осталось много нерешённых вопросов, затрагивающих работу СМИ. Прежде всего, работа радио «Вайгель». Сегодня радиовещание на эрзянском и мокшанском языках происходит три часа в сутки, этого недостаточно. Необходимо продлить работу единственного национального радио хотя бы до 12 часов». Н. И. Ишуткин уверен, что необходимо создать телеканал, все передачи на котором будут вестись на мордовских языках и обратить внимание на подписку на национальные журналы в регионах, которая стремительно падает. Также он поднял вопрос об издательской деятельности в регионе [4].

Мордовские СМИ освещают и другие вопросы, связанные с историей и национальной культурой. Активную работу в этом направлении ведут не только печатные издания, но и телевизионные и радио СМИ. В телевизионных передачах «Сияжар» и «Од Пинге» есть постоянные рубрики, в которых рассказывается не только о текущих событиях в культурной жизни республики, но и об истоках формирования и развитии мордовского и других этносов, проживающих в республике. Особой активностью в этой области отличается национальное радио Мордовии «Вайгель». Его сотрудниками лишь в этом году были подготовлены передачи, посвященные творчеству мордовского поэта А. В. Ширяевцева, выставке работ народной выши-

вальщицы Н. И. Володиной, юбилею мордовского просветителя А. Ф. Юртова, открытию мордовского культурного центра в с. Николаевка Кемеровской области и др. Значительный интерес, на мой взгляд, представляет рубрика «Финнэнь-угранькулятне» («Финно-угорские новости»), в которой мордовские журналисты рассказывают о жизни различных финно-угорских народов, представляют образцы их творчества. Например, 14 апреля 2014 г. в данной рубрике радиостанции «Вайгель» прозвучал сюжет «Карелиянь музейсапанжевстыденъужет» («В музеях Карелии организованы экспозиции для детей»), в котором рассказывалось что в рамках российско-финляндского проекта «Музей для всей семьи» в музеях Карелии были организованы специальные помещения для детей, где сотрудники в игровой форме рассказывают им о природе, истории и культуре родного края [<http://vaigel.ru>] [5].

Надо отметить, что в освещении различных сторон жизнедеятельности этносов в настоящее время имеет Интернет. Свои интернет сайты имеют практически все печатные издания Мордовии, а также программы теле и радио вещания. Кроме того есть немало и самостоятельных интернет сайтов, посвященных обсуждаемой нами проблематике: «Эрзяньки. Культурно-образовательный портал» (<http://www.erzan.ru/>), «Эрзяньвайгель» (<http://www.goloserzi.ru/ru>), Сайт региональной мордовской национально-культурной автономии Пензенской области (<http://www.rminka.ru>), «Зубова Поляна. Историко-этнографический сайт» (<http://www.zubova-poliana.ru/history-languages.htm>) и др.

Итак, в настоящее время региональные этнически ориентированные СМИ, в том числе и в Республике Мордовия, развиваются довольно активно. В них отражаются разнообразные стороны жизнедеятельности этносов, в том числе и аспекты, связанные с функционированием родных языков, этнической культуры, современных видов этнического искусства.

Список литературы

1. Мишанин, Ю. А. Этнокультура мордвы в журналистике России XIX – начала XX века / Ю. А. Мишанин. – Саранск : Изд-во Мордов. ун-та, 2001. – 168 с.
2. Сарайкин, П. Монь мелем тонавтнемсэськельсэм / П. Сарайкин // Красная Мордовия. – 1933. – 27 августа.
3. Симаков, В. Судьба языка – судьба народа / В. Симаков // Советская Мордовия. – 1990. – 3 августа.
4. Трошкина, Е. Необходимо поддержать национальные СМИ / Е. Трошкина // Известия Мордовии. – 2014. – 10 сентября.
5. Национальное радио Мордовии «Вайгель». – URL: <http://vaigel.ru>

К ВОПРОСУ О РОЛИ ПИСАТЕЛЯ-ПУБЛИЦИСТА В ФОРМИРОВАНИИ СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНЫХ ПРИОРИТЕТОВ

М. Хемин

(Курдистан, Ирак)

TO A QUESTION OF A ROLE OF THE WRITER-PUBLICIST IN FORMATION OF WELFARE PRIORITIES

M. Hemin

(Kurdistan, Iraq)

Abstract. In article the importance of activity of the writer-publicist in formation of moral and ethical priorities during formation of social institutes is designated.

Key words: journalism, literary language, Bakhtiyar Ali.

Литература как фиксированная форма отражения сознания личности и народа, всегда является глубоким и утонченным источником для понимания любой нации, ее культуры и обычаев. Литература – зеркало, в котором отражается история народа, но в то же время возможность развития народа определяется жизнестойкостью народа. Литература отражает и одновременно формирует реальность, предлагая образцы для подражания. Некоторые произведения оставляют след в культуре и обществе, открывают новые горизонты, расширяют кругозор человека, помогают развитию процесса мышления у человека, производят впечатление, сравнимое с влиянием религиозных книг (нельзя не вспомнить учения Л. Н. Толстого, Ф. М. Достоевского, А. П. Чехова, отразившие тонкость русского национального духа и запечатавшие их для современников и потомков).

Литература дает возможность проникнуть в глубину души других народов. Так, Григорий Гачев в своей книге «Ментальности народов мира» пишет о том, как он не имея возможности выехать из СССР, принялся читать о разных странах и культурах, описывать их и сравнивать «национальные образы мира». Это стало способом путешествовать – умом и воображением: на несколько лет «зарывался ... в страну» и в результате создавал «портрет этой национальной целостности». Когда же появилась возможность повидать некоторые из

стран, обнаружилось, что «основные интуиции оказались верными» [1: 12–13]. Основываясь на личном опыте, мы можем утверждать: чтобы знать Россию, повидать Москву недостаточно, а Достоевский привлекает сердце к России и русскому человеку.

Для постижения современной курдской культуры важно обратить особое внимание на произведения Бахтияра Али – писателя, литературного критика, эссеиста и поэта – творчество которого значительно для развития современной курдской литературы. В его сочинениях затрагиваются различные философские, религиозные, общественные, политические вопросы. Язык Бахтияра Али отличается не только стилистически, но и общеграмматически, лексически, что позволяет в условиях бытования различных диалектов курдского языка говорить об образующей, регулирующей функции произведений этого писателя. Недаром сочинения Бахтияра Али, написанные на курманджи, переведены на другие диалекты и на иностранные языки, в том числе на английский, арабский, персидский.

Творчество Бахтияра Али знаменует собой новый этап развития курдской литературы, так как он вышел за рамки политической ограниченности литературы XX в., когда сюжетная и идеологическая составляющие художественных произведений были предельно стандартизированы: храбрый Решмарга сражается против врага, рабочие – против буржуазии, фермеры – против феодализма.

В соответствии с потребностями современного общества, Бахтияр Али в своих произведениях обращается к политике и истории, однако все это соотносится с проблемами становления личности, развития внутреннего потенциала человека. Одним из ключевых вопросов художественных и публицистических сочинений Бахтияра Али является деятельность писателя в системе общественных отношений. Например, в романе «Хазальнус и леса воображения» писатель заостряет внимание на том, что идеи и мечты писателя, определяемые его мировидением, отличаются от планов и намерений политиков. Именно поэтому писатель – это всегда бунтарь в системе общественных отношений, поскольку писатель ставит личность во главу угла цивилизации, а в современных социальных условиях человек подавляется, его положение представляется незначительным. Его герои в основном маргинальные люди, те, которых не замечают в обществе, одинокие, однако без которых чего-то всегда не хватает в жизни.

Как и многие русские писатели-классики, Бахтияр Али в своих произведениях декларирует определяющую роль воображения, мечты в сознании и судьбе человека, говорит о вечных ценностях (пре-

красные и глубокие образы мечты и любви формируются в афоризмах, например: «Любовь – это не заниматься любовью, а умирать вместе»). Важно отметить то, что мировая литература имеет влияния на Бахтияра Али: как он сам говорит, «чтобы быть успешным писателем, необходимо быть и хорошим читателем» [2].

Метафорический язык Бахтияра Али позволяет объединять в единой ткани повествования историко-политический подтекст, философскую обобщенность мировосприятия и эстетику представляемого образа. Так, например, переосмысляя трагедию Ирака XX века – «анфаль» (план геноцида курдов) – писатель в романе «Город белых музыкантов» создает абстрагированную ситуацию встречи палача с жертвой во имя поиска справедливости и облекает это в прецедентные образы мировой и курдской культуры:

(مۆسیقا ئیویستی بێ ئادشاكان ئۆكۆرەكانیان نییە بۆ ئقوێ نەمر بێت...مۆزارت ئیویستی بێ هیض یەكێك لەوانە نییە بۆ ئقوێ بۆی، جاویدانەتیی لەسەری نەقامەكانقوێ دەستئیناكان. بەلكو لەسەری ئقواندا دەمریت. مؤزارت بقییدەتیی وەك فقرهادیكی زامدار ئیشدەكات...ئیشدەكات، خوینی خۆی دەكات بێ ئاواز، ضونكة جطة لقوێ ریطایەكی تری نییە. مؤزارت دقزانیت كوری باغیكی جاویدانە، كوری مەملەكەتییكی ترة. برای ئقو رۆحانەكە مۆسیقا لێ ئقەبەدییدەتدا ئیكقوێ طرییداوان. مؤزارت بێ لایقوێ طرنط نییە ئادشاكان ضی دەلین، بێ لایقوێ طرنط نییە ئقمرۆ قەبیلەیی رۆژنامەقوسە نوسقە درۆژنەكان ضەتڵە بۆ كآ لیدەدقن، ئقوێ بێ لاوێ طرنطە كاریك بكات، لێ سقردەمیكی تردا، لێ جیهانییكی تردا، لێ شارییكی تردا سەدای ئیمە بقریت بقرۆ ئقەبەدییدەتە دقنطی ئقەبەدییدەت بھینیئقوێ بۆ ئیمە) بەشێك لێ كتییی ضوارەم "مۆزارتە باغیكی جاویدان [3]

Перевод текста: *Чтобы не умирать, Музыка не нуждается в царях и их рабах... Чтобы жить, Моцарту они не нужны. Вечность не начинается с головы этих глупых людей, в их головах она умрет. Моцарт работает, как раненый Фархад: со своей крови сочиняет музыку, другого выхода у него нет. Знает, что он сын вечного сада, сын другой земли, является братом тех духов, которых музыка доставит в вечность. Ему не важно, толпа журналистов и лживых писателей что говорят, кому аплодируют. Нет, для него важно создать то, что в другом времени, в другом мире, в другом городе унесет наш голос к вечности и принести обратно нам голос вечности.*

Судьбе и истории курдского народа во второй половине XX в. посвящен роман Бахтияра Али «Джамшид Хад, унесенный ветром», в котором перипетии жизни одного человека – сына своего народа, разделяющего судьбу и мысли своей нации – отражают события истории и социального и идеологического развития региона.

Обозначенные тенденции творчества Бахтияра Али позволяют отметить, что влияние данного писателя на мировоззрение современников очень велико, сформировалось целое читающее на курд-

ском языке, интеллигентное поколение, разделяющее его гуманистические убеждения, при этом говорящее с ним на одном языке как в переносном, так и в прямом смысле – подчеркиваем роль произведений Бахтияра Али в реформировании языка.

В заключении хотелось бы сказать, что литература растет и развивается с развитием политики, экономики, общественных наук и других аспектов жизни. Однако утверждение курдской литературы затруднено внешними условиями бытования: курдский язык выживает в окружении народов, говорящих на арабском языке и не читающих курдскую литературу. Попытку курдской литературы реализоваться в этом мире можно обозначить как борьбу. Борьба через письмо, через слово ради изменения в культуре и обществе намного тяжелее, чем бороться оружием. Однако именно утверждение через СЛОВО – единственный продуктивный путь утверждения языка, народа, который может привести к установлению мирных взаимоотношений курдского и арабского культурного пространства.

Список литературы

1. Гачев, Г. Ментальности народов мира / Г. Гачев. – М. : Алгоритм, Эксмо, 2008.
2. Бахтиар Али. Интервью [Электронный источник].
3. Бахтиар Али. Город белых музыкантов.

ЖУРНАЛИСТИКА КАК ОРУДИЕ ФОРМИРОВАНИЯ КУЛЬТУРЫ НАЦИИ

ТОТАЛИТАРИЗМ В ОЦЕНКЕ ДОКУМЕНТАЛЬНОГО КИНЕМАТОГРАФА

М. В. Петрова

(Ярославль, Россия)

TOTALITARIANISM IN JUDGEMENT OF DOCUMENTARY CINEMA

M. V. Petrova

(Yaroslavl, Russia)

Abstract. Unacceptable exploitation of the memory of generations in today's information war. Documentaries allow us to estimate the full extent of the consequences of the existence of fascism and bolshevism, but the categorical and identify differences.

Key words: documentary film, propaganda, fascism, bolshevism, historical memory.

Время отделяющая нас сегодня от событий Второй мировой войны стремится к вековому рубежу. Выросло ни одно поколение, которое знает об ужасах фашизма понаслышке, в большинстве своем, до конца не вдаваясь в масштабность и весь ужас реальных последствий распространения этой идеологии в мире. Но так или иначе любое упоминание фашизма стало понятием, которое вмещает в себя представление о наивысшем, абсолютном зле, с которым вряд ли что можно сопоставить.

Сегодня трагическая ситуация в Украине заставляет нас по-новому посмотреть на фашизм в силу активной эксплуатации этого понятия в СМИ, где идет не только пропагандистское сопоставления ситуаций расцвета фашизма в Германии с событиями и военными действиями в Украине, так и явная подмена понятий и смещение акцентов. Разобраться в истинности происходящего, пожалуй, предстоит

последующим поколениям и то только в том случае, если они смогут вырваться из плена предвзятости и черной пропаганды.

Но влияние пропаганды настолько велико, а технологии так изобретательны, что в любом заявлении или сообщении сегодня невольно подозреваешь пропагандистский налет. А когда с помощью современных пропагандистских стратегий в условиях ожесточенной информационной войны усиленно формируется картина мира современного человека по законам военной пропаганды (сформированными еще лордом Понсонби), то такому влиянию крайне сложно что-либо противопоставлять.

На этом фоне закрытости и избирательности информации, при общей видимости ее свободного существования, документалистика дает возможность самостоятельного анализа, поскольку обращает нас прежде всего к реальным документальным источникам. Правда, не без оговорки, за которыми стоит исторический контекст создания фильма и идея их авторов.

В силу того, что разговор о сути фашизме неизменно выходит на уровень исторического обобщения тоталитарных систем, где наиболее частая параллель возникает с большевизмом, то подобный вектор сопоставления и был обозначен с точки зрения выбора документальных фильмов: фильм М. Ромма «Обыкновенный фашизм» 1965 г. и фильм Е. Цымбала «Обыкновенный большевизм» 1999 г.

Выбор первого фильма неслучаен, поскольку трудно среди на сегодняшний день многочисленных документальных фильмов о Второй мировой войне и об ужасах фашизма найти что-то более впечатляющее и запоминающееся. И хотя фильм и его создатели не были избалованы со стороны официального признания (Приз «Золотой голубь» и приз кинокритиков на VIII международном кинофестивале документальных фильмов в Лейпциге), после просмотра остается неизгладимое впечатление.

Благодаря тому, что М. Ромм оставил развернутое воспоминание о предыстории и самом ходе создания фильма, мы можем оттолкнуться от его слов по поводу самой идеи фильма: «Как-то я сидел в компании сравнительно молодых людей. Старшему из них был 31 год, младшему – двадцать три. Зашел разговор о фашизме. Зашел в связи с тем, что по телевидению передавалась международная хроника и в ней – кадры, показывающие современных фашистов: не то в Аргентине, не то западногерманских реваншистов, точно теперь не помню. И оказалось, что молодежь, родившаяся перед самой войной или незадолго до неё, понятия не имеет, что такое фашизм в самом существе своем. Война для них – далекое воспоминание детства,

прошлое их отцов, война ушла куда-то очень далеко. Они, конечно, много слышали и читали о фашизме, но не всему до конца верили из того, что слышали и читали. И их удивило мое волнение, страсть, с которой я говорил о фашизме. Они не придавали большого значения фашизму, вернее сказать, они считали его мертвым, а некоторые даже склонны были полагать, что в разговоре о фашизме много преувеличений»[1].

Странно читать эти строки, поскольку забвение памяти это проблема, с которой постоянно сталкиваемся мы сегодня, но, как оказывается ставшая актуальной значительно раньше.

Документальный фильм-размышление, фильм-разговор обретает цельность благодаря комментарию М. Ромма на всем протяжении фильма. Авторами сценария стали молодые коллеги режиссера: Майя Туровская и Юрий Ханютин. Фильм протяженностью 138 минут не утомляет и не раздражает, поскольку для создателей были важны не столько ужасы войны, сколько сама предыстория формирования фашизма. Фильм, выстроенный как книга по главам концентрирует свое внимание на том, как незаметно фашизм проникает в нашу жизнь и как в своей незатейливости, обыкновенности по началу никто и не мог предположить в какого монстра вырастит в дальнейшем. В итоге из 20 глав 7 глав посвящены предыстории прихода Гитлера власти.

Режиссерская работа фильма такова, что художественный опыт М. Ромма и здесь дал себя знать, не смотря на обилие фото- и видеохроники, присутствующей в фильме. Принцип контрастных столкновений настоящего и прошлого, создающих своеобразный ритм повествования, подчеркивает идейную концепцию фильма. Как отмечал С. Фрейлих « в «Обыкновенном фашизме» «как бы слились «игровой документализм» Эйзенштейна и «документальная стихия» Шуб и Вертова. При этом от Эйзенштейна идет «монтаж аттракционов», от Шуб – творческое переосмысление документального материала, а от Вертова – искусство съемки «жизни врасплох» с тем, чтобы построить на ее основе собственную концепцию» [3].

Получился философский разговор со зрителем, но очень личный и проникновенный, запоминающейся иронией автора. Монологическая форма беседы не оставляла зрителей равнодушными. И хотя сегодня все чаще можно встретить комментарии о том, почему же М. Ромм не касался в своем фильме сопоставления с советской системой и с большевизмом, стремясь обвинить авторов фильма в работе на соответствующие пропагандистские задачи, фильм никого не оставлял безучастным и для этого вовсе не нужно было бесконечны-

ми мучить зрителя сценами насилия и жестокости, а достаточно обратиться к фотографиям узников Освенцима, глаза этих людей стали одним из сильнейших эпизодов в фильме. А для тех, кому так необходимо это сопоставление нужно уметь читать между строк или обратиться к фильму уже постсоветского периода нашей страны «Обыкновенный большевизм» с подчеркнутым отсылком к фильму М. Ромма.

В документальном фильме режиссера Евгения Цымбала «Обыкновенный большевизм» центральной фигурой, как озвучил в одном из интервью автор фильма, стала фигура Ленина. Фильм о том «как цинично и безжалостно реализовывались ленинские идеи в России. О большевистском терроре, об организованном большевиками голоде, о ГУЛАГе, о совместных акциях коммунистов и фашистов, о подавлении гражданских прав и свобод, о насилии над народом. Фильм построен на уникальных архивных материалах, большая часть которых до последнего времени была Государственной тайной. Это подлинная история России за последние 90 лет» [2].

На протяжении всего просмотра 76 минутного фильма, в котором сосредоточено исключительно документальная хроника в сочетании с выдержками из высказываний вождя и цитатами официальных документов, не покидает мысль о субъективности авторов фильма. Хотя сам режиссер отвергает подобные упреки: «Многое зависит от того, насколько глубоко ты копаешь материал. Упреки же в субъективизме я не принимаю. Любое творчество субъективно, это всегда версия создателя. Но я стремился к максимальному соответствию историческим фактам. Конечно, многое осталось вне поля зрения, это недостаток, но тогда надо было делать не часовую картину, а двухсотсерийный сериал» [4].

Авторский союз сценаристов Эдуарда Володарского и Владимира Железнякова свою работу (по их собственному признанию) в большей степени адресовали молодежи, которая плохо представляет исторический контекст существования большевизма.

И все же несмотря на то, что иллюстрированные киноархивными документами факты давно известны, картина смотрится с интересом. Текст, который мастерски читает Михаил Глузский, и хроникальные кадры точно подобраны, подчинены главной мысли.

Оба документальных фильма с разницей в тридцать один год, акцентируя внимание зрителя на разных тоталитарных системах: фашизме и большевизме тем не менее подчинены одной общей задаче: не дать забыть об ужасающих фактах истории и не дать повториться подобному сегодня.

Список литературы

1. Ромм, М. Обыкновенный фашизм / М. Ромм // Скепсис. Научно-просветительский журнал. scepsis.net Библиотека журнала Скепсис>id_1174.html, свободный. Проверено: 12.09.2014.
2. Короткова, С. Большевики прищипывали историю / С. Короткова. – URL: [gazeta.zn.ua](http://gazeta.zn.ua/CULTURE/evgeniy_tsymbal_bolsheviki)CULTURE/evgeniy_tsymbal_bolsheviki, свободный. Проверено: 7.10.2014.
3. Фрейлих, С. Контакт с историей / С. Фрейлих // Искусство кино. – 1968. – № 10.
4. Цымбал, Е. О фильме «Обыкновенный большевизм» / Е. Цымбал. – URL: voin-white.livejournal.com>4385.html, свободный. Проверено: 12.09.2014.

ФОРМИРОВАНИЕ ГЕНДЕРНОЙ РОЛИ ЖЕНЩИНЫ В СОВРЕМЕННЫХ СМИ

Е. Н. Сердобинцева

(Пенза, Россия)

FORMING OF GENDER ROLES OF WOMEN IN MODERN MEDIA

E. N. Serdobintseva

(Penza, Russia)

Abstract. This article shows the system of values of the modern woman, represented by different popular women's magazines. The study is based on an analysis of keywords in publications.

Key words: keywords, gender, family, woman, mother, career interests.

Журналистику не случайно называют «четвертой властью». В современном обществе ее влияние огромно. Оно распространяется не только на индивидуальную личность или на группы людей, оно подчиняет себе целые социальные институты, навязывая те или иные стереотипы мышления, формируя менталитет нации.

Институт семьи представляет основу общества. Однако в последнее время заметно изменились социальные роли мужчины и женщины, изменились представления о гендерных функциях. Значительную роль в этом процессе играют СМИ. Определение ценностных стереотипов, представляемых в современных журналах гендерного типа, составляет актуальность данного исследования. Для исследования мы выбрали популярные журналы с высоким тиражом издания.

Журнал «Домашний очаг» уже названием определяет тематическое направление и аудиторию. Популярный журнал предназначен женщинам от 25 до 50 лет с широким диапазоном социального статуса: от рабочих и домохозяек до специалистов и руководителей (последние категории занимают приоритетное положение и преобладают). Сам журнал свою аудиторию описывает следующим образом: *«Наша типичная читательница – женщина от 25 до 45 лет, которая имеет детей и, самое главное, для нее важны традиционные «женские ценности», она заботится о своем доме и своей семье».*

Семиотическое исследование рубрик издания выявило языковые единицы, называющие важные для женщины сферы жизни: семья, дети, дом, еда, здоровье, карьера, красота, мужчина, развлечения, отдых. Анализ публикаций позволил определить образ женщины, предлагаемый журналом своей аудитории. Важное место в жизни современной женщины занимает семья (выделены ключевые слова: *брак, жена, муж, женат, жениться, замуж, замужем, свадьба, супруга, супруги*), однако на первый план выходит роль матери. Причем «Домашний очаг» считает, что воспитывать ребенка должны сами родители, и роль матери важнее в этом процессе в два раза.

Большое значение в жизни женщины имеет образование. В материалах журнала выделяется группа слов, объединенных данной тематикой: *учиться, книги, институт, учить, развитие, самоопределение, читать, школа*. Не меньшее значение придается вере в Бога, на что указывает соответствующая тематическая группа: *вера, Бог, монастырь, храм, церковь*. Женщина также должна всегда думать о будущем, быть оптимисткой, уверенной в себе.

Выполняя несколько социальных ролей в семье (*мать, жена, дочь, племянница, любовница*), женщина должна заботиться о близких, проявлять любовь, уважать их личное пространство, так же, как и близкие должны уважать личное пространство женщины. Чтобы вызывать любовь мужчины, она должна уделять внимание своей внешности. Как хозяйка женщина заботится о чистоте и уюте дома.

Работа, карьера не играют определяющей роли в жизни женщины. Они нужны ей для материальной обеспеченности, которая необходима для ухода за внешностью и отдыха.

Таким образом, журнал «Домашний Очаг» интерпретирует роли женщины в обществе по традиционной схеме. Главной ценностью для женщины является семья. Личный успех, карьерный рост, высокий доход не слишком важны для современной женщины, по мнению издания. К этим целям должен стремиться мужчина, материально обеспечивающий семью.

Журнал «Mini» объемом тиража приближается к «Домашнему очагу». «Mini» – гляцевый журнал маленького формата для женщин 25–35 лет, «которые живут по максимуму». Позиция «Mini» выражена в слогане «Ваш гид по красивой жизни». Большинство читателей по социальному статусу – служащие, специалисты, студенты, то есть люди, заинтересованные в карьерном росте. Более 50 % читателей холосты или не замужем, что демонстрирует незначительный уровень приоритета семьи.

Социальные роли женщины, выявленные путем семиотического анализа рубрик издания, представляют тот же список, что и журнал «Домашний очаг». Однако частотность использования ключевых слов *чувство* и *эмоция* с преобладанием последнего говорит о том, что здесь позиционируется важность не длительных отношений, а эмоционального фона данного момента.

Исследование тематических групп ключевых слов публикаций данного издания показал, что важным для женщины является сохранение внутренней гармонии и душевного благополучия. Современная женщина должна обладать высоким уровнем интеллекта (*интеллект, ум, учиться, знание, институт* и др.) и независимостью, для чего ей необходимо иметь различные увлечения, хобби (*Обязательно заведите пару-тройку увлечений, чтобы у мужчины не возникло ощущения, что вы повисли на нем мертвым грузом* – № 1, 2013).

На первое место для женщины выходит престиж и его элементы – слава, деньги, известные марки напитков, одежды, косметики и т.д. Работая в коллективе, женщина стремится стать лидером. В профессиональной деятельности для женщины важны, прежде всего, уровень дохода (*зарабатывать, подрабатывать, доход, зарплата, расчет, финансы*), творческое самовыражение (*креатив, творческий, самореализация, способности, талант, успех*) и возможность карьерного роста (*повышение, профессиональный/карьерный рост*). Редакция журнала выражает мнение, что работа, в которой нет перспективы карьерного роста и развития, не может интересовать современную женщину.

Однако социальные роли матери, жены, хозяйки «Mini» не отменяет, но трактует их несколько иначе, чем рассмотренный выше журнал. Семья должна строиться на основе *любви* и *страсти*, в ней должны преобладать *забота, нежность, согласие, доверие*. В семейной жизни для женщины наиболее значимы дети, воспитание которых ложится на обоих родителей, большая ответственность отводится матери (этот тезис однозначен позиции «Домашнего очага»). Но способ существования женщины в семье резко отличается от образа в уже рассмотренном издании. В «Mini» роль женщины в семье – *контролировать, поучать, управлять* не только детьми, но и мужем, а также другими родственниками.

Проведенный лексико-семантический анализ вскрывает парадокс позиции журнала «Mini»: в семейных отношениях должно быть равенство, но при этом женщина имеет право манипулировать своим партнером, заставляя его принимать решения, которые выгодны ей.

Дом, как и отдых, позиционируется как средство демонстрации материальной обеспеченности, престижа и вкуса.

Журнал рассматривает как естественную роль любовницы. Публикует советы о том, как удержать мужчину. Здесь на первый план выходит тема секса, в котором женщина должна быть раскрепощенной и многообразной (*близость, половой акт, секс, сексуальная жизнь, поза, позиция, желание, разнообразие, сексуальная раскрепощенность, сексуальные ощущения* и т.п.). Затем следует тема внешней привлекательности, поэтому женщина должна следить за своей внешностью (*внешность, уход, красивая, парикмахерская, кожа, лицо, тело, жир, складки на животе, спорт, стройная, талия, целлюлит, косметика, косметологи, крем, макияж, парфюм* и т.п.).

Отношения с родственниками, по мнению редакции журнала, для женщины не важны, поэтому лексико-тематическая группа данной тематики представлена единичными словами (*бабушка, дедушка, родственники, свекровь*). Современная женщина, по мнению журнала «Mini», не должна зависеть от родственников, заботиться о них. Чем больше они мешают личной жизни женщины, пытаются влиять на атмосферу в семье, тем сильнее необходимо сопротивляться их влиянию.

Таким образом, журнал «Mini» отступает от традиционных ценностей женщины. Семья уходит с первых позиций, предоставляя место карьере и материальной обеспеченности.

В демократическом обществе естественно существование разных мнений и взглядов. Однако не следует забывать об обучающе-воспитательной роли журналистики. Подрывая авторитет семьи с ее традиционными ценностями, мы подрываем устои общества в национальном масштабе. В современном обществе уже заметна проблема: успешной в профессиональном отношении женщине зачастую трудно создать нормальную семью. Возможно, следует рекомендовать СМИ пропагандировать традиционные ценности для гендерной роли женщины в современном обществе.

СПОСОБЫ ПРИВЛЕЧЕНИЯ ЗРИТЕЛЕЙ К КИНО ЭРОТИЧЕСКОГО СОДЕРЖАНИЯ НА ПРИМЕРЕ НЕСКОЛЬКИХ ПУБЛИЦИСТИЧЕСКИХ ЖУРНАЛОВ

Г. Филип

(Жешув, Польша)

WAYS OF PERSUADING VIEWERS TO EROTIC FILMS ON THE EXAMPLES OF SELECTED JOURNALISTIC REVIEWS

G. Filip

(Rzeszow, Poland)

Abstract. The article tackles the issues of persuasion, moral taboos and journalism. Modern media, such as newspapers, television and the Internet, has a huge role in the violation of a taboo. The author stresses the fact that «Poles are reluctant to undertake such topics as sexual life, death, family matters or serious illnesses, if they concern them directly.

Key words: persuading viewers, moral taboos, erotic films, journalistic reviews.

This work tackles the issues of persuasion, moral taboos and journalism. I understand persuasion according to T. Zgulka as a rhetorical device used to change the recipient's attitude, their knowledge, views, system or hierarchy of values [11: 23]. On the other hand, A. Dabrowska defines language as a cultural taboo or linguistic prohibition on bringing up certain topics and cultivating certain habits and behaviors. Modern media, such as newspapers, television and the Internet, has a huge role in the violation of a taboo. The author stresses the fact that «Poles are reluctant to undertake such topics as sexual life, death, family matters or serious illnesses, if they concern them directly. In contrast, they have great pleasure of listening to this when it relates to others, especially famous people (actors, politicians, celebrities)» [1 and 2]. T. Zgulka draws attention to the rhetorical value of the rules associated with tabooization. Thematic, as well as lexical (banned words) tabooization can function in statements as additional elements and components of the art of persuasion [11: 24]. It can, therefore, be assumed that just the undertaking and exploration of sexual themes becomes a rhetorical device or, at least, arouses the interest of the recipient.

In the Polish cinematography sexual subjects are not an isolated theme. Native filmmakers are continuing the tradition of moral and social cinematography. Among the main trends of Polish feature film we can mention the following: Polish school (reckoning with the past), small realism, the author film, literary historicism, the cinema of moral anxiety, martial law, the need for truth, independent film, and after the year 2000 also genre films referring to the American models as the desired image of Poland created in colourful magazines [6]. This does not mean that Polish films lack of sex scenes, but critics point out the cultural blockade in this respect¹.

The base materials of the linguistic and pragmatic analysis are the texts of reviews collected in Volume 4 of *Cinema Pearls. Film lexicon of XXI century*, entitled *Love and Sex* [5]. There are critics of foreign production (one Polish movie) dating back to the 30s of last century up till the early twenty-first century. The whole lexicon consists of 5 sets of reviews on various film genres: sensation films, fiction, ecranization of literature, comedies and animated films. Films discussed in the analyzed part of the lexicon appeal to other than in previous volumes needs of the viewer. According to T. Raczek the volume includes discussion of pleasure as a worldview, as well as purely emotional and sensual phenomenon. In relation to other genres, issues raised in the volume *Love and Sex* are often of provocative nature. Raczek writes: «Conversations with Mr. Zygmunt were extreme experiences comparable to bungee jumping, they were refreshing, mentally strengthening, allowing to find the flavor of life. [...] I loved those moments when, thanks to films, we expanded the boundaries, pushed the limitations, eliminated all sorts of taboos» [5: 5]. In turn, Kaluzhynski arguments the variety of talks on erotic themes, by changes in film, as well as customs: «I recall with pleasure that old glove of Rita's, Sir. Historically, erotic cinema was allusive, it generated certain poetry. Today, it has a different character» [5: 7].

In accordance with the textology definitions the structure of a review is tripartite: description of the movie (initial information part, the introduction), analysis (summary of the plot and evaluation) and the ending. The essential characteristics of the genre are also considered to be various lexical devices creating the effect of perlocution [7: 113; cf. also 10 and 4]. This function can perform both types of arguments and interpretation premises, as well as linguistic, stylistic and pragmalinguistic exponents of

¹ This subject has been recurrently discussed, in programmes such as TV magazine *The Departure Lounge* of 11.01.2013 entitled *Fifty faces of sex or what we know about sex ?*

expression, as well as semantic roles created by the critic as the sender of the text. The problem of semantic roles and the exponents of expression is more broadly discussed elsewhere [3 and 4]. A suggestive element of the review is also a graphical assessment of the film with a star. In the analyzed set the scale is 1 to 5, corresponding to the quality of movies as: bad, poor, good, very good, outstanding.

Among the arguments adopted in rhetoric, in the selected sample material our attention is drawn to the argument referring to passion (Lat. *Argumentum ad passiones*), recognized as a method of persuasion, because the one who uses it does not rely on the truth, but on what the listener will accept due to their prejudices, desires or inclinations [8]. This method of persuasion to the movies takes different concretizations on mental and physical aspect of love. A critic presenting their own assessment refers to the fundamental principles of nature. Hence, they define the *fate of love* as *one of the most powerful feelings, but independent of the will, which can strike with madness and become absurd when given to the people who do not reciprocate* (MS / GR 78)¹, while *the emotion of eroticism is the greatest force that exists in human biology* (89), *hormonal reflex* (285). The critic is aware of the insufficiency of the argument of nature, and therefore stresses the humanistic dimension of eroticism, claiming that sex for sex enriches the heart, is just as valuable from a humanistic point of view as any other human feeling (125). Therefore, since sensual love is an integral part of human nature, it may be an equally good film subject. Kaluzhynski does not agree with the cultural taboos and convinces the recipient that it is: *the most dismal education, taught for years due to dissimulation, hypocrisy, prohibitions, and that led to so much misery, madness, crime, because it put a mechanical slavery ban on one of the most fundamental of human activities* (88). The author lists additional arguments, eg. *joy and happiness*, as positive emotional values associated with erotic love, and devoted to these issues film representation he calls a *poem about the peak happiness offered by sex* (88). The persuasive function in this context is also given to the lexeme *poem* used in the sense of masterpiece – a thing of a high aesthetic value.

Kaluzhynski, known for his erudition and uncompromising views, finds also a justification for the extreme and aberrant expressions of eroticism in cinema, influencing the opinion of the reader by appealing to human inclinations and desires, as well as changes in morals, as in the pas-

¹ The passages cited are derived from the publication Z Kaluzhynski and T. Raczek [5]. Further in this article there are given only the numbers of pages from which the quotes are taken.

sages: *madness and perversion is a human being, it is also the bottom of their heart* (44); *admission of pornography is one of the manifestations of moral upheaval that has been made over the last three decades of the twentieth century* (32); *sex is getting less exciting; it results in the search for special stimuli; the simplest is multiplication of adventures, conquests, contacts. There is a second way: a search for uniqueness, eccentricity, perversion* (43); *in Almodovar we see the defense of sensitivity that needs an intercourse with someone who is on the verge of death* (220).

A way of convincing to a movie about sex is also through highlighting its role in overcoming prejudices, learning tolerance and raising the sexual awareness in the society. In such cases, the sender highlights the boldness and openness of presenting the problems, like in the Almodovar's film *Talk to Her*, nevertheless increases the value of the film, which can be seen as a way to attract the audience, who, sharing the views of the critic, has the opportunity to demonstrate tolerance.

The need for passion can be combined with other human desires and inclinations which are a peculiar setting for such feelings, such as a fairy tale in the film *Amélie* or risk of a car accident *as a seasoning for eroticism in Crash* (42). For a summary of the presented examples of persuasion with reference to the human inclinations it is worth quoting the Freud's opinion cited by Kałuzhynski that «if not for the fear of conception and infection, sexual intercourse would be a favorite parlor entertainment» (133).

This passage also illustrates another way of convincing – argument from authority, which is a justification of one's position by reference to the views of experts in the field. Instantiated differently authority (individual or collective) is an effective way of influencing the recipient who willingly believes an expert than an anonymously quoted opinion. In the case of love and sex as film themes, the range of authoritativeness is determined by the three sciences: sociology, sexology, and biology, to which the critic refers, raising the importance of their statements, such as in the following fragments: *sociologists even say that since the ancient times there has not been a similar freedom when it comes to male-female issues that are treated simply in a mechanical-clinical way* (73); *sexology has long claimed that there is no mandatory, natural way of intercourse* (73); *biologists simply state that a human is a predator and has the hormones of aggression* (204).

Perlocution efficiency increases when the profession and/or name of the experts are indicated. This information is often placed in the context of presenting or valuing the specialty of the cited authority. Freud's name often appears in such a function in the material – *such a specialist, such a*

researcher, the sage of gender issues (267), de Sade's name – his work is one of the French classics and is also respected by sexologists (204); Rostand – I read a book about human biology, written by Professor Rostand, where he says that in roughly 12 to 15 million years genders will assimilate with each other (266), or an artistic director of the Paris revue at the conference, at which Kaluzhynski was present – because the best striptease is the one that leaves something undisclosed. He said an interesting thing: when he engages girls to striptease, first of all he pays attention to the hands (264).

When discussing the issue of erotic films, rarely occurs a generalized authority indicated by using impersonal constructions: *liberalism is considered to threaten feelings (114)*; it is said that our time is the explosion of the need to destroy the rigors (161); *it has been spread already – that this is a film about great, tragic, final, shocking, definitive love (227)*. Due to their morphological construction the impersonal structures are actually a denial of the authority, as they indicate the vagueness of the agent not excluding their existence. Impersonally expressed opinions, however, gain perlocutional power as part of the critic's speech, who is a specialist in his field and, in addition, a scholar with extensive encyclopedic knowledge. This strategy of acquiring the reader is close to consent-based argumentative strategy.

Another argument *ex concessis*, i.e. from the consent or approval, is a method of persuasion based on the conditions in which the person to whom the argument is directed believes [8: 65]. It is a convenient and effective method of obtaining the reader, because the critic presents their own position, speaking «with the consent» of the recipient and assuming that the recipient is a partner in the discussion on the film, shares a common core of knowledge. The lexical signals of such consent are the constructions as following: *I think* «the movie is excellent» (83) «doubtful» (202) «this film is not about homosexual love» (283); *to me*: «this is the greatest triumph of cinema» (154); *in my opinion*: «the movie is a big step forward when it comes to progressive drama films» (161); *I think that* «you will be closer to the film than I am» (102); *I feel*: «the movie introduces new erotic culture» (124); *it seems to me that* : «what is really a novelty in this film, is the treatment of the contemporary moral problem in a new way, as it has never been treated before» (111).

M. Szulczewski emphasizes that critical statements combine promotional activities, cognitive and evaluative procedures, while the dominance of cognitive-evaluative procedures over advertising ones raises the level of the review [7: 112-114]. This feature can be applied to the analyzed reviews. The positive or negative (antvalue) value takes in the

statements various concretizations depending on the evaluation of the film. On the one hand, the value of melodrama or erotic film may be its *genius, originality, rarity, uniqueness*, on the other hand, the antyvalues are *stupidity, naivety, oddity, deception* of the film. The critic is not limited to categorical statement of values or antyvalues, but arguments their opinions, specifying the nature of the discussed characteristic. Such statements are often based on the phrase *rely on something* with the meaning 'to be rooted in something, to have a reason in something' introducing the sentences which complement the content, as in the examples:

«Of course, Sir, because *this is the foundation of the American genius* which combines popularity, commercialism and mass success with a certain worldview» (193)

«But *the originality of our Amelia lies in the fact* that she does not have a global mission, she just looks for those invisible, those who are never noticed – the small losers ...» (10)

«*Human originality of this film lies in the fact* that this luxury, this carelessness, this wealth, this seemingly easy game, superficial foam bring you the truth about passions, moreover – about cruelty» (150)

«*Meanwhile, the originality of* «Man – object of desire» *is that there is no intention of restitution. Nobody is trying to convince us to anything*» (163)

«Porn? Horror? Abomination? Not at all. *One of the most original films* with the fragments that are aesthetic achievement; in the strangest mood of surreal vision. In fact, the tragedy featuring beastie misery of human sexuality» (28)

«But the *assumption was indeed original*, shocking and outrageous: it is the first film in the history of cinema on the car sadistic eroticism» (42)

«*An original film*, which consists of a series of successive surprises. This time it is moral surprises with no end in sight» (57)

«*This is an original attempt* of moving to the screen the modern painter's vision of the world» (145)

«*The story of this unusual pair is the great originality of the film* through which, up to this day, its emotional emanation has remained alive» (187)

«The analysis of the human heart wafted from the screen, which has been the specialty of Flaubert, Proust, Gide. *A rarity in today's cinema*» (246)

«This movie *is absolutely unique*, what may appear to be an exaggeration, given that its intention is tolerance, which is a topic that cinema has always treated with openness» (189)

The negative valuation is often associated with a strong, colloquial expression, as illustrated by the fragments:

«But if *we see stupid people with stupid problems, boring us* for two hours, then I answer – NO!» (53)

«The first part of the film is *such rubbish that it makes me feeling stunned*» (167)

«Here his [Robin Williams'] *naivety was brought to imbecility*, and his sentimentality even to *stupidity*» (167)

«Maybe with the exception of the Nazi cinema, which was in this respect [tolerance] *oddity* in the history of cinema: aroused hatred towards Jews, Poles, Russians, the English and so on.» (189)

«I would add that the biggest *drawback of the film* is the lack of perversion» (267)

«And I expect, Sir, the truth, and *I think it is a scam here*, so that the representation of those women as lesbian, and that paramour as a gigolo lover, is a mechanical, superficial gimmick that has to awaken the public interest» (287)

«In contrast, making such a film – supposedly Polish, allegedly homosexual, allegedly daring, but only stupid – this is *abuse, shallowing and fraud*, of which I feel the victim» (288)

«So, on the occasion of the triple scandal *we feel triple cheated* and we can go to Miss Lynch's movie only to see how currently a sensation is being shammed» (293)

The passages of criticism quoted above contain verbs in the first person plural, eg. *we are watching stupid people, we feel cheated*. The connotation of the personal pronoun *we* means here the critic and the reader. The presence of such forms is aimed at involving the reader into the creation of the review together with the expert, which increases the persuasive effectiveness of the text. This is another narrative technique by which the recipient is put on a par with its sender.

Another method of persuading the reader in the analyzed reviews is appealing to the tradition. This strategy refers to the argumentum ad antiquitatem (argument referring to antiquity), which consists in deriving the rightness of one's views or high value of something based on the fact that a particular thing / phenomenon / view is of ancient lineage [8: 49]. Filmmaking tradition dates back to the turn of the XIX and XX century and in this sense most often occurs as an argument in reviews of movies about love and sex. To convince the reader of the rightness of their position a critic refers to eg. *the history of cinema* or *the great era of cinema* as in the examples:

«*The history of cinema has seen three powerful empresses of sex: Greta Garbo, Marlene Dietrich and Marilyn Monroe. And the court princesses: Jean Harlow, Rita Hayworth, Gina Lollobrigida*» (180)

«The film is top of the list of success in America. Why? Because it revives this genre from the great era of cinema recently neglected: a romantic comedy about love overcoming obstacles, starring the idols like Greta Garbo and Ingrid Bergman» (221)

In the quoted passages nouns *history* and *the era* through their meaning 'events, facts from the life of society', and 'period, which is one of the stages of history' [9: 499 and 551] raise the profile and emphasize the longevity of the film tradition. This concept can be clarified in the text as «history of French cinema» (132); «Great American style» (215); «American cinema» (194), «new wave tradition» (210). Traditional might also be film techniques such as : «*The assumption is traditional: we have a homosexual relationship, played by two good actors (Robin Williams and Nathan Lane)*» (119).

In order to influence the recipient the critic also refers to the tradition of erotic culture in Europe, arguing their position using examples from classic Polish, German and French literature, eg:

«Eroticism is laundered out of the tradition of romantic classics majoring in our culture; and not only ours, and not only when it comes to sex: even the fulfillment of love is a dramatic difficulty. Mickiewicz could not lifelong get rid of the despair that he was not able to rejoin with Maryla and dedicated half of his literature to this defeat. Goethe's Werther committed suicide because Lotte was unavailable to him. Faust sold his soul to the devil, only to organize his affair with a seamstress, that today is doable for any student»(32)

«And the interesting thing, Mr. Thomas, that in France «The Empire of Senses» *has been compiled with the great classic*, respected there by those who are engaged in erotic culture, that is, with *Marquis de Sade*» (89).

«*With us this story is less known, while in France it is very popular and has already been the subject of many literary adaptations, and even music ones. Bluebeard has murdered his six wives, and only the last, the seventh one discovers his bad character, changes it for good and enlivens those dead girls*»(108)

The effectiveness of persuasion increases when various ways of persuading the recipient are combined in the structure of the critical statements. The critic is aware of this, so in their texts arguing by reference to the tradition goes hand in hand with an argument from authority, example and consent.

References

1. Dąbrowska A, Zmiany obszarów podlegających tabu we współczesnej kulturze // Język a Kultura. 2008. – No20. – S.175-176
2. Dąbrowska A. Wstęp // Język a Kultura. Tabu w języku i kulturze. 2009. – No21. – S.7-11
3. Filip G. Semantyczni roli mowca w kinokrytyce Zygmunta Kałużyńskiego // Styl i tekst. 2011– N°X. – S.194-202.
4. Filip G. Mistrzowie gry na argumenty – Z. Kałużyński, S. Treugutt, Z. Bieńkowski. 2013
5. Kałużyński Z., Raczek T. Perły kina. Leksykon filmowy na XXI wiek. Miłość i seks. – T. IV., 2006
6. Plisiecki J. Film i sztuki tradycyjne. 2010
7. Szulczewski M. Publicystyka. Problemy teorii i praktyki. 1976
8. Szymanek K. Sztuka argumentacji. Słownik terminologiczny. 2004
9. Szymczak M. red. Słownik języka polskiego. – T. 1., 1988
10. Zaśko-Zielińska M. Recenzja i jej norma gatunkowa // Poradnik Językowy. 1999. – S. 96–107.
11. Zgółka T., 2009, Retoryka tabuizacji // Język a Kultura. 2009. – N°21. – S.23-29

МЕЖКУЛЬТУРНЫЕ СВЯЗИ В ЖУРНАЛИСТИКЕ

ПРОБЛЕМА ОТРАЖЕНИЯ КУЛЬТУРЫ ИНДИИ СРЕДСТВАМИ РОССИЙСКОЙ ПЕРИОДИЧЕСКОЙ ПЕЧАТИ

Т. Д. Михайлова

(Пенза, Россия)

THE REFLEXION'S PROBLEM OF INDIA'S CULTURE BY ACTUAL PRINT MEDIA

T. D. Mikhailova

(Penza, Russia)

Abstract. The article deals with the formation of the image of India in the Russian periodical press. During the analysis of journalistic materials Russian press were identified methods and techniques that recreates the Indian culture. On concrete examples show what mechanisms are journalists Russian magazines in describing Indian color.

Key words: India, state image, culture, actual print media.

Индию и Россию связывает многовековая история, что обуславливает изучения культуры этого южно-азиатского государства. Настоящая статья продолжает традиции актуального научного направления в журналистике, предполагающего изучение этнокультурных ценностей через их репрезентацию в средствах массовой коммуникации [1:14]. В рамках данного исследования акцентируется роль периодической печати в отражении культуры Индии.

Так, журнал «Architectural digest» на своих страницах поднимает вопросы, касающиеся современной архитектуры Индии. В статье Хельги Отнен-Жирар «Дом в Сурате» [2:1] говорится о доме индийского бизнесмена. Эта публикация – не просто о своеобразии индивидуального подхода к оформлению своего дома, но и источник знаний об индийских традициях. «В нашем бизнесе многие важные ре-

шения принимают во время неофициальных встреч: для этого мне был нужен современный дом, который связал бы интересы семьи и бизнеса и производил на гостей нужное впечатление», — объясняет Дилип Сангви, герой материала. Посредством использования речевой характеристики автор текста обращает внимание читателя на традиции ведения бизнеса с учетом национальных особенностей взаимоотношений, важны для создания их оптимального устройства и сведения об оформлении домашнего убранства.

Самый большой объем знаний об Индии, ее истории и культуре, обнаруживается в номерах разных лет журнала «Вокруг света». Статья Евгения Мирзоева «Искушение греха в чувственном наслаждении» [3:4] посвящена происхождению храмов в Кхаджурахо. В начале публикации дается легендарная версия появления 85 храмов, затем автор предлагает более прозаическую версию для любителей истории. Композиционно материал выстроен таким образом, что ее центральная часть является наиболее информативной. Именно здесь автор предлагает развернутые сведения об архитектуре Индии в ее религиозной интерпретации: «X–XII века были временем расцвета индуистской храмовой архитектуры Северной и Центральной Индии перед их завоеванием мусульманами. Храмы Кхаджурахо — без сомнения, самые яркие памятники той эпохи. Среди храмов Кхаджурахо есть и джайнские, посвященные джайнским святым-аскетам. Но наиболее известны индуистские святилища, центры культа главных индуистских богов Шивы и Вишну». Завершается статья описанием ситуации сегодня. Автор вводит понятие эротики как составляющей части современного искусства Индии: «Из восьмидесяти пяти храмов время сохранило только двадцать четыре. Теперь всемирно известный храмовый комплекс превратился в притягательный объект для туристов и охраняется как памятник мирового наследия ЮНЕСКО. В марте здесь на фоне храмов, всё ещё излучающих живую энергию, проходит фестиваль исполнителей индийского классического танца». Яркая картинка и объемное повествование в данной публикации создается за счет использования журналистом легенд, описания древних традиций, приведения исторических фактов, в том числе и архитектуры («Храмы выстроены на высоких платформах и ориентированы по сторонам света»), скульптуры («Крупнейшие святилища: храмы Махадева, Вишванатхи (оба храма посвящены Шиве), храм Лакшмана (в честь Лакшманы — верного спутника Рамы, который считается воплощением Вишну) обильно украшены скульптурными барельефами, приближающимися иногда к круглой скульптуре»). Канву повествования составляют мифологические образы, ко-

которые показывают связь с образами языческого мира даже в истории современной Индии. В этом материале характерны причинно-следственные связи в попытке связать и сопоставить культурное развитие страны с обилием эротических скульптур («Очевидно, что распространение эротической скульптуры связано с некими общими культурными традициями той эпохи»). Рассматриваемый материал – иллюстрация того, что традиция индийской архитектуры связана также с особенностями климатических условий страны и является символом духовного развития нации («Спутницы богов и символы райского блаженства, они одновременно были напоминанием о соблазнах на пути духовного самосовершенствования»).

Таким образом, изучение периодической печати на предмет отображения индийской культуры позволяет сделать вывод, что существует и развивается российско-индийский диалог, который позволяет аудитории лучше понять культуру Индии через ее отражение в российских СМИ.

Список литературы

1. Рева, Е. К. Журналистика в межнациональном дискурсе: этнокультурный аспект / Е. К. Рева. – Саратов : Наука, 2013. – 136 с.
2. Отнен-Жирар, Х. Дом в Сурате / Х. Отнен-Жирар // Architecturaldigest. Самые красивые дома мира. – 2011. URL: http://www.admagazine.ru/inter/24932_house-in-the-daily.php#artheader (19.05.2014).
3. Мирзоев, Е. Искушение греха в чувственном наслаждении / Е. Мирзоев // Вокруг света. – 2009. – 7 сентября. – URL: <http://www.vokrugsveta.ru/telegraph/history/997/> (19.05.2014).
4. Рева, Е. К. Значение жанра интервью в раскрытии образа респондента как носителя национальных культурных ценностей своего народа / Е. К. Рева // Известия Волгоградского гос. пед. ун-та. – 2012. – Т. 73, № 9. – С. 75–78.

НАЦИОНАЛЬНО-КУЛЬТУРНОЕ СВОЕОБРАЗИЕ ЖУРНАЛА «НАНА»: СТАТЬЯ Д. МУЗАКАЕВА «ЧЕЧЕНСКИЙ НАРОДНЫЙ ТАНЕЦ»

Е. К. Рева

(Пенза, Россия)

NATIONAL-CULTURAL IDENTITY OF THE MAGAZINE «NANA»: ARTICLE D. MUZAKAEVA «CHECHEN FOLK DANCE»

E. K. Reva

(Penza, Russia)

Abstract. The publication presents an analysis of Article D. Muzakaeva ethnocultural aspect of studying in the creative content of the national magazine «Nana». Author identifies methods by which there is a representation of the culture of the Chechen people. Analysis of Article D Muzakaeva enables trace expressed in dance through his choreographic skills and symbolism distinctive traditions, folk customs.

Key words: national culture, Chechen magazine, representation, originality language.

Проникая в структуру журналистского материала, элементы национальной культуры относительно своей роли в тексте функционально неоднородны, что подтверждает необходимость изучения национальной периодической печати именно в контексте этнокультурной репрезентации. Выбор издания обусловлен высокой плотностью этнокультурной насыщенности его материалов и разнообразием творческих подходов к национальному самовыражению, идейной цельностью публикаций журнала, каждый из выпусков которого содержит богатые возможности для реализации заявленной нами темы.

Рассмотрим, в частности, одиннадцатый номер за 2009 г., полностью посвященный семидесятилетию Чеченского государственного ансамбля танца «Вайнах». Уже само это событие, организующее подборку материалов номера, ярко воплощает идею внутреннего выявления национального через следующие историко-культурные параллели: историю ансамбля «Вайнах» в качестве своеобразного зеркала судьбы чеченцев, реконструирующего с 1939 г. прошлое и отражающее настоящее чеченского народа; «Вайнах» как концепт

национальной чеченской культуры выражает самобытные традиции, обычаи и национальный этикет чеченцев. Другими словами, монотема рождает стержневые компоненты этнокультуры. Их выявление посредством разнообразных журналистских приемов в совокупности и способствует творческому самовыражению издания.

В структурировании номера нам видится искусный редакторский прием, заключающийся в желании дать высказаться разным авторам по одной теме. Важно, что их авторское видение ансамбля «Вайнах» в предложенных редактором публикациях совпадает, и это укрупняет прием репрезентации чеченской культуры и истории через творческую судьбу танцевального коллектива. Следуя канонам летописного жанра, один из авторов (читателю его имя не названо) придерживается строгой хронологии. Знаковым этапом, на котором он сосредоточивается, посвящен назначению художественным руководителем ансамбля Д. А. Музакаева. Свое продолжение эта мысль находит в следующей статье («Профессионал»), представляющей собой биографию этого человека. Еще раз подчеркнем логическую стройность такого построения рассматриваемого номера: редактор Л. И. Жумалаева структурирует этот выпуск таким образом (подчиняя его единой теме), что публикации дополняют друг друга. Так, биографический материал о Д. А. Музакаеве выступает своеобразной подводкой к статье «Чеченский народный танец», автором которой он и является. Кроме того, сведения о творческом пути Д. А. Музакаева, его компетенции в области хореографии усиливают степень доверия к положениям, высказанным в его авторском материале, где не просто рассказывается о национальном танце, а отражаются глубинные историко-культурные, даже сакральные основы. Композиционно статья начинается с того, что Д. Музакаев вспоминает депортацию, но в отличие от других авторов публикаций этого номера, он говорит о периоде реабилитации, когда народ вернулся на свою историческую родину. Оказалось, что «реабилитировать» нужно и культуру, которая за годы депортации была заимствована грузинами, на тот период времени законодателями хореографической школы. Автор обращает внимание на существенную этнокультурную деталь, которая не может не служить приемом творческого выражения национальной основы. Со знанием профессионала хореографического искусства, человека, хорошо понимающего родную историю, он пишет: «Грузинам всегда нравились чеченские танцы, чеченские мелодии. Это объясняется еще и тем, что издревле знатные грузинские семьи отдавали своих детей до совершеннолетия в горные чеченские семьи на воспитание, чтобы их воспитали настоящими мужчинами.

А когда ребенок получает воспитание, до сознательного возраста, он впитывает язык, культуру, нравы, темперамент, обычаи. Многие представители грузинского народа воспитывались на чеченской основе, это тоже сказалось на том, что грузины любят нашу культуру – и танцевальную, и певческую, и музыкальную» [1: 38].

В статье Д. Музакаева большое значение имеют этнокультурные элементы танца. Автор использует особый композиционный рисунок: законы танца сплетены с основами национальной психологии, нормами морально-этического поведения. Поэтому акцентирование роли танца в жизни чеченцев («... танец был всегда и везде повсеместен и уместен. И, как свидетельствуют историки, даже в самых экстремальных ситуациях, перед лицом смерти, чеченские воины просили дать им возможность станцевать, поскольку танец вводил их в состояние экстаза настолько, что после этого им было легче принять смерть. Ведь танец был не просто развлечением, но и способом выброса энергии», «Чеченский танец имеет свою мифологию, свои традиции, нарушать которые не позволялось никому» [1: 40]) иллюстрируется наглядными примерами, получающими глубокое смысловое наполнение. Д. Музакаев отмечает уникальность свадебного обряда, который, по его словам, представляет собой «целый пласт чеченской культуры, целый институт традиций и обычаев народа, его этики, нравственности, умения адаптироваться в обществе и быть в нем равным со всеми» [1: 40]. Этот комплекс увязан с танцевальной культурой, выдвигающей определенные правила для участников свадебного торжества. Автор отмечает, что «человек, пришедший на свадьбу, не имел права не уметь танцевать, иначе его считали некультурным и даже неполноценным» [1: 40]. Поэтому в систему воспитания ребенка включали обучение танцу, прививали осознание тождества между танцевальной и национальной культурой.

Содержательно статья обогащена принципом надлежащего, то есть знания и исполнения законов танца, что актуализирует положения публикации применительно к современным реалиям вольной интерпретации национального танца, вызывающей зачастую неодобрительную реакцию на него со стороны представителей других культур («У нас, чеченцев, практически любое мероприятие заканчивается традиционной лезгинкой. Но о традициях как раз многие и не знают. К примеру, в порядке вещей, когда в круг выходят одновременно несколько пар. А ведь это недопустимо, более того – оскорбительно. В древние времена такие нарушения заканчивались кровопролитием», «Право покидать круг всегда оставалось за девушкой, причем она могла это делать беспрепятственно и в любое время. А сейчас мы

зачастую видим, как девушкам не дают покинуть круг и могут даже указать пальцем, с кем хотят танцевать. Раньше такой человек мог стать даже изгоем» [1: 40]). Д. Музакаев, радеющий за сохранение культуры своего народа, видит основой грамотной ее пропаганды умение, поэтому в своей статье часто использует слова, обозначающие состояние с модальной окраской, *должен, должна, должны быть*. Например, говоря об особенностях национального чеченского танца, его экспрессивной манере исполнения, автор будто с нападением напоминает, что эта экспрессия, темпераменты должны быть внутренними, «сами же движения – сдержанными и благородными» [1: 41]. И здесь же, используя форму прошедшего времени глагола, он акцентирует культурную память, те законы, которые были предписаны предками. Тем самым его слова служат своеобразным обращением к молодому поколению: «Откровенное внешнее выражение внутреннего состояния, чувств во время танца считалось у чеченцев недопустимым» [1: 41].

Последующий материал статьи придает композиционное разнообразие общей логике публикации. Профессиональная деятельность автора проявляется и в слове, и в композиционных комбинациях. Анализируя текст, мы можем отметить, что мастерство создания хореографического орнамента на сцене как бы переносится и на умение Д. Музакаева отразить его в своем выступлении в печати: он разводит мужские и женские партии, отмечая при этом уникальность чеченского танца. От национальных танцев других народов Кавказа его отличает «разница между мужским и женским исполнением, как и в темпераменте и пластике» [1: 41]. Характеризуя женский танец, автор обращает внимание не на «сложность танцевальной лексики», а на метафорически сравниваемое с белой лебедью изящество: «... плывет девушка, очаровательны и грациозны движения ее нежных рук, полон внутренней красоты изгиб ее корпуса и головы»; образ летящей птицы дополняется «изящными линиями рук», «плавным скольжением танцовщицы по кругу» [1: 41]. Но и в описательных характеристиках, отличающихся эмоциональной выразительностью, Д. Музакаев придерживается принципа наставления-напоминания: «Ничего лишнего в движениях девушки быть не может. Голова приподнята, при этом глаза – слегка опущены. Она не должна поднимать их выше газырей и опускать ниже пояса, где висел кинжал. Разрешалось смотреть себе под ноги» [1: 41]. Будто следуя логике танца, автор и в этом фрагменте текста выводит кульминацию, что дает ему возможность включить в повествовательную структуру психолого-поведенческий компонент, имеющий этнокультурную основу. В

кульминационный момент танца, как отмечает Д. Музакаев, юноша, вставая на пальцы, демонстрировал свою силу и ловкость. Этим действием выражалось высшее проявление уважения к девушке. Знаковая система танца, которую использует в своей статье хореограф, представляет собой своеобразный кодекс общения между мужчиной и женщиной. Во время танца юноша мог в двух-трех словах признаться в чувствах к девушке, которая словами не отвечала. Автор статьи пишет: «Если она продолжала танцевать, то, считалось, что ей нравится его предложение и она согласна на дальнейшие отношения. Если же ей были безразличны его чувства, девушка заканчивала танцевать и, мило улыбнувшись и поклонившись, или слегка поаплодировав в знак благодарности, покидала круг. Все это делалось тактично, красиво, чтобы никто из окружающих ничего не заметил» [1: 41].

Это авторское замечание – своего рода переход к характеристике мужской танцевальной манеры, которая, как пишет автор, определяется свойствами чеченской ментальности, культурой этикета: «В мужском танце проявляется активное начало (юноша приглашает девушку), уважение к женщине (девушка завершает танец), уважительное отношение к окружающим» [1: 41]. Будучи верным своей логике, Д. Музакаев и здесь акцентирует критерии гендерного поведения в танце: «Мужчина не должен открыто выражать свои эмоции в танце, движения его могут быть экспрессивными, но экспрессия должна читаться не на его лице, а в подчеркнутом благородстве движений, строгой пластике, не допускающей излишней раскованности. При этом, в отличие от женского, чеченский мужской танец отличается большим разнообразием движений, сложностью и большим диапазоном ритма» [1: 41]. Как видим, требования к хореографическому мастерству выводятся через особенности поведения, обусловленные национальной культурой. Этим объясняется и символика танца. Говоря о хореографическом рисунке танца «Сай болар», Д. Музакаев отмечает: «... юноша парит, слегка касаясь земли. А руки – это подражание крыльям орла... А почему он их поднимает вверх – потому что мы горная нация» [1: 41].

Статья Д. Музакаева является одной из тех в журнале «Нана», которая особенно выразительно передает особенности национальной культуры.

Список литературы

1. Музакаев, Д. Чеченский народный танец / Д. Музакаев // Нана. – 2009. – № 11. – С. 38–43.

ЗАИМСТВОВАНИЯ В ЯЗЫКЕ СОВРЕМЕННЫХ СМИ КУРДИСТАНА: ТЕМАТИЧЕСКИЙ И ИДЕОЛОГИЧЕСКИЙ АСПЕКТЫ

О. В. Шаталова

(Липецк, Россия)

О. Пирбал

(Курдистан)

LOANS IN LANGUAGE OF MODERN MASS MEDIA OF KURDISTAN: THEMATIC AND IDEOLOGICAL ASPECTS

O. V. Shatalova

(Lipetsk, Russia)

O. Pirbal

(Kurdistan)

Abstract. In article attempt of the spectral analysis of English-speaking lexicon in a modern publicistic discourse of Kurdistan becomes.

Key words: lexicon, loans, journalism.

Современная публицистическая среда Курдистана отражает общественно-политические, экономические и межличностные (в том числе бытовые) отношения [3].

В соответствии с потребностями, в современном курдском языке используются слова, заимствованные из английского языка вместе с реалиями, обозначенными данными номинативами.

Необходимо принять во внимание тот факт, что курдский язык до сих пор не имеет единой литературной формы, а развивается в разнообразных диалектных вариантах, хотя политика правительства направлена на укрепление двух основных диалектов в системе образования и СМИ, а один из основных диалектов – корманджи хуару – считается государственным языком регионального Курдистана (Ирак), основным средством общения юга и востока региона, населенного этническими курдами (Ирак, Иран). Однако курдский язык используется наравне с арабским языком, имеющим, несомненно, более устойчивые позиции, опирающиеся как на собственно лингвистические, так и на экстралингвистические параметры бытования. То есть адаптационные способности курдского языка по отношению

к иноязычным явлениям фактически не могут быть востребованы, особенно с учетом того факта, что довольно широк круг образовательных учреждений, в том числе в системе высшего образования, где преподавание ведется исключительно на английском языке.

Поэтому заимствования входят в употребление курдов в неизменном виде, сохраняя не только значение, но и произношение. Графическую запись данных слов можно условно толковать как транслитерацию: запись слов английского языка курдскими графемами (в курдском языке используется арабский алфавит).

В современной публицистической среде Курдистана активно функционируют следующие группы англицизмов (в статье приводится англо-русское соотношение для упрощения графической передачи материала), анализ производился в процессе подготовки выпускного квалификационного сочинения (ВКР) на основе материалов таких печатных изданий Курдистана (г. Сулеймания), как «Борьба», «Пришествие», «Беседа», «Хавлер», «Новый университет», «СМИ», «Электричество», «Рынок» за 2011–2012 гг.. Среди многочисленных печатных изданий Курдистана (по официальным данным, в 2012 г. издавалось около 330 журналов и 138 газет, имеющих аккредитацию) были отобраны издания, освещающие различные стороны реальности – от политических дискуссий до рекламы:

– **слова, связанные с процессом коммуникации, общения:** process (процесс), system (система), conference (конференция), character (характер), congress (конгресс), reportage (репортаж), dialog (диалог);

– **слова, связанные с техническими и технологическими нововведениями:** technic (техника), technology (технология), motor (двигатель), program (программа), disk (диск), dynamo (динамо), jacuzzi (джакузи);

– **общественно-политическая лексика:** terrorist (террористический), commission (комиссия), project (проект), group (группа), diplomat (дипломат), nationalism (национализм), opposition (оппозиция), parliament (парламент);

– **слова, связанные со сферой культуры, искусства:** culture (культура), slide (слайд), desing (дизайн), collection (коллекция).

Историко-этимологический анализ многих обозначенных слов обнаруживает их универсальную для современной индо-европейской культуры природу, обусловленную их греко-латинским происхождением. Однако функциональный анализ публицистических материалов (тематика, идейная направленность, прагматика изложения материалов, произношение данных слов в повседневной речевой среде рядовыми носителями языка) вынуждают признать, что появление

данных слов в курдском языке – результат влияния именно современной западной (чаще всего – американской) культуры.

Семантическая классификация заимствований из английского языка, функционирующих в современной курдской публицистической среде подтверждает, что тематические группы заимствований из английского в русский и из английского в курдский языки в основном совпадают, обозначая как раз те аспекты развития современного общества, в которых англоязычная культура в соответствии с политикой глобализации оказывает наибольшее влияние на мировое сообщество.

То есть на публицистическую среду Курдистана активно влияют тенденции мирового развития политики, экономики и общественных связей, что позволяет говорить о неизбежном включении СМИ Курдистана в процесс глобализации, как минимум на уровне отражения данного процесса в печатных СМИ Курдистана.

«Информируя человека о состоянии мира и заполняя его досуг, СМИ оказывают влияние на весь строй его мышления, на стиль мировосприятия, на тип культуры» [1: 138], что в современной науке уже является общепризнанным фактом [2; 5]. В условиях бытования и развития современной курдской культуры влияние английского языка (и западной культуры в целом) можно охарактеризовать как деструктивное, так как собственно курдский язык не обладает достаточной цельностью как в области фонетики, так и в плане грамматической оформленности и лексической системности, что связано с морфологической перестройкой большинства курдских языков, произошедших в Средние века [4].

Список литературы

1. Вишенина, К. Н. Нравственный аспект речевого воздействия в СМИ / К. Н. Вишенина // Экология языка : сб. ст. VII Междунар. науч. конф. / под ред. Е. Н. Сердобинцевой. – Пенза : Изд-во ПГУ, 2014.
2. Данилова, А. А. Языковое манипулирование в СМИ как способ разрушения традиционной системы ценностей и языковой картины мира / А. А. Данилова // Современные вопросы общественно-речевой практики. – М. : Макс-Пресс, 2005.
3. Иванов, С. Н. Иракский Курдистан на современном этапе / С. Н. Иванов – М., 2011.
4. Курдоев, К. К. Грамматика курдского языка (корманджи) / К. К. Курдоев. – М. ; Л., 1957.
5. Леонтьев, А. А. Психолингвистические особенности языка СМИ / А. А. Леонтьев // Язык СМИ как объект междисциплинарного исследования : учеб. пособие. – М., 2003.

КУЛЬТУРА РЕЧИ В СОВРЕМЕННОЙ ЖУРНАЛИСТИКЕ

РЕЧЕВАЯ КОММУНИКАЦИЯ В СОВРЕМЕННОЙ ЖУРНАЛИСТИКЕ

М. А. Дубова

(Коломна, Россия)

SPEECH COMMUNICATION OF A MODERN JOURNALIST

M. A. Dubova

(Kolomna, Russia)

Abstract. The article is dedicated to the issue of a modern journalist's speech culture. The author raises the question of how important is to develop speech competence of journalists-to-be with regard to their future socialization and professional activity. Special attention is paid to the issue of a modern journalist's speech culture level.

Key words: journalism, speech communication, speech culture, speech communication efficiency and harmony, communicative competence, trends of Russian language and linguistic identity.

Современный этап общественного развития всё чаще определяется как период формирования информационного общества, характеризующегося глобальной информатизацией, быстрыми темпами развития рыночных отношений, усиливающейся интеграцией мировой экономики, ростом международных коммуникаций и т. д., что в итоге предъявляет всё новые требования к качеству российского образования. Основным результатом образовательного процесса, как отмечается в программе модернизации российского образования, должна стать не система знаний, умений и навыков сама по себе, а набор заявленных государством ключевых компетенций в различных сферах жизни.

Общеизвестно, что язык является основным средством общения, поскольку взаимодействие людей друг с другом осуществляется,

прежде всего, в процессе речевой коммуникации. В наше время актуализируется двусторонний процесс изменения речевой коммуникации, суть которого состоит в том, что изменения происходят не только в языке, но и меняется само отношение к языку как средству выражения мысли. В связи со значительными переменами в сфере функционирования языковых единиц всё более актуальной становится проблема языка как средства общения, языка в его практической, функциональной реализации [2:4].

Взаимодействие людей в любой области общественной жизни немыслимо без речевого общения. Успешная деятельность журналиста также возможна лишь в условиях эффективной и гармоничной речевой коммуникации.

Во многом языковая подготовка студента-журналиста определяется основными тенденциями функционирования русского языка в начале XXI века, к числу которых, в первую очередь, относят разнообразие (по возрастному аспекту, уровню образования, политическим, религиозным, общественным и т. п. взглядам) состава участников массовой коммуникации.

Нельзя не обозначить и тот факт, что преобладающие позиции начинает занимать речь спонтанная, самопроизвольная, заранее неподготовленная.

Наконец, разнообразие ситуаций общения неминуемо приводит к изменению самого характера общения, которое становится свободнее, раскованнее, демократичнее.

Тем не менее, есть и обратная сторона этого процесса. Так, нельзя не отметить, что ряд вышеперечисленных новых условий функционирования языка, появление большого количества неподготовленных публичных выступлений приводит не только к демократизации речи, но и к резкому снижению её культуры [3:13].

Вот почему сегодня как никогда остро стоит проблема сохранения национальной культуры в целом и культуры речи в частности. Чтобы разобраться в непростых реалиях современной жизни, молодым журналистам необходимо научиться чётко и грамотно формулировать свои мысли, идеи, вопросы, логично выражать своё мнение относительно тех или иных проблем действительности.

Формирование речевых навыков, как известно, теснейшим образом связано с умением мыслить и рассуждать. Умение понять суть явления и словесно сформулировать своё отношение к нему – непременное условие становления разносторонне развитой языковой личности человека.

Отсюда неминуемо возрастает интерес к «Риторике» и «Культуре речи» как наукам, призванным научить человека не только мыс-

лить, но и правильно излагать и словесно оформлять свои суждения, воздействовать на окружающих с помощью слова.

В этом смысле роль и значение курса «Риторика» в профессиональной подготовке студента-журналиста трудно переоценить.

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование и развитие общекультурных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций, наиболее значимыми из которых, на наш взгляд, являются умение логически верно, аргументированно и ясно строить устную и письменную речь; способность использовать навыки публичной речи, ведения дискуссии и полемики; владение основами речевой профессиональной культуры; способность к подготовке и редактированию текстов профессионального и социально значимого содержания; наконец, готовность использовать систематизированные теоретические и практические знания для определения и решения исследовательских задач в области журналистики.

В процессе изучения курса «Риторика» студент получает знания об основных средствах и приёмах общения; приобретает умения и навыки использования различных форм, видов устной и письменной коммуникации на родном языке в учебной и профессиональной деятельности.

Как нам представляется, наиболее оптимальным было бы включение в курс следующих разделов.

Первый (вводный) раздел «Риторика как предмет изучения курса», содержание которого раскрывает вопросы истории возникновения и развития риторики как науки в период Античности, анализ этапов становления древнерусского риторического идеала и т. п.

Второй раздел «Речевой идеал» предполагает рассмотрение этого ключевого для курса понятия с позиций его конкретизации как риторического идеала, в аспекте основных содержательных категорий (в частности, истины, гармонии, дружелюбия), принципов общения, роли похвалы, порицания, оценки, одобрения в его содержании.

Третий раздел «Общение» предполагает определение и анализ самого понятия «общение» в интерпретации специалистов разных областей знаний (психологов, лингвистов и т. д.) с позиций его роли, форм и средств, функций, норм и постулатов. Думается, не вызывает сомнения роль общения в профессиональной деятельности журналиста, где важное место принадлежит вербальным и невербальным коммуникативным средствам. Будущий журналист не только должен хорошо знать нормы и постулаты общения в плане их реализации в различных коммуникативных ситуациях, но и осознавать формы нарушения коммуникативных норм: коммуникативные промахи

(недочёты), коммуникативные ошибки (неудачи) и коммуникативные провалы с целью их дальнейшего устранения [1:99].

На наш взгляд, очевидно, что четвёртый раздел «Текст как единица общения» занимает одну из ключевых позиций в курсе. Безусловно, процесс реализации различных видов речевой деятельности журналиста связан с созданием и восприятием текста. Само общение в любой речевой ситуации основано, как известно, на обмене текстами. Текст, определений которого существует множество в зависимости от подхода к его осмыслению, интерпретации и анализу, является объектом изучения многих гуманитарных дисциплин. Представляя собой многоуровневую структуру, определенную семиотическую систему, в которой в тесной взаимосвязи и взаимообусловленности находятся содержательная и знаковая стороны, текст требует глубокого и всестороннего изучения в плане дальнейшей практической деятельности журналиста. Конечно, текст подробно изучается такими дисциплинами, как «Стилистика художественного текста», «Филологический анализ текста», «Теория текста» и др. В курсе риторики важно дать студенту полное представление о тексте как единице общения.

Пятый раздел «Публичное выступление и основы дискусивно-полемиической речи» призван обучить бакалавров практическим навыкам ораторского искусства: основным этапам подготовки конкретных публичных выступлений в соответствии с их целью, методам и приёмам изложения материала, умениям произнесения речи, привлечения внимания аудитории, искусству полемики и т.д.

Таким образом, всё сказанное позволяет сделать вывод о том, что овладение знаниями и приобретение соответствующих умений и навыков в курсе «Риторика» ориентировано, прежде всего, на развитие коммуникативной компетенции конкретной языковой личности, способствует повышению её индивидуальной речевой культуры и расширению её коммуникативных возможностей.

Список литературы

1. Ипполитова, Н. А. Общая риторика: учебное пособие / Н. А. Ипполитова, Е. Л. Ерохина и др. – М. : Экзамен, 2012. – 397 с.
2. Педагогическая риторика: учебник для студентов высшего профессионального образования / Л. В. Ассуирова, Н. Д. Десяева, Т. И. Зиновьева и др. ; под ред. Н. Д. Десяевой. – М. : Академия, 2012. – 256 с.
3. Русский язык и культура речи: Семнадцать практических занятий / под ред. Е. В. Ганапольской, А. В. Хохлова. – СПб. : Питер, 2012. – 336 с.

СТИЛИСТИЧЕСКОЕ СООТВЕТСТВИЕ НАПРАВЛЕННОСТИ ИЗДАНИЯ (на примере «Пензенского бизнес-журнала»)

Т. Н. Зотова

(Пенза, Россия)

STYLISTIC COMPLIANCE OF AN ORIENTATION OF THE EDITION (on the example of «the Penza Business magazine»)

T. N. Zotova

(Penza, Russia)

Abstract. In this article the analysis of texts of publicistic style in the business publication, detection of their compliance to leksiko-stylistic standards of this style is carried out.

Key words: journalism, business mass media, stylistics, research.

Культура речи – понятие многозначное. Одна из основных задач культуры речи – это охрана литературного языка и его норм. Ведущую роль в этом процессе играют средства массовой информации. Язык СМИ занимает значимое место в распространении русского языка, повышение уровня грамотности населения.

«Деловая журналистика – одна из наиболее социально значимых областей функционирования языка СМИ» [3]. На журналистах подобных изданий лежит ответственность за популяризацию русского языка среди предпринимателей, руководителей и топ-менеджеров.

Специфические характеристики деловой прессы формируют собственное, весьма обширное поле для исследований.

Данный вид СМИ является малоизученным. Пока еще не сложилось целостного представления о деловом журнале, его лингвостилистических особенностях. Это приводит к недостаточной обеспеченности журналистов теоретическими положениями и разработками, необходимыми в условиях быстрого развития российской деловой прессы. Кроме того, увеличение количества журналистов, не имеющих высшего профессионального журналистского образования, является причиной общего снижения культурно-речевого уровня использования языка СМИ. Как следствие – снижение культуры речи читателей.

В связи с этим исследование стилистических особенностей такого типа издания представляется актуальным.

Данной проблемой занимались многие ученые лингвисты, такие как: Г. Я. Солганик, И. Б. Голуб, В. И. Максимов и многие другие. Их работы послужили теоретической базой исследования.

Объектом изучения являются материалы «Пензенского Бизнес-журнала» за 2013–2014 гг.

Цель исследования заключается в проведении анализа текстов публицистического стиля и выявлении их соответствия лексико-стилистическим нормам данного стиля.

«Бизнес-журнал» – ежемесячное деловое издание, которое выпускается издательским домом «Компьютерра» с 2002 г. Основная читательская аудитория «Бизнес-журнала» – предприниматели, топ-менеджеры и управляющие собственники компаний вне зависимости от размеров бизнеса. Главный фокус издания – практические аспекты предпринимательства, эффективные управленческие технологии, инновации в бизнесе и бизнес на инновациях» [2]. По данным TNS Россия, на май–октябрь 2010 г. «Бизнес-журнал» занял третье место по популярности, пропустив вперед «Форбс» и «РБК».

Пензенский Бизнес-журнал» издается с 2006 г., на протяжении восьми лет является лидером деловых СМИ региона. Часть материалов «Пензенского Бизнес-журнала» составляют статьи головного СМИ, остальная площадь заполняется региональным содержанием.

«Пензенский Бизнес-журнал» рассматривает вопросы, которые охватывают такие сферы жизни, как: экономика, политика, образование, культуру и т.д. Широта тематики оказывает большое влияние на особенности публицистического стиля, который используется в журнале при написании статей. Лексика отличается тематическим многообразием и стилистическим богатством. В качестве контакто-устанавливающих средств «Пензенский Бизнес-журнал» чаще всего задействуют профессиональный жаргон, а для придания статуса и создания иллюзии компетентности обращается к специальной терминологии, в том числе узкоспециализированной: из области экономики, политики и техники. Экономические термины наиболее частотны в силу актуальности публикаций такой тематики. Например: *«инвестиции»*, *«кредитование»*, *«микрофинансирование»*. При написании текстов в деловые издания журналисту необходимо владеть специальной терминологией, органично включенной в текст публицистического выступления. Несоблюдение этого баланса приводит к тому, что многие публикации оказываются перегружены специальной терминологией, книжными словами. Например: «...применяются

следующие ключевые технологии: **ультрофльтрация, нанофльтрация, электродеионизация, обратный осмос, мембранная дегазация, реагентная обработка**» («Вода – ключ к здоровью». БЖ. 2013. № 10). На лексическом уровне тексты «Пензенского Бизнес-журнала» характеризуются взаимодействием слов нейтральной окраски с эмоциональной лексикой. Например: *«нашумевшая история», «благоприятные отзывы», «улыбчивые хозяева»*. Слова с положительной коннотацией обычно употребляются в рекламных статьях для создания позитивного образа компании в глазах читателей.

Помимо указанных особенностей лексики текстов Пензенского Бизнес-журнала, обнаруживаются специфические элементы разговорного и художественного стилей. Например, вкрапления лексики разговорного стиля: собственно-разговорные слова, просторечные слова и выражения. Авторы употребляют их, чтобы придать своему тексту эмоциональность. В особенности лексика разговорного стиля употребляется в ответах интервьюированного для создания его речевой характеристики. Например: *«...засунуть бутылку шампанского в одно место героя Достоевского...»* («Искусство вечно». БЖ. 2014. № 4.). В ходе анализа текстов были найдены клише, характерные для публицистического стиля. Например: *«На эти и многие другие вопросы Пензенскому Бизнес-журналу ответил Владимир Аникин...»* («Мы создаем атмосферу заботы о клиенте». БЖ. 2014. № 1).

В текстах исследуемого журнала выявляются единицы художественного стиля, что вполне закономерно, так как подобная стилистически маркированная лексика помогает реализовать воздействующую функцию публицистического стиля. Решению этой задачи способствует введение изобразительно-выразительных средств. Для создания образа используются тропы и стилистические фигуры, употребляются метафоры, метонимии, сравнения и олицетворения, придающие тексту образность и выразительность: *«Триумф» продолжается... Уже начинают расцветать арбековские «Новые сады» и делаются ставки на «Фаворита» Западной поляны. Компания «Рисан» меняет само понятие «жилой комплекс» в создании пензенцев»* («Ответ на ключевой вопрос». БЖ. 2013. № 9). Таким образом, при создании публицистического текста автор пользуется большим количеством лексических приемов, которые позволяют сделать текст более запоминающимся.

Прежде всего, среди морфологических особенностей «Пензенского Бизнес-журнала» мы хотели бы отметить активное использование глаголов в форме настоящего времени. Например: *«Он занимает ведущее место в системе здравоохранения и считается удоб-*

ным и эффективным способом лечения» («Тайская сказка в «Королевстве Сиам». БЖ. 2014. № 2). Это способствует созданию эффекта присутствия и указывает на постоянные свойства предметов или явлений.

Употребление прошедшего времени в текстах связано с передачей информации, описание хроники: *«За 2012 год было иммунизировано 419 760 человек, что составило 30, 5 % населения»* («Цифры». БЖ. 2013. № 10).

Характерно использование единственного числа существительных в значении множественного. Например: *«среднестатистический житель получает пять тысяч рекламных сообщений»* («Привлекательный маневр». БЖ. 2013. № 10). Употребление единственного числа указывает на нерасчлененное множество субъектов или предметов.

Из прилагательных преобладают относительные: *«общественные объединения», «гражданское строительство», «банковские услуги»*. Употребляют прилагательные в прямом значении и несут, прежде всего, информативную функцию.

Нанизывание родительного падежа в цепочке имен существительных усложняет восприятие текста: *«стимулирование развития экономического направления и объективного отражения становления и успехов российского предпринимательства»* («Конкурсный отбор». БЖ. 2013. № 5).

Для синтаксического уровня характерно использование такого приема как инверсия: *«В Пензенской области этим занимается компания «Авиастроитель»»* («Небо. Планеры. Полет». БЖ. 2013. № 11), *«В конце марта состоялась торжественная церемония награждения победителей»* («Конкурсный отбор». БЖ. 2013. № 5).

Для акцентирования внимания читателя используются вопросительные предложения: *«Почему именно эти года самые счастливые?»* («Любовь должна быть действенной». БЖ. 2014. № 4).

В текстах «Пензенского Бизнес-журнала» распространены безличные и безлично-инфинитивные конструкции. Например: *«если сконцентрироваться на миссии компании»* («Рисан-вернисаж. Статья ближе к искусству». БЖ. 2014. № 1).

Среди фонетических особенностей текстов «Пензенского Бизнес-журнала» можно выделить аллитерацию и ассонанс. Данные приемы используются в заголовках: *«Парк музыкального периода»* (БЖ. 2014. № 4), *«Рисан-вернисаж. Статья ближе к искусству»* (БЖ. 2014. № 1), *«Идеи для идей»* (БЖ. 2014. № 3), *«Без вины виноватые»* (БЖ. 2014. № 3).

Журналисты «Пензенского Бизнес-журнала» допускают нарушения благозвучия текстов, что снижает восприятие материала. Труднопроизносимые сочетания звуков на стыке слов: «**обязательств предприятий**», «**благодарность предпринимателей**», «**специалист предпочитает**», «**конкурс взрослых**».

Отягощает восприятие наличие аббревиатур: «*Представляя интересы участников ВЭД*» («Помогая пересекать границы». БЖ. 2014. № 1), «*«РКС» – это федеральный девелопер, застройщик класса-люкс*» («Сегодня мы будем строить так, как завтра будут строить другие». БЖ. 2014. № 1).

В ходе анализа стилистических особенностей Пензенского Бизнес-журнала было выявлено, что деловая тематика, адресная аудитория и практическо-деловая специфика предопределяют широкое функционирование в текстах терминологии из различных областей, особенно из области менеджмента и финансов. В публицистический текст обнаруживается проникновение лексических элементов разговорного, научного и художественного стилей. Журналисты, реализуя воздействующую функцию публицистического стиля, используют экспрессивную и оценочную лексику, в том числе просторечия. Также широкое применение находит система средств выразительности: тропы и фигуры, использование которых традиционно в текстах художественного стиля. В некоторых статьях наблюдается существенный перегруз специальной лексики. Что говорит о пробелах в практике литературного редактирования в издании.

Использование морфологических приемов позволяет журналисту повысить информативность текста. На морфологическом уровне в текстах «Пензенского Бизнес-журнала» преобладают в зависимости от цели глаголы в форме настоящего и прошедшего времени. Для обобщения понятий используется единственное число существительных в значении множественного. Канцелярную окраску текстам придает нанизывание родительных падежей существительных.

Журналисты используют синтаксические приемы воздействия на читателя, среди которых мы описали наиболее часто употребляемые. Это инверсия, вопросительные предложения, безличные и безлично-инфинитивные конструкции.

Фонетические приемы способствуют не только экспрессивности речи, но и способствуют выделению информации на определенном отрезке речи. Для выражения главной функции заголовка – привлечения внимания читателя используются такие фонетические средства: аллитерация и ассонанс. Деловой характер большинства мате-

риалов обуславливает наличие в текстах аббревиатур, которые затрудняют восприятие текста.

Таким образом, проведя полномасштабное исследование стилистических особенностей Пензенского Бизнес-журнала, мы пришли к выводу, что тексты в «Пензенском Бизнес-журнале» создаются на грани разных функциональных стилей, преимущественно публицистическом и деловом. Отсюда следует, что мы имеем дело с интерстилем.

Не смотря на то, что в целом, журналисты умело используют стилистические свойства каждого стиля и создают востребованный информационный продукт, необходимо совершенствовать речевую культуру работников СМИ, так как они в значительной степени определяют нормы языка и общения. Поэтому журналистам следует более внимательно относиться к написанию материалов и создавать продукты, повышающие уровень речевой культуры читателей.

Список литературы

1. Голуб, И. Б. Стилистика русского языка / И. Б. Голуб. – 8-е изд. – М. : Айрис-пресс, 2007.
2. Бизнес-журнал. О проекте. – URL: <http://b-mag.ru/about/> (Дата обращения: 24.05.2014).
3. Деловая речь в современных СМИ. – URL: http://potsar.ru/science/mono/29_delovaya_rech_v_sovremennih_smi.html (Дата обращения: 21.06.2014).
4. Пензенский Бизнес-журнал. – 2013. – № 8–12 ; 2014. – № 1–4.
5. Практическая стилистика русского языка : учеб. пособие для студ. филол. и жур. высш. учеб. заведений / Г. Я. Солганик. – 4-е изд., стер. – М. : Академия, 2010. – 67с.
6. Стилистика и литературное редактирование / под ред. проф. В. И. Максимова. – М. : Гардарики, 2005.

АНАЛИЗ НОВЫХ СЛОВ В СОВРЕМЕННЫХ СРЕДСТВАХ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ

Т. Г. Квачадзе

(Вологда, Россия)

ANALYSIS OF THE NEW WORDS IN THE MODERN MASS MEDIA

T. G. Kvachadze

(Vologda, Russia)

Abstract. The article is referred to neological changes in modern media.

Key words: Mass media, the new words, language, publicism, derivation, trends.

Последнее десятилетие было богато на политические события и новые явления в общественной жизни нашей страны. Это способствовало появлению новых слов (неологизмов), а также всплеску журналистского словотворчества (употреблению окказионализмов).

Наука, изучающая новые слова, сравнительно молода. Основы теории нового слова в отечественном языкознании были заложены в XX в. и связаны с именами Е. Д. Поливанова, А. А. Потебни, А. М. Селищева, Л. П. Якубинского. Однако становление неологии как отдельной отрасли лингвистики пришлось только на конец XX в. Первыми отечественными неологами по праву можно считать Ю. С. Сорокина, Н. З. Котелову, С. И. Алаторцеву, А. А. Брагину, Р. А. Будагова, В. Г. Гака, Е. А. Земскую, В. Г. Костомарова, В. В. Лопатина, А. Г. Лыкова, Р. Ю. Намитокову и других ученых. Вопросы неологии изучены недостаточно. «Неологизационные процессы в языке требуют новых методик исследования, теоретического осмысления, более точной систематизации» [11].

Современные лингвисты уделяют большое внимание проблемам языковой нормы и культуры речи и сохранения русского языка. Язык СМИ играет важнейшую роль в формировании языковой нормы. СМИ не только отражают происходящее в обществе, но и сами участвуют в образовании ценностных ориентиров. Таким образом, анализ языка позволяет выяснить, как СМИ влияют на обновление и формирование современного общелитературного языка.

Целью нашего исследования было описание и анализ новых слов, зафиксированных в печатных СМИ за последние 5 лет. В процессе исследования было выбрано 50 новых слов из СМИ:

Селфи, стартап, фирстиль, квест, телецаризм, правосеки, гик, ребут, реланч, нёрд, дотком, развратометр, по-евровидийному, быкоко, демальянс, иррегулярство, медиафрения, коаличная, дерьмометр, миропритворчество, мономентальный, кроссовер, брейнгазм, шорткат, консоль, спойлер, трополия, автомайдановцы, крымнаш, жидобандеровцы, фасадический, брасс-бэнд, джем-сейшен, гараж-сэйл, ньюэйджевский, титушки, майдауны, майданутые, пехтинг, сердюковщина, мизулинг, госдура, креакл, каминг-аут, думаки, азиатчина, импераст, азиопа, йотафон, евросодом.

Выборка осуществлялась случайным образом. Источниками новых слов стали такие издания, как «Комсомольская правда», Газета «Коммерсант», интернет-журнал «LookAtMe», мужской журнал «Port», мужской журнал «GQ», журнал «Русский репортер», мужской журнал «Men'sHealth», газета «Московский Комсомолец», мужской журнал «Esquire», интернет-издание «Ежедневный журнал», ежедневная газета «Грани.ру», ежедневный интернет-журнал «Культурология.рф», «Новая газета», ежедневный журнал «Большой город», газета «Аргументы и факты», «Частный корреспондент», газета «Взгляд», Lenta.ru.

Все слова можно условно поделить на 5 тематических групп: Политика, Общество, Культура, Бизнес, Технологии. Почти половина из них относится к первой тематической группе – 24 слова.

Рассмотрим частеречную принадлежность новых слов. Подавляющее большинство слов – существительные – 44 слова. Встретились также 1 наречие и 5 прилагательных.

Следуя классификации новообразований А. В. Страмного, было выделено 38 авторских новообразований и 12 общеязыковых.

В выборке представлено 18 англицизмов. Кроме того, 2 слова образованы по английской словообразовательной модели.

По критерию цели Д. Э. Розенталь подразделяет неологизмы на номинативные и стилистические. «Первые выполняют в языке чисто номинативную функцию, вторые дают образную характеристику предметам, которые уже имеют названия» [5] В нашей выборке представлены 21 номинативный неологизм и 29 стилистических.

По типам нового слова выделяют лексические, семантические и заимствования. В нашей выборке большую часть составил лексический тип: 30 слов из 50. Однако, немало и заимствований (18).

На основании анализа новых слов выделим некоторые тенденции в языке СМИ:

1. Интенсивное заимствование.

Инновации в общественной жизни порождают возникновение новых слов. Изменения глобального характера фиксируются в

первую очередь в языке мирового сообщества – английском, а затем заимствуются в русском (чаще всего фонетическим способом). Такие заимствования оправданы номинативными потребностями. В этом состоит одна из главных причин изобилия англицизмов в современном русском языке.

Рассмотрим несколько примеров.

Селфи – фотоснимок самого себя, сделанный при помощи смартфона, веб-камеры или других устройств и загруженный в социальную сеть. Слово заимствовано из английского языка путём транскрипции, выполняет номинативную функцию. Пример употребления найден в газете «Комсомольская правда»: «Студент сломал статую 19 века в Милане, пока делал селфи». Слово «селфи» было впервые употреблено на австралийском форуме, сообщает маркетинговый портал «Цукерберг позвонит!». «Автор снимка извинился за отсутствие фокуса и объяснил его тем, что снимал себя сам. «Социальные медиа способствовали популяризации термина, фотографии с хэштегом #selfie начали появляться на Flickr еще в 2004 г., – прокомментировала Джуди Пирсел, редактор OxfordDictionaries, – Но оно не было широко распространено практически до 2012 г., когда его стали использовать средства массовой информации».

В интернет-слэнге появились синонимы «селфи»: самоснимок, самофотка, самострел, себяшка. Однако, использовать их в СМИ недопустимо по причине характера просторечия. Таким образом, употребление журналистами слова «селфи» оправданно.

Стартап – инновационный проект, рассчитанный на окупаемость вложенных инвестиций в самое короткое время. Чаще употребляется в сфере IT и бизнеса. Например, интервью с исполнительным директором НКО в газете «Коммерсант» имеет заголовок-цитату «В стартапе всё зависит от людей». «Стартап» заимствовано транскрипцией из английского языка. В языке-доноре «startup» образовано от «start up» – запускать.

Этому явлению посвящены русскоязычные сайты. В текущем году в российском прокате стартовал фильм с таким названием. Концепт слова «стартап» не раскрывает ни одно русскоязычное слово.

Англицизм из сферы бизнеса обнаружен в мужском журнале «GQ»: «Мы ребут, а нас реланч». Ребут – перезагрузка, перезапуск, новая версия. Аналогичный пример содержится тут же: Реланч – перепозиционирование бренда. В рассматриваемом случае очевидна стилистическая цель.

Фонетически заимствованное из английского языка слово «нёрд» близко по значению к русскоязычному слову-стереотипу

«ботаник». «Реклама VN1 показала потенциальную опасность «нёрдов» – заголовок статьи в интернет-журнале «Look At Me». В настоящее время образ «нёрда» достаточно популярен среди молодёжи на внешнем уровне. Возможно, с этим связано появление нового слова в русском языке.

Гик – человек, помешанный на какой-то узкой теме, часто далёкой от реальности. Чаше: одержимый компьютерными или другими технологиями. Заимствовано из английского языка способом транскрипции. В «GQ» вышел материал под заголовком «Фрики и гики». Слово «гик» входит в состав лексики ограниченного употребления, а именно к слэнгу.

2. Использование словообразовательных моделей английского языка
Неизбежное наводнение русского языка англицизмами ведёт за собой ещё одну тенденцию: образование окказионализмов происходит по словообразовательным моделям английского языка. Этот приём используется журналистами для достижения комического эффекта.

Мизулинг – борьба с гомосексуализмом и педофилией, часто в искусстве, которая носит абсурдный характер. Новое слово образовано от фамилии депутата Государственной думы (Елены Мизулиной) с помощью английского *ing* – окончания. Это окончание прибавляется к глаголам для образования причастия настоящего времени. Елена Мизулина – автор законопроектов о запрете пропаганды гомосексуализма, о защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию. Окказионализм режиссера Кирилла Серебренникова вынесен в заголовок статьи в газете «Частный корреспондент»: «Кирилл Серебренников пожаловался на мизулинг». Ему «пришлось давать письменные объяснения следователю относительно наличия в поставленном им шесть лет назад в МХТ спектакле «сцен педофилии» и «сцен насилия с участием детей». Тиражирование авторского неологизма подтверждает его удачность.

Пехтинг – новое слово образованное по такой же модели. Лексическое значение можно уяснить с помощью производящего слова. Владимир Пехтин – депутат, которого разоблачили во владении зарубежной недвижимостью. Пехтингом именуются подобные кампании по разоблачению депутатов.

3. Следование речевой моде.

Об этом упоминается в статье учебно-научного центра филологического факультета МГУ «Язык СМИ». В частности, СМИ сознательно отходят от норм литературного языка.

4. «Политические» слова.

Сфера политики является одной из самых продуктивных в плане журналистского словотворчества. Авторские неологизмы – средство выражения мнения (оценки) журналиста относительно того или иного явления или события. Широко используется политический жаргон, вследствие чего расширяются границы публицистического стиля.

Слово «быкоко» распространено в сети Интернет как означающее хаос и китч в интерьере верхушек власти. В таком интерьере можно увидеть множество вещей, имеющих художественную и историческую ценность, а также полную безвкусицу. «Украинское быкоко выставили в Киеве» – заголовок статьи в газете «Политические известия в Украине». Статья посвящена выставке в национальном художественном музее Украины «Кодекс Межигорья», на которой представлены предметы искусства и быта из резиденции экс-президента Виктора Януковича и дома экс-генпрокурора Виктора Пшонки. Второе значение слова «быкоко» – захват власти путем переворота. Заимствование из украинского языка использовано в одной из статей мужского журнала «Esquire»: «А также узнала, что такое донецкое быкоко». Рассматриваемый окказионализм, пришедший в русский язык из украинского фонетическим способом (бікоко), является жаргонизмом, выражает негативную оценку (ирон.).

Множество новых слов появилось и прижилось при освещении СМИ событий на Украине. Неологизм «правосеки» активно используется СМИ для обозначения сторонников неформальной экстремистской группировки «Правый сектор» на Украине. Приведем пример из журнала «Русский репортер»: «Пусть правосеки с себя начнут». Слово образовано путём сложения основ. Автомайдановцами назвала «Новая газета» участников движения «автомайдан» (колонны автомобилистов), структурного подразделения Евромайдана: «Лидера КПУ в свою очередь заявляет, что «автомайдановцы» не просто постучали в окно автомобиля, а сделали это битами». Явно неодобрительную оценку содержат: «майдауны», «майданутые», «жидобандеровцы».

Таким образом, мы обращаем внимание на активный процесс неологизации в масс-медиа, фиксируем общеязыковые и авторские неологизмы и на основании их анализа выявляем тенденции в языке СМИ сегодня.

Список литературы

1. Алаторцева, С. И. Проблемы неологии и русская неография / С. И. Алаторцева. – СПб., 1998.
2. Земская, Е. А. Активные процессы современного словопроизводства / Е. А. Земская // Русский язык конца XX столетия. – М., 1996.

3. Костомаров, В. Г. Языковой вкус эпохи: из наблюдений за речевой практикой масс-медиа / В. Г. Костомаров. – СПб., 1999.
4. Лопатин, В. В. Рождение слова. Неологизмы и окказиональные образования / В. В. Лопатин. – М., 1973.
5. Розенталь, Д. Э. Современный русский язык / Д. Э. Розенталь. – 11-е изд. – М., 2010.
6. Максимов, В. И. Русский язык и культура речи / В. И. Максимов. – М., 2001.
7. Намитокова, Р. Ю. Авторские неологизмы: словообразовательный аспект / Р. Ю. Намитокова. – Ростов-на-Дону, 1986.
8. Попова, Т. А. Неология и неография современного русского языка / Т. А. Попова. – М., 2011.
9. Сенько, Е. В. Неологизация в современном русском языке конца XX века: Межуровневый аспект / Е. В. Сенько. – Волгоград, 2000.
10. Складская, Г. Н. Толковый словарь русского языка конца XX века. Языковые изменения / Г. Н. Складская. – СПб., 1998.
11. Страмной, А. В. Газетный текст как источник неологизмов: на материале русской и французской прессы / А. В. Страмной. – Волгоград, 2007.
12. Шалина, Л. В. К вопросу о сущности неологизма в современной лингвистике / Л. В. Шалина. – Пенза, 2007.

ОСОБЕННОСТИ ЯЗЫКА СОВРЕМЕННЫХ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ (на материале текстов, связанных с событиями на Украине)

Е. А. Свиридова

(Мичуринск, Россия)

FEATURES OF LANGUAGE OF MODERN MASS MEDIA (on material of the texts connected with events in Ukraine)

E. A. Sviridova

(Michurinsk, Russia)

Abstract. In article features of language of mass media on material of the texts covering events in Ukraine during the period from May to October, 2014 are considered. The language means and receptions which are actively used by journalists, among which are described: abbreviations, colloquial lexicon, phraseological units, a metaforization, case units (the name of literary works), phonosemantic transformation of lexical units for the purpose of language game, etc. In article it is noted that the specified receptions and language means of a publicistic discourse are characteristic for texts of mass media of a different thematic orientation and carry out the main functions – information and substantial, emotional and estimated and expressional.

Key words: abbreviations, colloquial lexicon, phraseological units, metaforization, case units, phonosemantic transformation.

Одной из характерных черт публицистики, как известно, является сочетание двух тенденций – тенденции к стандарту и тенденции к экспрессивности. Это обусловлено функциями, которые выполняет публицистика: информационно-содержательная функция и функция убеждения, воздействия. Тенденция к стандарту означает стремление к лаконичной информативности, что обуславливает, в частности, использование аббревиатурных номинаций. Тенденция к экспрессивности выражается в стремлении к доступности, образности, оценочности. Это детерминирует использование в современных средствах массовой информации разнообразных эмоционально-экспрессивных и изобразительно-выразительных средств, прецедентных текстов и т.п.

Мы обратились к анализу языковых средств и приемов, характерных для современных средств массовой информации, на материале текстов, посвященных событиям на Украине за период с мая по октябрь 2014 г.

Картотека нашего исследования показывает, что при освещении событий, происходящих на Украине, в современных средствах мас-

совой информации журналисты используют разнообразные языковые средства и приемы, в числе которых:

- 1) аббревиатуры;
- 2) разговорная лексика;
- 3) фразеологизмы;
- 4) метафоризация;
- 5) прецедентные единицы (названия литературных произведений);
- 6) фоносемантическое преобразование лексических единиц с целью языковой игры и др.

Они выполняют разные функции – номинативную, информативную, эмоционально-экспрессивную, образно-оценочную и т.п. Проанализируем перечисленные языковые средства и приемы.

Одна из характерных особенностей языка современной публицистики – обилие аббревиатурных обозначений, которые, с одной стороны, позволяют экономить речевые усилия адресантов и площадь публикуемых материалов, но с другой – нередко затрудняют восприятие информации, «заставляя» читателя либо возвращаться к расшифровке аббревиатуры (если полное наименование имеется в тексте), либо самостоятельно расшифровывать сокращенный языковой знак (что далеко не всегда возможно). Нами выявлено, что в текстах, связанных с событиями на Украине, используются разные виды аббревиатур: инициальные (*ОБСЕ, ЕС, ГРУ, ЛНР, ДНР, АТО, НАТО, ООН* и т.п.), слоговые (*генсек, минагропрод, госдеп* и т.п.), слого-словные (*гумпомощь, нацсовет, нацгвардия* и т.п.).

Разговорная лексика, активно функционирующая в современных СМИ, выполняет не столько номинативную, сколько эмоционально-оценочную и экспрессивную функции. Например, *Минобороны РФ назвало **фальшивкой** сообщение СМИ о «погибших спецназовцах ГРУ»* (ИТАР-ТАСС. 2014. 9 авг.); [А. Антонов]: *США пытается **втянуть** Россию в пропагандистскую **склоку*** (Российская газета. 2014. 14 авг.); *Терпеть искусственную **проволочку** со стороны украинских властей просто невозможно* (Россия 1. Вести. 2014. 22 авг.). В данных контекстах обращают на себя внимание разговорные лексемы *фальшивка* ((разг.) «фальшивый, подложный документ, текст» [2: 1416.]), *втянуть* ((лексико-семантический вариант 5) (разг.) «привлечь к участию в чем-либо; вовлечь» [2: 164]), *склока* ((разг.) «ссора, враждебные отношения из-за мелких интриг, борьбы личных интересов [3: 723]), *проволочка* ((разг.) «задержка, замедление при рассмотрении или выполнении чего-либо» [2: 1002]). Эти стилистически маркированные языковые знаки не только обозначают реалию внешнего мира, но и выражают отношению адресанта к предмету речи.

Употребление фразеологизмов в названиях публикаций позволяет привлечь внимание массового читателя к их содержанию, заинте-

ресовывает, а иногда и создает некую «интригу». Например, *Киев выкинул номер*; *Почему же власти США решили «тряхнуть стариной»?* (Российская газета. 2014. 14 авг.) и др.

Обращает на себя внимание и обилие метафорических контекстов с политическим содержанием. Это обусловлено тем, что метафора является «универсальным и мобильным средством выражения представления говорящего о явлениях реального мира, его эмоционального отношения, мнения об объектах действительности», она развивается «как результат оценочно-образного переосмысления производящей основы в процессе образования экспрессивных единиц» [4: 11].

В современной прессе метафора является тонким инструментом психологического воздействия на адресата, с ее помощью в текстовом континууме образуется оценочный подтекст, подчиненный ведущей идее [1: 122]. А. П. Чудинов использует понятие «метафорическое зеркало», под которым понимает «отражающее национальное самосознание средство постижения, представления и оценки действительности при помощи образного словоупотребления» [7: 35]. Метафора в публицистическом тексте выполняет эмоционально-экспрессивную и образно-оценочную функции. «Конечная цель экспрессивных метафор, функционирующих в публицистическом стиле, – как отмечает Н. В. Черникова, – необязательно предполагает создание яркой образности, они лишь направлены на придание высказыванию экспрессивной действенности» [6: 84]. Наши наблюдения это подтверждают. Например: *Полгода работал со «вчерашними людьми»*, – заявил министр экономического развития и торговли Украины Павел Шеремета (НТВ. Сегодня. 2014. 21 авг.); *«Аккуратные санкции» России в отношении ряда стран* (АиФ. 2014. 7 авг.); *Почему у Порошенко и Яценюка не получится «украинского чуда»* (сайт «Европейские новости». 2014. 14 авг.); *Вашингтон душит правду ложью* (Первый канал. Новости. 2014. 14 авг.); *Опухоль гражданской войны разъедает страну [Украину] все сильнее* (Россия 24. Вести. 2014. 24 авг.) и др.

Эмоционально-экспрессивную функцию выполняют и прецедентные контексты, в частности названия литературных произведений. Например, *«Пир во время чумы»* – так называли парад на Украине в честь празднования Дня независимости (Россия 1. Вести. 2014. 24 авг.); *«Королевство кривых зеркал»* – так назвал Виталий Чуркин заседание совбеза ООН (НТВ. Сегодня. 2014. 23 авг.); *Война и мир. Кто остановит боевые действия на Украине* (АиФ. 2014. 19 авг.).

Один из ярких приемов, отмеченных нами в языке современных СМИ, – фоносемантическое преобразование языковых единиц [5: 30], основанное на метафорическом переосмыслении. Например, [Жи-

тель Луганска]: *Это Потрошенко, а не Порошенко...* (Первый канал. Новости. 2014. 5 июля); *Пётр Пороженко отменил праздник 23 февраля и учредил День защитника Украины 14 октября* (Информационное Интернет-Агентство. 2014. 14 окт.); *Порошенко, это уже – Пороженко...* (Россия 1. Воскресный вечер. 2014. 14 сент.). Преобразование фамилии президента Украины Порошенко в *Потрошенко* (ср. *потрошить*) и *Пороженко* (ср. *поражение*) – языковая игра, эксплицирующая отношение адресанта к предмету речи.

Итак, употребление аббревиатур позволяет журналистам экономить языковые усилия при освещении событий. Фразеологические единицы являются средством привлечения внимания массового читателя к происходящему. Разговорная лексика, метафоризация, прецедентные единицы (названия литературных произведений), фоносемантическое преобразование лексических единиц выполняют в средствах массовой информации эмоционально-оценочную и экспрессивную функции: выражают отношение субъекта речи к сообщаемому, придают публицистическому тексту яркость, изобразительность, усиливают его выразительность, а также оказывают воздействие на массового читателя, формируют определенное эмоционально-оценочное отношение к реалиям и явлениям окружающей действительности.

Таким образом, вышеуказанные приемы и языковые средства публицистического дискурса характерны для текстов средств массовой информации разной тематической направленности и выполняют основные функции – номинативно-информативную, эмоционально-оценочную и экспрессивную.

Список литературы

1. Клушина, Н. И. Стилистика публицистического текста / Н. И. Клушина. – М., 2008.
2. Новейший большой толковый словарь русского языка / гл. ред. С. А. Кузнецов. – СПб., 2008.
3. Ожегов, С. И. Толковый словарь русского языка / С. И. Ожегов. – М., 2010.
4. Черникова, Н. В. Аспекты изучения семантических неологизмов : учеб. пособие / Н. В. Черникова. – Мичуринск, 2001.
5. Черникова, Н. В. Лексико-семантическая актуализация как средство отражения изменений в русской концептосфере (1985–2008) : автореф. дис. ... д-ра филол. наук / Черникова Н. В. – М., 2008.
6. Черникова, Н. В. Метафора и метонимия в аспекте современной неологии / Н. В. Черникова // Филологические науки. – 2001. – № 1. – С. 82–90.
7. Чудинов, А. П. Россия в метафорическом зеркале / А. П. Чудинов // Русская речь. – 2001. – № 1. – С. 34–41.

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА СИНТАКСИЧЕСКОГО СТРОЯ РЕЧИ Д. БЫКОВА (на материале публицистики)

А. Ю. Туранова

(Таганрог, Россия)

GENERAL CHARACTERISTIC OF D. BYKOV SPEECH SYNTACTIC SYSTEM (on journalism material)

A. Yu. Turanova

(Taganrog, Russia)

Abstract. General characteristics of a syntactic system D. Bykov's articles are considered. The language personality of D. Bykov is also studied.

Key words: Language personality, syntactic system, compound sentences, D. Bykov, elite language personality.

Одной из актуальных проблем современного языкознания является проблема языковой личности. Следует согласиться с мнением И. В. Голубевой, О. Л. Морозовой о том, что «внимание к языковой личности, возникшее в филологии достаточно давно и связанное, прежде всего с именем В. В. Виноградова, в настоящее время не ослабевает» [1:142].

Ю. Н. Караулов – один из основоположников отечественной теории языковой личности – определяет языковую личность как «совокупность способностей и характеристик человека, обуславливающих создание и восприятие им речевых произведений (текстов), которые различаются а) степенью структурно-языковой сложности, б) глубиной и точностью отражения действительности, в) определенной целевой направленностью. В этом определении соединены способности человека с особенностями порождаемых им текстов» [2:3].

Сегодня в отдельное направление исследований выделилось изучение профессиональной языковой личности, под которой в самом общем виде понимают языковую личность, сформированную под воздействием профессиональной сферы деятельности и текстов, принадлежащих к этой сфере (труды А. Б. Бушева, И. В. Голубевой, И. Д. Зайцевой, Е. А. Климова, С. Л. Мишлановой и других ученых). Появились работы о языковой личности переводчика, ученого, писателя, военного, бизнесмена, учителя, политика и т.д. Отдельного внимания заслуживает и языковая личность журналиста.

Массовая культура, порожденная постиндустриальным обществом, требует сильной языковой личности журналиста, ее безапел-

ляционно чистой речевой культуры. Наиболее полно понять специфику языковой личности в данной ситуации помогает анализ синтаксического строя речи: как известно, синтаксис наиболее тесно связан с процессами мышления и коммуникации.

О языковой личности журналиста накоплена масса материалов – тема безусловно интересная для современного исследователя.

В данной работе мы ставим цель изучить особенности синтаксических конструкций выборки статей Дмитрия Быкова, опубликованных в «Собеседнике», и выяснить, каким образом они характеризуют языковую личность автора – журналиста, писателя и педагога.

Мы провели качественно-количественный анализ употребления различных видов синтаксических конструкций. Взято 5 выборок по 100 предикативных единиц. Результаты нашей работы отражены в следующих таблицах.

Таблица 1

Характеристика выборки	Простое неосложненное предложение	Простое осложненное предложение	Сложное предложение	Сумма
Тысячи зверски убитых и тайный садизм выдумщиков	4	4	17	25
Ходорковский, революция, плевок в лицо и третьесортная ложь	0	6	14	20
Деградация школьного образования и полное противоречие действительности	3	2	20	25
Душевная подлость и конец героя нашего безвременья	0	0	12	12
Нобель Патрика Модiano как важный тренд премии	0	3	10	13
Сумма	7	15	73	95

Сложные предложения, как мы видим из приведенных выше данных, встречаются значительно чаще в потоке речи (76,8 %) по сравнению с осложненными простыми (15,8 %) и простыми (7,4 %). В некоторых текстах простые предложения не встречаются вообще («Ходорковский, революция, плевок в лицо и третьесортная ложь», «Душевная подлость и конец героя нашего безвременья», «Нобель Патрика Модiano как важный тренд премии»).

Рассмотрим, каким образом осложняется структура простого предложения в представленных выборках:

Таблица 2

Характеристика выборки	Вставки	Вводные конструкции	Обращения	Обособленные члены предложения	Однородные члены предложения
Тысячи зверски убитых и тайный садизм выдумщиков	1	0	0	1	2
Ходорковский, революция, плевок в лицо и третьесортная ложь	1	0	0	2	5
Деградация школьного образования и полное противоречие действительности	0	0	0	0	2
Душевная подлость и конец героя нашего безвременья	0	0	0	0	0
Нобель Патрика Модiano как важный тренд премии	0	1	0	0	2
Сумма	2	1	0	3	11

Как мы можем видеть, 73,3 % от общего количества осложняющих структуру простого предложения компонентов составляет доля однородных членов предложения: *Соберемся у Поклонной горы и будем соболезнавать народу Донбасса*. Как правило, ряд однородных членов предложения состоит из двух членов, но встречаются и более распространенные ряды: *Почти все герои Патрика Модiano имеют дело с психологической травмой Второй мировой, с французским коллаборационизмом, с чувством стыда и вины*. Обращения, что характерно, не встречаются вовсе. Совсем малочисленны вставки: *Марш против войны (в кремлевских СМИ и в блогах – «Марш предателей»)* немедленно вызывал у Кремля единственно возможный симметричный ответ. Это обстоятельство, на наш взгляд, свидетельствует об отсутствии необходимости у автора что-то пояснять таким образом, потому что структура предложения достаточно информативная. Обособленные члены тоже встречаются редко в тексте: *Михаил Ходорковский увидел в России ситуацию, сходную с предреволюционной... и рассказал об этом американскому журналисту Чарли Роузу*. В данном предложении присутствуют одновременно и обособленное определение, выраженное причастным оборотом: *си-*

туацію, схожую с предреволюційної, і однородні члени предложения: *Михаїл Ходорковський уловив і розповів*.

Складні пропозиції більш детально розкривають мовну особистість. Ведуща роль серед складних пропозицій відводиться складноподчиненим і складним синтаксическим конструкціям. В таблиці приведені дані об використанні видів складних пропозицій.

Таблиця 3

Характеристика вибірки	ССП	СПП	БСП	ССК
Тисячі звірски убитих і тайний садизм вигаданих	4	6	1	6
Ходорковський, революція, плювок в обличчя і третєсортна ложка	3	4	0	7
Деградація шкільного освіти і повне протиріччя дійсності	8	7	1	4
Душевна підлість і кінець героя нашого безчасся	3	2	1	6
Нобель Патрика Модіано як важливий тренд премії	2	1	2	5
Сума	20	20	5	28

Для моделювання дійсності найважливішим засом є різні типи синтаксических зв'язей. Іменно на основі вибору того чи іншого типу зв'язи можна судити про те, що приймавось автором до уваги: орієнтація на певного адресата, авторська цільова установка і т.д. Зв'язь компонентів «мовного події», її характер разом з іншими мовними засом дозволяє виявити специфіку мовної особистості автора. Дані, приведені в таблиці, дозволяють нам зробити висновки про те, що в тексті представлених вибірок ведущу роль грають складні синтаксическі конструкції (38,4 %), в рівних кількостях представлені складносочиненні і складноподчиненні пропозиції (27,4 %) і в меншості – безсполучні складні пропозиції (6,8 %).

По способу зв'язи в складносочинених пропозиціях (яких в статтях 27,4 % від загальної кількості) переважають з'єднательні і протиставельні: *Ми дійсно вступаємо в цікаву ситуацію, і зашкалюючий рейтинг влади нікого не повинен обманювати*.

Серед складноподчинених пропозицій (яких в статтях 27,4 %), ведущу роль грають СПП з додатковими визначаль-

ными: *Не станем говорить о причинах последней роковой ссылки, из которой сам Лермонтов не чаял вернуться, о спасительной отставке, которой он просил и не получил, о финальных строчках стихотворения «Смерть поэта», содержащих в себе вневременной портрет практически любой российской власти.* Также часто встречаются многокомпонентные СПП: *Я не знаю, о чем думает сейчас политолог Никонов, который, выступая в Госдуме, без всякого сомнения трагическим тенором заявил, что в захоронениях найдены изнасилованные беременные женщины.*

Бессоюзные сложные предложения у Д. Быкова (которых в текстах 6,8 %), как правило, определительного значения, или со значением дополнительности: *Николай Сванидзе уже заметил: самая зверская война – гражданская.*

Сложные синтаксические конструкции в тексте представлены очень обширно (38,4 %): *Некоторых обстоятельств его биографии никак не сотрешь: сам признавался, что «ни слава, купленная кровью, ни полный гордого доверия покой, ни темной старины заветные преданья» к его патриотизму не имели отношения, а любил он, к примеру, «дрожащие огни печальных деревень» (есть ли во всей русской поэзии более музыкальная строчка и кто не повторял ее, стоя у окна поезда?).*

Итак, ведущую роль в определении специфики языковой личности играет синтаксический уровень языка. Синтаксический строй речи Д. Быкова характеризуется усложненной структурой: в публицистике автор использует преимущественно сложноподчиненные предложения (как правило, многокомпонентные) и сложные синтаксические конструкции. Простые предложения усложняются, в основном, однородными членами, что помогает выразить мысль разносторонне и во всем ее богатстве.

Дальнейшая работа в избранном нами направлении может вестись по следующим линиям: исследование других языковых уровней (прежде всего, лексического) публицистики Д.Быкова, а также привлечение в качестве материала для анализа текстов других жанров (художественный текст, спонтанная устная речь и другое) для создания более полного речевого портрета Д. Быкова.

Список литературы

1. Голубева, И. В. Человек в науке. К вопросу о речевом портрете ученого / И. В. Голубева, О. Л. Морозова // Наука о языке и Человек в науке : сб. науч. тр. Всерос. науч. конф. Т. I. – Таганрог : Изд-во ТГПИ, 2010. – С. 142–147.
2. Караулов, Ю. Н. Русская языковая личность и задачи ее изучения / Ю. Н. Караулов // Язык и личность : сб. статей. – М. : Наука, 1989. – 211 с.

ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ ТРАДИЦИИ И НОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ЖУРНАЛИСТИКЕ (ЛИЧНОСТЬ, МЕТОДЫ, ПРИЕМЫ)

ЭФФЕКТ ГЕНДЕРНОЙ РЕЧЕВОЙ СТРАТЕГИИ В. ПОЗНЕРА В ИНТЕРВЬЮ С Р. ЛИТВИНОВОЙ

К. А. Лыков

(Таганрог, Россия)

THE EFFECT OF GENDER SPEECH STRATEGY OF V. POSNER, IN AN INTERVIEW WITH R. LITVINOVA

К. А. Lykov

(Taganrog, Russia)

Abstract. The article examines the pragmatics of V.Pozner's speech behavior in a television interview with Renata Litvinova. It is shown that he does not forget about the gender features of the interviewee when at difficult communication situation arise. At the same time his language-built strategy allows him to get maximum of interesting information for the viewer talking to the interlocutor tending to escape the direct contact.

Key words: pragmatics, communicative situation, speech strategy, rhetoric, dialogical unity, dialogic cue, logic.

Речевая гибкость В. Познера ярко проявляется в беседе Ренатой Литвиновой. Успех в умении открыть для телезрителей интересные стороны ее внутреннего мира обязан точно выстроенной журналистом речевой стратегии, учитывающей все особенности интервьюируемого лица, в том числе и факт принадлежности к слабому полу.

Точный выбор тематического маркера первого вопроса (*Как Вам погода сегодня?*) нацелен на то, чтобы уравновесить тонкую нервную организацию собеседницы, предупредив, что не позволит вероломного вторжения в ее личную жизнь. Тривиальность вопроса, кроме того, создает некоторую интригу: элитарные в речевом плане собеседники начинают разговор с банальной темы, но именно она

станет поводом для серьезной, содержательной беседы. А пока Р. Литвинова реагирует короткой, но многообещающей репликой: *Да, одновременно все стихи. Тяжело.* Лаконично-утвердительное нечленимое «Да» В. Познера исчерпывает тему 'погода'. Первый вопрос, как покажет продолжение разговора, нельзя считать исключительно этикетным, поскольку в нем заложен расчет на то, что отношение Р. Литвиновой к погоде не может быть простым и обязательно выведет на уровень других тем. И действительно, второе предложение ее ответной реплики, представленное безличным предложением, дает характеристику не столько погоде, сколько ее состоянию, физическому и (или) психологическому. Гостю предлагается уточнить многозначное слово категории состояния: *Да. А не депрессивная, нет?* В подчеркнуто отрицательной части реплики В. Познера содержится пропозиция утвердительного ответа. Р. Литвинова, однако, категорически не соглашается с предположением о влиянии погоды на ее состояние: *Нет. Кстати, я не завишу от погоды.*

В ответах гостя совместимыми оказались несовместимые суждения об отношении к погоде, такие, как *тяжело* и *не завишу от погоды*. Однако В. Познер сохраняет спокойное отношение к очевидному алогизму гостя, выражая лишь легкое сомнение посредством нечленимых предложений, имеющих позицию своеобразных вставок говорящего лица в речи собеседницы и не требующих ответа: *Нет? Не-а. Совсем нет? Нет.* Этим отрицательным рядом ведущий не уличает собеседницу в явном противоречии, а берет ответственность за результаты диалогического единства на себя, давая лишь знаки, что он чего-то не понимает в ее ответах. Об этом свидетельствует содержание следующей реплики: *Здорово. Многие зависят. Ну хорошо.* В ней искреннее удивление, подтверждение ее избранности и в этом вопросе, уступка, выраженная последним предложением реплики с примиряющим оценочным словом категории состояния, включающим частицу со значением допустимости, которая передает модальность неуверенности в том, что он услышал правду.

Коммуникативная неудача заставляет В. Познера предпринимать новые попытки придать беседе откровенный характер. Он цитирует слова Р. Литвиновой, кому-то когда-то сказанные: *Как-то вы сказали такое, что «давать интервью – тяжелая необходимость» и что это почти бессмысленно.* Р. Литвинова отвечает: *Да. Если я себя за что-то осуждаю, то, конечно, за эти иногда интервью. Но к Вам-то – это же можно.* Реплика В. Познера: *Ну ладно, а почему бессмысленно-то?* Первая предикативная часть содержит реакцию

на комплимент, показывая, что он условно допускает такое отношение к себе, но говорить об этом не расположен. Внимание В. Познера сконцентрировано на слове «бессмысленно»: редупликация его в неполном предложении делает его емким и значимым, выражающим более обобщенную, чем оценку участия в различных интервью. Гостя вынуждена все-таки дать мотивацию бессмысленных бесед с журналистами: «Все-таки, надо ему [собственному фильму – К.Л.] помогать как-то в прокате». В. Познер с пониманием поддерживает ее: *Вообще фильм, действительно, вышел в прокат, я его посмотрел*, лаконично реагируя на ее слова благодарности («Спасибо большое», «поддержали <...> рублем») нечленимым предложением: *Ну уж..., Да*, имплицитно значащее «не стоит благодарности, не об этом разговор».

Разговор об авторском кино с актрисой, сценаристом и режиссером в одном лице становится откровенным и доверительным. После кратких реплик, лишь поддерживающих беседу, следует развернутая триада синтаксически параллельных бессоюзных предикаций, завершающихся придаточной частью следствия со значением вывода, итога, идентификации: *Да. Вы – режиссер фильма, вы – сценарист фильма, вы играете главную роль, так что можно, действительно, сказать, что это ваша картина. Насколько это может быть картина одного человека, это ваша картина*. Собеседница прагматически точно подводится к выводу о том, что фильм, являясь ее детищем, не может не отражать и ее взглядов на поднятые в картине вопросы. Она отвечает полным согласием, замечая, что в работе над картиной у нее «был соратник Земфира». В. Познер дает утвердительный словесный сигнал о знании этого факта: *Правильно*. Но отказывается эксплуатировать острую в СМИ тему отношений Р. Литвиновой и Земфиры, переходя к разговору о главной героине фильма: *У меня такой вопрос. Вы в этом фильме играете медсестру Таню Неубивко, которая, на самом деле, является смертью*. Р. Литвинова, обычно скрывающаяся за своими парадоксальными афоризмами, делится сокровенными мыслями с собеседником, обстоятельно отвечая на вопрос: *У меня сначала она была охотница за красивыми душами. И все равно такое, внеземное существо. И если обратиться к каким-то древним мифам, той же Греции, ведь, они же страстно верили, что эти боги существуют. А мне кажется, что существуют, все-таки, какие-то силы, которые досматривают. Это же не случайно – древние учения о том, что, все-таки, душу кто-то сопровождает. Есть масса каких-то примет – перед смертью тебе кто-то снится, и у каждого народа какая-то своя смерть. И у Фел-*

лини была, он себе представлял женщину в красной комбинации. То есть каждый может себе навообразать, и это, кстати, сбывается. В. Познер мягко переходит к вопросу актрисе: *А вообще тема смерти вас занимает?* Получив утвердительный ответ, он логически безупречно переводит разговор на тему творчества, которая очень близка гостье, создавшей магнетически притягательные экранные образы, будь то она сама или ее персонаж: *Вы как-то сказали так, что вы смерти не боитесь, вы боитесь бессмертия. Это как понимать?* Р. Литвинова парирует: *Это красивая фраза.* Она не готова к дешифровке своей парадоксальной фразы, ей комфортней говорить о своих кинематографических персонажах, чем о себе. Понимая исчерпанность темы и бессмысленность ее развития, В. Познер оставляет за собой право поставить вопрос лишь к первой части ее афоризма: *Вы и в самом деле, во-первых, не боитесь?* В результате как будто без внимания остается эпатажная часть суждения собеседницы о *боязни бессмертия*. Но, разрушая «красивую фразу», ведущий реализует (что подтвердится в диалоге) прагматически точную установку: он деликатно выражает сомнение в ее *боязни бессмертия* и дробит общий вопрос так, чтобы получить нужную информацию, не прибегая к настоятельному тону. В результате вопрос обеспечивает продуктивное развитие диалога, оказываясь семантическим поводом выяснить значимость употребленного Р. Литвиновой понятия «бессмертие», которое, оказываясь, она воспринимает «как дети», которые «думают, что они бессмертные», «не думают, что они когда-то умрут». «И мне кажется, что это самое верное отношение к этому – думать, что ты бессмертен», – заключает гостья. Бессмертие она трактует подчеркнуто наивно, осторожно, как отсутствие страха смерти. И в этом проявляется уважение к собеседнику, понимание того, что он не разделяет ее религиозных взглядов. Об этом говорит ее вопрос-утверждение: «Но вы же атеист?» Его ответ лаконичен и четок: *Я – да.* Структурно-семантическое строение реплики дает представление о принципиальной позиции субъекта, подчеркнутой личным местоимением со значением говорящего лица, индивидуализирующим мнение. Наличие глубокой паузы перед предикатом акцентирует уверенность в ответе, который не зависит ни от времени, ни от характера коммуникативной ситуации. В следующей реплике подчеркивается предельно простое отношение ведущего к физической смерти: *Я абсолютно точно знаю, что есть смерть. Я же, все-таки, биолог к тому же. Я ее не боюсь. Но я понимаю, что это конец для меня.* Параллельные предикации с четырежды повторенным «я» в сочетании с предикатами «знаю», «биолог», «не боюсь», «по-

нимаю» выражают ту ясность мировоззрения личности, при которой интереса к смерти, как и вообще к вопросам мистики, быть не может. Поэтому на вопрос о душе В. Познер дает последовательный, соответствующий его философии ответ: *Да у меня нет никакой души, и ни у кого нет. На мой взгляд. Но это не важно — я никому не хочу ничего навязывать.* Экспрессия первого предложения, выраженная безличными предикациями с соединительными отношениями индивидуального и общего отрицания, настолько категорична, что появляется повод констатировать, наконец, пренебрежение В. Познера к гендерной принадлежности интервьюируемого. Однако безапелляционность тона смягчается модальным предложением со значением ограничения источника высказанной мысли до говорящего лица и следующим за ним исключительно этикетным предложением, почти извиняющимся перед женщиной за резкость высказанного мнения. Ведущий подчеркивает неважность его отношения к душе и толерантность к взглядам собеседницы. Она отвечает тем же, подчеркивая уважение к позиции неверующих трехкратным повтором глагола: *Нет, я уважаю. Как то — уважать чувства верующих, я уважаю чувства неверующих.* Поблагодарив собеседницу за понимание (*Очень хорошо*), В. Познер возвращается к уже заданному и не получившему ответа вопросу: *Но на самом деле, это была просто красивая фраза, что вы боитесь бессмертия?* Р. Литвинова подтверждает, объясняя уже с некоторым сомнением: *Мне кажется, что да. Просто мне иногда нравится соединять слова, и иногда они... Просто красивая фраза.* Столкнувшись в очередной раз с нежеланием собеседницы поддержать тему смерти, не сумев реализовать коммуникативную задачу в предыдущем диалогическом единстве, В. Познер не проявляет нетерпения, а с завидным спокойствием возобновляет разговор, пытаясь все-таки найти какую-то объединяющую их мысль: *Смерть — это то, куда мы все идем, и чем все кончается, по крайней мере, на Земле, насколько нам известно.* И Р. Литвинова оценивает его усилия по консолидации: *Да. Это такое слово, которым мы называем вот туда переход.* Если обратить внимание на речевую стратегию развития диалога, то становится понятно, что В. Познера интересует ее отношение не столько к смерти (небытию, в любом случае не располагающему доказательствами формы), сколько к старости: *Если есть переход, то так. А если нет, то все равно так. Тогда смотрите. До этого, почти у всех наступает старость. Некоторые умирают молодыми, но, все-таки, чаще в старости. Как вы к старости относитесь?* Р. Литвинова: *Да. Это такое слово, которым мы называем вот туда переход.* Удачно

найденное слово *переход* примиряет два мировоззрения, удовлетворяет обоих и в состоянии изменить ход беседы. Точка пересечения найдена, она залог того, что собеседники успешно продолжают разговор. Достижение коммуникативного успеха дает ведущему веру в то, что он будет правильно понят, если задаст не очень деликатный для женщины вопрос о ее отношении к старости. Повтор ключевого слова и связь его с обобщенным субъектом, куда с очевидностью входит и говорящее лицо, свидетельствует о важности его для В. Познера. Он получает искренний, откровенный ответ: *Плохо я к ней отношусь, конечно. **Несправедливый** это процесс, я считаю. Потому что внутри-то мы не стареем. Для мужчин я еще туда-сюда соглашусь. А женщине, конечно, все это драматично. Но это надо как-то принять и идти по этому процессу. Ты же просто дряхлеешь, ты становишься усталым, но в тебе горят те же страсти. Конечно, **несправедливо**. Это твоя оболочка стареет проклятая.* Женщина раскрывается перед журналистом в самых главных своих фобиях. Его последующая реплика *А разве жизнь справедлива?* оказалась тоже прагматически верна, вызвав обстоятельный ответ собеседницы: *Нет, не **справедлива**. Это мы, конечно, пытаемся в искусстве восстановить баланс, но в мире, конечно, идет приумножение зла и работает этот закон как-то страшно и неотвратно. И, наоборот, меня удивляет, что существуют еще люди добрые, порядочные. Вот это вызывает, конечно, скорее удивление, чем это норма.*

Судя по обстоятельности реплики, гостя готова продолжать разговор на эту тему, но ведущему (и телезрителю) интересны и другие взгляды собеседницы. Опять помогает цитирование ее слов: *Мне совсем не нравятся женские реакции, – говорите вы. – Я не люблю, когда женщины плачут, интригуют, сплетничают. Меня это как-то ломает. И мне это непонятно.* Р. Литвинова комментирует свое отношение к женщинам тем, что их поведение мешает процессу работы. На что следует вопрос: *С Вами такого не бывает?* Прямой отрицательный ответ госты – *Нет, я не люблю это* – дает основание привести еще одно ее изречение, где отрицательная характеристика дается мужчинам (*слабому полу*), а женщины в сравнении с ними признаются *интересней*. По эмоционально-модальному ответу Р. Литвиновой видно, что она взволнована, оставляя право называться мужчинами только за поколением В. Познера. И опять автор не ловит ее на противоречиях, продолжая разговор в обычном мягком, доверительном тоне, оставляя, как всегда, без внимания лестное для себя замечание о своем, *еще мужском* поколении и переводя тему

гендерных сбоек у мужчин в область национально-этническую: *Вы говорите это применительно к России? Или применительно вообще?* Получив ожидаемое подтверждение на первый вопрос своей реплики, ведущий вспоминает нашумевшую газетную рубрику «Берегите мужчин» и дает возможность гостю высказаться по поводу демографической несправедливости, из-за которой, по ее словам, «бедные женщины охотятся на любых заваливающих». результате развитие получает наиболее востребованная телезрителями тема: *Не хватает мужчин, очевидно, в вашем понимании того, что есть мужчина. И вообще, что есть мужчина в вашем понимании? Демография – бог с ним.*

На замечание Р. Литвиновой о том, что она имеет в виду численный перевес женщин, который, естественно, сужает выбор ими мужчин, следует выражение понимания В. Познером известной статистики и вопрос: *Понимаю. А если говорить о качественном?* Р. Литвинова говорит о стирании «границы между мужским и женским». В. Познер завершает диалектику ее мысли репликой, которую он, тем не менее, предлагает обсудить, введя глагол с модальным значением неизбежного следствия: *И тогда нет ни мужского, ни женского, **получается**?* Реплика получает положительную трансформацию собеседницы: *В конце концов, видите, соединяется в какое-то некое существо.* И опять достигается единомыслие.

В заключение отметим, что неожиданный, прямой, не щадящий собеседников любого ранга, В. Познер в беседе с Р. Литвиновой не прибегает к языковым ловушкам, которые могли бы обнаружить ее исключительно женскую, иногда противоречивую логику, отказывается в результате от острого, полемического хода беседы в угоду ее высокой информативности.

НОВЕЛЛИЗАЦИЯ КАК ПРОЯВЛЕНИЕ КРОССМЕДИЙНОСТИ В СФЕРЕ ПОПУЛЯРИЗАЦИИ НАУКИ

И. С. Соколова

(Москва, Россия)

NOVELLIZATION AS MANIFESTATION OF CROSS MEDIA IN THE SPHERE OF POPULARIZATION OF SCIENCE

I. S. Sokolova

(Moscow, Russia)

Abstract. Current trends of creation of popular scientific book issues on the basis of popular scientific telecasts are considered. The regularities connected by that the telecasts in a polylogue genre turned to «eternal subjects» are exposed to novellization most often are revealed.

Key words: popularization, science, novellization, cross media, television, book.

Понятие «новеллизация» новое и обычно применяется по отношению к процессу, обратному экранизации. Специалисты отмечают, что если еще десять лет назад активно использовалась технология экранизации, то ныне идет и обратный процесс – новеллизация [9: 55]. В случае экранизации на основе или по мотивам опубликованного ранее литературного произведения снимается кинофильм, телефильм, телесериал, тогда как новеллизация предполагает первоначальный выход на экраны кинофильма, телефильма либо телесериала, а только затем – публикацию соответствующего литературного произведения. Подчеркнем, что термин «новеллизация», как правило, используют для сферы художественных фильмов и сериалов; литературно-художественных произведений. С нашей точки зрения, однако, данное понятие может быть востребовано для обозначения абсолютно любой трансформации в системе «кино / телевидение – книга / журнал / газета». В частности, в рамках настоящей работы мы будем обращаться к этому понятию с целью описать и объяснить подобные процессы, заметные в области популяризации науки.

В целом новеллизацию можно рассматривать как проявление такого свойства современной культуры, как кроссмедийность, когда

возникает возможность получать одинаковое содержание разными каналами [2: 12; 6: 207]. С позиций же экономики можно говорить о том, что один и тот же контент продается несколько раз [1: 99].

Популяризация науки имеет длительную историю и осуществлялась в разных формах. «Сначала это были книги, а в дальнейшем периодические печатные издания, затем – радио и телевидение», – пишет А. А. Тертычный [10: 212]. В наши дни под воздействием процессов конвергенции книга / журнал / газета и научно-популярная телевизионная передача способны передавать читателю / зрителю одно и то же содержание. При этом, как указывает В. С. Хелемендик, «стремление как можно быстрее подготовить и передать информацию по всем каналам медиа приводит к тому, что аспект специфики – газетности, телевизионности, радиности – отодвигается на задний план как малосущественный» [11: 116].

Новеллизации в сфере популяризации науки чаще всего подвергаются научно-популярные передачи, представляющие собой беседы, полилоги, дискуссии нескольких ученых и ведущего. Эта особенность находит отражение и в названиях книжных изданий. Так, после демонстрации цикла научно-популярных передач «Гордон» вышли в свет «Диалоги» А. Г. Гордона, публиковавшиеся в московском издательстве «Предлог» с 2003 по 2006 год. На основе цикла передач «Мозговой штурм» было подготовлено издание А. Ю. Урманцевой «Мозговой штурм: избранные дискуссии» (М.: СВР-Медиапроекты, 2013). Главные материалы подобных изданий – это стенограммы самих телевизионных передач.

Выбор для новеллизации научно-популярных телепередач, создаваемых именно в жанре беседы, на наш взгляд, предопределяется тем, что такой жанр крайне редко встречается, когда речь идет о научно-популярных произведениях, сразу публикуемых в книжных изданиях. Более привычным оказывается жанр научно-популярной монографии, в рамках которой последовательно раскрывается избранная автором (авторами) тема. Иногда научно-популярные издания, включающие диалоги, вне процессов новеллизации и выпускаются, однако обыкновенно это диалоги, а не полилоги. К примеру, к подобным изданиям относится «Откровенная наука: Беседы со знаменитыми химиками» И. Харгиттай (пер. с англ. М.: УРСС, 2003). Полилог очень важен для представления различных мнений, точек зрения, отражения разного опыта, а также для предъявления пусть и одной и той же семантики, но различными способами, что дает возможность в итоге сделать понятным это содержание для многих зрителей и читателей. Последнее обстоятельство, всегда учитываемое

специалистами, работающими на телевидении, обеспечивает доступность популяризируемого содержания для намного большего числа людей по сравнению с доступностью традиционной научно-популярной монографии. Благодаря новеллизации более доступным становится содержание и создаваемой на базе телепередачи книги. Нам думается, что таким образом в определенной мере удастся преодолеть описываемую Б. Латуром трудность популяризации научных знаний: «...популяризация идет тем же путем, что и научные разногласия, только в противоположном направлении; из-за споров и разногласий мы были вынуждены постепенно переходить от простых утверждений, от большого количества обычных спорщиков к небольшому числу хорошо вооруженных профессиональных дуэлянтов, пишущих научные тексты. Если же мы желаем вновь увеличить количество читателей, необходимо снизить уровень разногласий и уменьшить количество вовлеченных ресурсов. ... Науку трудно популяризировать прежде всего потому, что она организована так, чтобы не подпустить к себе слишком много народу. Нет ничего удивительного, что преподавателям, журналистам и авторам научно-популярных книг приходится очень нелегко, когда они пытаются вернуть науке отвергаемых ею читателей» [5: 94–95]. Беседа и спор в научно-популярной телепередаче и соответствующей ей книге снимают сложность восприятия многоголосия и сосуществования множества источников в обычной научно-популярной монографии.

Предпринятый нами анализ показывает, что новеллизация актуальна для научно-популярных телепередач, касающихся весьма специфических тем. Особенность их заключается в том, что они содержат в себе «предельные вопросы», на которые современная наука не дает точных и окончательных ответов. Эти темы в явной либо неявной форме имеют философское звучание. И они всегда представляют повышенный интерес для многих людей. Например, это могут быть проблемы эволюции человека, старения, освоения Луны и Марса. С одной стороны, обращение к подобным темам оправданно и полезно. С другой же стороны, рассмотрение таких тем требует владения самыми современными данными и концепциями, оперирования сугубо научными знаниями, соблюдения этики. В противном случае легко перейти ту границу, за которой начинается так называемая глэм-наука (от англ. *glamour* – очарование). Глэм-наука характеризуется доминированием простых и ярких образов над реальными объектами / действиями [3: 137]. Необходимо сделать так, чтобы «яркость» темы не заслоняла ее проблемности, а сложность проблемы не сводилась к предложению заведомо простых, понятных, но иллю-

зорных и недейственных решений. В этом случае важно, чтобы стремление к коммерческому успеху не отменяло потребность обеспечения высокого уровня научности и качества материалов. ««Невидимая рука рынка»... постоянно суетится в ожидании новых перспектив коммерческого успеха, – пишет Р. Ольденбург. – Любой новой форме человеческого расстройств или сильного желания она быстро противопоставляет коммерческие решения» [8: 332]. Желание зрителя и читателя стать свидетелем обсуждения «предельных вопросов бытия» не может бездумно эксплуатироваться.

Новеллизация открывает возможности для привлечения человека к утрачивающему свои позиции в современном мире чтению [4]. Д. Меркоски констатирует: «Сегодня проще всего вечером, после трудового дня, развалиться на мягкой кушетке перед телевизором или с ноутбуком в руках за любимым сериалом, однако книгам по-прежнему есть место в нашей жизни: это самая концентрированная и правдивая форма рассказов, а также сбора, анализа и передачи информации и идей» [7: 28]. Путь от научно-популярной телепередачи к научно-популярной книге проделает далеко не каждый зритель, но постепенно, с расширением практики новеллизации в этой сфере, с созданием своего рода привычки и даже моды можно, мы полагаем, надеяться на рост востребованности таких книг среди читателей.

Список литературы

1. Баранова, Е. А. Конвергенция глазами российских журналистов-практиков / Е. А. Баранова // Вестник Московского университета. Сер. 10. Журналистика. – 2010. – № 4. – С. 91–100.
2. Вартанова, Е. Л. К чему ведет конвергенция СМИ? / Е. Л. Вартанова // Информационное общество. – 1999. – № 5. – С. 11–14.
3. Иванов, Д. В. Актуальная социология и глэм-наука / Д. В. Иванов // Социология науки и технологий. – 2014. – № 2. – С. 137–150.
4. Книга в современном мире: проблема чтения и чтение как проблема : материалы Междунар. науч. конф. – Воронеж : ВГУ, 2014. – 315 с.
5. Латур, Б. Наука в действии: следуя за учеными и инженерами внутри общества : пер. с англ. / Б. Латур. – СПб. : Изд-во Европейского ун-та в Санкт-Петербурге, 2013. – 414 с. – (Прагматический поворот).
6. Луканина, М. В. Текст средств массовой информации и конвергенция / М. В. Луканина // Политическая лингвистика. – 2006. – № 20. – С. 205–215.
7. Меркоски, Д. Книга 2.0: Прошлое, настоящее и будущее электронных книг глазами создателя Kindle : пер. с англ. / Д. Меркоски. – М. : Манн, Иванов и Фербер, 2014. – 304 с.
8. Ольденбург, Р. Третье место: кафе, кофейни, книжные магазины, бары, салоны красоты и другие места «тусовок» как фундамент сообщества : пер. с англ. / Р. Ольденбург. – М. : Новое литературное обозрение, 2014. – 456 с. – (Studiaurbantica).

9. Рубанцева, М. Книжные бренды: меняем концепции / М. Рубанцева // Университетская книга. – 2012. – № 11. – С. 54–57.
10. Тертычный, А. А. Быть ли научно-популярной журналистике? / А. А. Тертычный // Вестник Воронежского государственного университета. Сер. Филология. Журналистика. – 2013. – № 2. – С. 212–217.
11. Хелемендик, В. С. Конвергенция как современная форма взаимодействия СМИ / В. С. Хелемендик // Проблемы современного образования. – 2013. – № 3. – С. 106–123.

КУЛЬТУРНЫЕ ЦЕННОСТИ И СОВРЕМЕННАЯ ЖУРНАЛИСТИКА

СОЦИАЛЬНАЯ РОЛЬ МУЖЧИНЫ С ТОЧКИ ЗРЕНИЯ СОВРЕМЕННЫХ ЖУРНАЛОВ

Е. Н. Сердобинцева

(Пенза, Россия)

THE SOCIAL ROLE OF MEN IN TERMS OF MODERN MAGAZINES

E. N. Serdobintseva

(Penza, Russia)

Abstract. The article is devoted to the gender role of men in society. We consider the different positions represented in popular men's magazines. The study is based on an analysis of keywords in publications.

Key words: keywords, gender, male, family, female, success, career, interests.

В настоящее время существует мнение, что мужчина стал не тот, что изменилась действительность, изменились его задачи. Выяснить гендерную роль мужчины в современном обществе представляется важным и актуальным. Для достижения поставленной цели мы обратились к анализу популярных журналов для мужчин «GQ» и «Медведь».

Журнал «GQ» (Gentlemen's Quarterly) основан в 1957 году, выпускается издательским домом «CONDÉ NAST» в 11 странах мира. В России издается с 2001 г., тираж издания – 100 000 экземпляров. Аудиторию журнала составляют читатели в возрасте 20–44 лет, хотя большинство материалов рассчитано на молодых мужчин (до 35 лет). По профессиональному статусу 59 % читателей – руководители, специалисты, служащие, 71 % читателей имеют доход выше среднего (по данным исследования читательской аудитории журнала «GQ»). Редакция позиционирует издание как «Уникальный формат мужского журнала, сочетающий в себе наивысшие стандарты качества».

глянцевого издания и интеллектуальный потенциал деловой и аналитической журналистики».

Журнал пишет обо всем, что считает интересным современному мужчине: мода и стиль, техника и ее достижения, карьера, женщина, спорт, семья, а также политика и экономика.

По тому, какие номены использует журнал в отношении мужчины, можно определить его ценностную ориентацию. Часто встречаются такие наименования, как *бойфренд*, *мужик*, *плейбой*, *подкаблучник*, *самец*, *муж*. Причем *бойфренд* и *муж* используются чаще, чем остальные наименования. Это предполагает наличие парных отношений, и показывает, что женщина занимает в системе ценностей мужчины важное место. Отношения между мужчиной и женщиной характеризуются по-разному: *роман*, *союз*, *шашни*, *пара*, *партнерство*. Считается, что отношения должны строиться на основе любви (*влюбиться*, *любимая*, *любить*, *любовь*, *разрыв*). Допускается вариант отношений с женщиной без любви, если мужчина испытывает к женщине только влечение (*порно*, *постель*, *секс*, *страсть*, *эротичный*). Мужчину интересует, прежде всего, внешность женщины, размер ее груди, фигура.

Тематика публикаций и ключевые слова указывают на то, что журнал воспекает юность (*юнец*, *юность*, *юноша*, *юный*, *молодой*, *молодость*) и с пренебрежением относится к старости – это мужчины в возрасте старше 50 лет (*старец*, *старикан*, *старпер*, *старый*).

Мужчина должен обладать определенным уровнем интеллекта (*интеллект*, *умный*, *книги*, *самоусовершенствование*, *школа*, *образование*). Это поможет в достижении статуса в обществе и определенной власти (*власть*, *статус*), которые, в свою очередь, позволят использовать элементы престижа (*бренд*, *модель*, *бутик*, *дизайн*, *дизайнер*, *дизайнерский*, *стилист*, *сигары*, *часы*). Карьера и связанные с ней ключевые слова встречаются в тексте нечасто. В журнале также нет материалов, посвященных исключительно карьере, хотя тематическую группу слов, посвященных профессиональной деятельности, выделить удалось (*бизнес*, *бизнесмен*, *профессия*, *работа*, *работать*, *карьера*, *босс*, *коллега*, *карьеризм*, *профессионализм*, *специалист*, *офис*, *офисный*).

Тематическая группа «Престиж» занимает особенно важное место в жизни современного мужчины. Престижность реализуется в образе аристократа (*аристократ*, *аристократичный*, *благотворительность*, *джентльмен*, *классика*, *классический*, *манеры*, *этикет*, *изящество*, *представительный*, *представительский класс*, *премиум*). Он следит за последними тенденциями моды (*новизна*, *новинка*, *но-*

вый, престижный, продвинутый, роскошный, роскошь, солидный, редкий), наблюдает за трендами (*кутюрный, коллекция, лейбл, марка*) в самых разных сферах жизни, чтобы быть стильным и элегантным (*элегантный, эффектный, красавец, красивый, красота, стройный, денди*).

Чтобы поддерживать образ престижного мужчины, необходимо быть материально обеспеченным, поэтому большое место отводится тематической группе «деньги» (*богатство, богатый, бюджет, дорогой, дешевый, дорогостоящий, бумажник, деньги, зарплата, миллионер, multimиллионер, прибыль, состоянии, состоятельный*). Многочисленна группа слов, которые свидетельствуют о престиже и богатстве одновременно (*бриллианты, кожа, золото, золотой, золотые украшения, платина*). Авторитетом престижности и стиля являются известные люди, которые ведут «светскую жизнь» (*звезда, знаменитый, мировая известность, светский, успех, успешный, эталон*).

Технические достижения также входят в сферу интересов мужчины (*техника, технические достижения*). Из всех видов техники мужчину особенно интересуют автомобили (*автомобиль, автомобильный, автомобильный силуэт, автомобильный дизайн, машина, мотоцикл, внедорожник, джип, концепт-кар, спорт-кар, хетчбэк, лендровер, крузеры и т.п.*).

В сферу интересов мужчины входит спорт, который необходим для достижения определенных целей (*бицепсы, мышцы, тело, атлетическая фигура, форма, нагрузка, спорт, спортзал, спортклуб, тренажер, тренер, тренировка, фитнес*). Мужчины тяготеют к активному образу жизни – посещают спортзалы, занимаются активными видами спорта с целью приобрести атлетическое телосложение, чтобы хорошо выглядеть.

Отдых для мужчины важен, но не с семьей: присутствие рядом жены и детей утомляет мужчину во время отпуска. Для него главное в отдыхе *наслаждение, покой и тишина*, поэтому предпочтительнее отдыхать с друзьями.

Семья для мужчины в журнале «GQ» не является приоритетом. Материалов о семье очень мало (*семьянин, семейный, семейная пара, брак, брачные дела, женитьба, жениться, свадьба, жена, спутник жизни, супруга*). В семье могут быть дети. Их характерным признаком является тот факт, что нарушается спокойствие мужчины.

Признаком семьи является дом, который должен быть уютным и теплым.

Таким образом, семья является не самой главной сферой интересов мужчины. Имея жену и детей, мужчина считает вполне есте-

ственным предпочесть семье карьеру и личное благополучие. Такова позиция журнала «GQ».

Мужской журнал «Медведь» выпускается в России с 1995 года. Тираж издания – 85 000 экземпляров. Возрастной диапазон гораздо шире, чем у «GQ»: от 16 до 55 и старше. Среди читателей всего около 30 % руководители и люди с высоким уровнем дохода. Журнал «Медведь» позиционирует себя как издание для мужчин-интеллектуалов.

Тематика издания представлена тремя блоками (по материалам медиа-кита издания): «ВОВНЕ» – мир, который окружает мужчину, «ВНУТРИ» – внутренний мир мужчины, «РЯДОМ» – то, что окружает мужчину в доме.

Образ мужчины формируется только словом *мужчина*, изредка добавляется определение *настоящий*. Для него важным является дружба, на что указывает частотность употребления таких слов, как *друг, дружба, товарищ, друзья*, при которых находим определения *надежный, верный*.

Ключевые слова публикаций указывают на то, что современный мужчина должен быть образованным, для него важно достижение внутренней гармонии (немало материалов на религиозную тематику), сохранение личного пространства.

Как в уже рассмотренном журнале, в «Медведе» большое место отводится внешнему виду мужчины (*стиль, вкус, мода, модный, новый, одежда, ультрамодный, ухаживать за собой, уход*). Часто встречаются названия конкретных предметов гардероба, парфюмерных и косметических средств. Выделяется большая группа слов на тему здоровья, что подчеркивает его важность для мужчины (*болезнь, врач, здоровый, здоровье, лекарства, лечение, медицина, медицинский, оздоровительный, приятный, профилактика, тело*).

Сфера интересов современного мужчины в журнале «Медведь», включает в себя следующие компоненты: государство, экономика, политика; культура, искусство; карьера; дом, семья, женщина; успех, престиж; автомобиль.

Государственная политика и экономика страны занимают одно из самых важных мест в сфере интересов мужчины (*армия, власть, государство, демократия, нация, общество, оппозиция, патриот, первая леди, перестройка, политик, политика, правительство, страна, цивилизация*). Для мужчины в современной политике важен прогресс (частотность этого слова особенно велика) и интерес к обществу, духовность.

По мнению журнала «Медведь», современный мужчина должен быть в курсе новостей мира искусства и науки, на что указывают такие ключевые слова, как: *автор, искусство, культура, наука, тренд*.

Карьере не уделяется особого внимания в журнале, мужчина проявляет к ней интерес только как средству зарабатывания денег (*бизнес, зарабатывать, зарплата, карьера, начальник, работа, работать, руководитель, служба, труд, трудиться*).

В отличие от журнала «GQ», в журнале «Медведь» в сферу интересов мужчины входит семья, поскольку для мужчины важно быть мужем и отцом, иметь собственный дом (*брак, жена, жениться, замуж, муж, свадьба, семейная жизнь, семья, семьянин*). Наличие в журнале рубрики «Папа» показывает высокую ценность отцовства. Интересно отметить, что слово *papa* встречается в материалах в три раза чаще, чем слово *мама*. В материалах, посвященных семье, встречаются слова, обозначающие других родственников, обычно они связаны с ролью мужчины в семье: *дедуля, дедушка*. Важнейшей характеристикой отношений в семье является забота друг о друге. В сферу интересов «Семья» входит женщина (*дама, девушка, женщина, леди*), отношения с которой строятся на основе любви (*влюбиться, внимание, любить, любовь*). Немаловажное значение играет для мужчины дом (*общежитие, квартира, дом, домик*), который должен быть гостеприимным.

Образцами успешности, престижности для мужчины являются известные люди, добившиеся определенных успехов в карьере, но при этом не забывающие о семейной жизни (*звезда, знаменитый, известен, поклонники, популярность, популярный*). Ключевыми словами, характеризующими престижность, выступают: *благородный, изысканный, крутой, представительский, престижно, легендарный, утонченный, шедевр, шикарный*. Показателем уровня престижности является богатство (*богатый, деньги, состояние, средства, бренд, вилла, коттедж, марка, ресторан, яхта*).

Отдых для мужчины – это путешествия (*отпуск, путешествие, путешествовать*). Однако журнал «Медведь» не описывает лучшие курорты и места, куда можно поехать отдыхать всей семьей. Здесь мы встречаем подробные описания законов и традиций многочисленных стран. Таким образом, для мужчины важна возможность путешествовать и узнавать новое об окружающем мире.

Еще одна сфера интересов мужчины – автомобиль. Как и в журнале «GQ», в журнале «Медведь» уделяется пристальное внимание автомобилям – рассматриваются новые модели, рассказывается о легендарных автомобилях, вошедших в историю (*автомобиль, автомобильный, болид, водитель, машина, модель, суперкар, спорткар* и т.п.).

В отличие от журнала «GQ», журнал «Медведь» придерживается традиционной системы ценностей для современного мужчины. На первом месте для него находится семья. Важность также представляют образование, культура и искусство, жизнь государства, политика, экономика и т.д.

Современные СМИ предоставляют мужчине право на самоопределение относительно семьи, однако они едины во взгляде на внешнюю атрибутику, на успешную карьеру, на высокий достаток.

ОСМЫСЛЕНИЕ АКТУАЛЕМЫ ДЕМОКРАТИЯ В ПУБЛИЦИСТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ

Н. В. Черникова

(Мичуринск, Россия)

UNDERSTANDING OF THE ACTUAL CONCEPT DEMOCRACY IN A PUBLICISTIC DISCOURSE

N. V. Chernikova

(Michurinsk, Russia)

Abstract. The actual concept «democracy» is regarded as a key informative signs of the ending XX – the beginning XXI century and reflects basic political, ideological and civil value. Lexical units of the actual concept «democracy» have the change of semantic and pragmatical components of meaning and the development of syntagmatic connections because of influence of extralinguistic factors.

Key words: actual concept, democracy, democratic.

Актualeмы представляют собой «информативные единицы, обладающие на конкретном историческом этапе актуальным для социума содержанием» [3: 72]. К числу ключевых информативных знаков конца XX – начала XXI в. относится актуалема *демократия*, отражающая базисную политико-идеологическую и гражданскую ценность и определяющая вектор деятельности во всех общественно значимых сферах.

Основные концептуальные признаки, формирующие понятийное ядро актуалемы – «власть большинства», «равноправие граждан», «широкий круг прав и свобод», «верховенство закона», «гражданская и деловая ответственность», – семантизированы в сигнификате одноименной лексемы, см.: *демократия* – «форма политической организации общества, основанная на признании народа в качестве источника власти, на его праве участвовать в решении государственных дел и наделении граждан достаточно широким кругом прав и свобод» [2 (1: 385)]. Внутренняя форма слова является источником первоначального смысла: *демократия* – греч. *demokratia* < *demos* – «народ», *kratos* – «власть». Этот первоначальный смысл предельно точно отражен в Сл. Даля, см.: *демократия* – «народное правление, народодержавие, народовластие, мироуправство; *противоп.* самодержавие, единодержавие или аристократия, боярщина и др.» [1 (1: 396)].

Несмотря на прозрачную, на первый взгляд, внутреннюю форму слова, концептуальное содержание актуалемы на разных этапах и в разных социокультурных условиях не имеет абсолютного значения. Оно определяется прежде всего характером общественного строя. В частности, исследование синтагматики существительного *демократия* в советском публицистическом дискурсе позволило нам выявить ряд концептуальных сегментов, которые в тот период наличествовали в структуре ментальной единицы, – *буржуазная демократия, социалистическая демократия, народная демократия*.

В перестроечный период произошло изменение духовно-психологической атмосферы общества, переосмысление демократических институтов и ценностей и, как следствие, «пересмотр» содержания актуалемы *демократия* в новых социокультурных условиях.

Новому осмыслению прежде всего подвергся концептуальный сегмент *социалистическая демократия*. Ядерными в его содержании стали признаки, оппозитивные по своей сути самому феномену демократия, – «диктат государства», «отсутствие самостоятельности», «жесткая централизация» и т.п. В социокультурном фоне сегмента появилась отрицательная оценка, отражающая негативное отношение социума к тем процессам, которые в советский период квалифицировались как проявление социалистической демократии. Одним из свидетельств этого являются новые синтагматические и эпидигматические связи существительного *демократия* в публицистическом дискурсе постсоветского периода. Ср.: *формальная демократия, процедурная демократия, игры в демократию, ущемление демократии, квазидемократия* (о социалистической демократии) – *восстановить демократию, ростки демократии* (о «новой» демократии). Например: *Вспомним «социалистическую демократию», при которой шаг влево или вправо был шагом под социалистические же танки, как это было в Чехословакии в августе 1968-го... Советский Союз был квазидемократией...* (Новое время. 2006. № 33). Кавычки в данном контексте сигнализируют об отношении журналиста к содержанию соответствующего концептуального сегмента.

В прессе перестроечного времени ведется массовая разъяснительная работа относительно нового осмысления актуалемы. См.: *Демократия – это децентрализация в решении политических вопросов и экономической власти через самостоятельность трудовых коллективов, через экономическую реформу, через большую самостоятельность регионов* (Ленингр. правда. 1990. 20 янв.); *Начнем с истинно демократических основ жизни, с законов, которые насущно необходимы, с разъяснения той простой мысли, что демократия –*

это своего рода диктатура законов, равных для всех (Открытая газета. 1995. № 46). Появились новые лозунги, в центре которых коррелирующие актуалемы *демократия* и *гуманизм*: *Возродить Отчизну – демократическую, великую своим гуманизмом, терпимостью, процветанием – священный долг каждого соотечественника* (Эхо планеты. 1991. № 34).

В перестроечном и постперестроечном публицистическом дискурсе, по нашим наблюдениям, актуализировались языковые знаки *демократизировать(ся)* и *демократизация*, отражающие тенденции общественной жизни, новый реформаторский курс идеологов обновления России. Например: *28 мая 1988 года открывало краткую эпоху политической демократизации* (Новая газета. 2002. 30 мая); *Людмила Путина призвала общественность «в условиях демократизации общества демократизировать и процесс школьного обучения», предоставить детям «возможность донести до директора школы свои чаяния»* (Время новостей. 2002. 23 дек.).

Особой частотностью в речевой практике конца XX в. отличались сочетания с прилагательным *демократический*, отражавшие политико-идеологические ценности, принципы нового общественного устройства, см.: *демократический характер преобразований, демократический путь, демократический блок (союз, альянс), демократическая страна, демократическая система управления страной, демократическая культура, демократическая общественность, демократическое правовое государство, демократическое мышление, демократическое сознание, демократические выборы, демократические тенденции развития, демократические ценности, на демократических началах, на широкой демократической основе* и т.п.; см. также в названии политических партий и движений, альтернативных КПСС: *Российская демократическая партия (РДП) «Яблоко», Демократический выбор России (ДВР), Демократическая Россия, Российское движение демократических реформ (РДДР), Национально-демократическое движение, Конституционно-демократическая партия (кадеты), Либерально-демократическая партия России (ЛДПР), Христианско-демократическое движение* и т.п.

В период демократического подъема в лексическом фоне слова *демократия* появились новые семантические признаки, характеризующие осмысление актуалемы массовым сознанием постсоветского общества: *демократия* – это «защищенность», «порядок», «свобода», «стабильность». Думается, что позитивный образ демократии, сформировавшийся в коллективном сознании россиян в перестроечную эпоху, весьма далек от буквального значения лексемы *демократия* –

«власть народа». Семы «власть» и «народ» в семантической структуре слова переместились в периферийную зону значения, что во многом обусловлено реалиями российской жизни.

В начале XXI в., на новом этапе осмысления актуалемы наблюдается развитие синтагматики лексемы *демократия* в процессе употребления ее с новыми предикатами. Нами зарегистрированы такие сочетания, как *управляемая демократия*, *суверенная демократия*, *президентская демократия*, *модернизирующаяся демократия*, *корпоративная демократия* и т.п., частотные в СМИ. Например: *Россия переживает весьма острый период своего развития. Высшими политическими приоритетами нынешний режим провозгласил порядок и стабильность. Поначалу такую упорядоченную стабильность именовали «управляемой демократией», теперь – «демократией суверенной»*. Эти нехитрые риторические обороты значат примерно то же, что в советскую эпоху значили слова «социалистическая демократия» или «нерушимый союз партии и народа» (Новое время. 2006. № 10); В. Сурков говорит о «*суверенной демократии*». Я бы только выражался прямее: речь у нас идет о «*президентской демократии*». Суверенность. Суверенитет. Президент. А демократия? Это, видимо, так, общее слово... (Полис. 2006. № 1); Новая политическая система определена как *демократия* со специфическими (национальными?) особенностями. Предлагаемые сегодня дефиниции качества российской *демократии* весьма разнообразны: «*суверенная демократия*» «*модернизирующаяся демократия*», «*корпоративная демократия*», «*управляемая демократия*», «*имитируемая демократия*». Но общим для всего этого спектра оценок является отсутствие в них коннотации непосредственного осуществления власти гражданами (Полис. 2006. № 4).

Новая валентность языкового знака манифестирует качества современной российской демократии. Однако она, как нам представляется, противоречит внутренней форме слова *демократия*, свидетельствует об уменьшении семантического объема сигнификата лексемы за счет неполного выявления традиционного набора образующих его семантических компонентов. Носители языка, в том числе и неспециалисты, ощущают дискомфорт при восприятии текста, где внутренняя форма слова нарушена. См., например, метаязыковые высказывания-рефлексивы: ...у Бориса Немцова были определенные основания заявить недавно, что употребление термина «*демократия*» с любым прилагательным означает на самом деле диктатуру (Знамя. 2006. № 8); ...в понятие демократии уже входит суверенность – суверенность народа или коллектива. И «*суверенная демократия*» по

существо словосочетания – это «суверенная суверенность» народа (коллектива) в сфере принимаемых им решений. В строгом смысле это выражение напоминает «подслащенная сладость» (Свободная мысль. 2007. № 9).

Полагаем, что сочетание *суверенная демократия*, которое в первом десятилетии XXI в. активно функционировало в публицистическом дискурсе в качестве средства обозначения государственной идентичности России (см.: *Россия – суверенная демократия*), нужно рассматривать как метафору, в которой адъектив эксплицирует позиционирование России в мировом пространстве. См. аналогично: [Д. Медведев:] *Если суверенная демократия – это демократия плюс жесткий государственный суверенитет, то это вполне обоснованно* (Стратегии России. 2006. № 10).

Негативные экстралингвистические факторы рубежа XX–XXI столетий стимулировали развитие смыслового и аксиологического содержания актуалемы *демократия* и лексического фона ее вербальных коррелятов. В лексическом фоне языкового знака *демократия* и ее производных появились такие семантические компоненты, как «политическое и экономическое неравенство», «свобода обогащения», «всевластие правящей элиты», «общественный хаос», «коррупция», «нищета», «социальная незащищенность», «обострение социальных проблем» и т.п., которые нередко актуализируются в газетно-журнальных текстах. См.: *Неудовлетворенность пройденными этапами реформ в обществе складывается прежде всего вследствие тенденций отчуждения народа от преобразований. Демократические на словах реформы стали прикрытием для агрессивного присвоения немногими всего лучшего, что ранее принадлежало всем* (Экономист. 2006. № 1); *Как известно, последние полтора десятилетия истории человечества прошли под флагом «демократизации» по-американски... Распродажа природных ресурсов, вывоз капитала за рубеж, развал и разруха в экономике, безудержный рост цен и тарифов, бандитизм, и коррупция, нищета и страдания миллионов, геноцид народов России – плоды этой «демократии»* (Сов. Россия. 2006. 6 июля). Кавычки здесь носят оценочный характер. Они свидетельствуют о развитии в лексических единицах иронических коннотаций и эксплицируют авторскую интерпретацию понятийного ядра лексического значения, замену положительно маркированных семантических компонентов их смысловыми антиподами.

Считаем, что на рубеже XX–XXI вв. под воздействием экстралингвистических факторов в семантической структуре языкового знака *демократия* произошла перегруппировка сем – выдвижение

коннотативной части на позиции сигнификативной, ядерной. Вследствие этого процесса *демократия* как оценочное слово переместилось в корпус отрицательных лексических единиц, эксплицирующих негативные тенденции в современной России. Следовательно, лексема *демократия* в осмыслении современным российским социумом – антипод ее универсального понимания. См.: *Они – о нас* [название рубрики]. «Ембасси»: *Что случилось с россиянами? Разве не все люди выступают за демократию? Получается, что не все. Примерно 80 процентов россиян заявляют о негативном отношении к демократии* (Деловой вторник. 2006. № 23).

Нами зарегистрировано оксюморное окказиональное сочетание *тоталитарная демократия*, усиливающее пейоративное значение лексемы и манифестирующее отношение языковой личности к ее референции. См.: *Грядет тоталитарная демократия?* [название статьи]. [И. Глазунов:] *Новая тоталитарная система демократии – чем она отличается от сталинского строя?! Для меня – ничем. Бордели, игорные дома сияют. А рядом нищие роются в помойках... Речи патриарха прерываются рекламой средств от перхоти. Ребенок, выйдя из метро, видит на книжном развале рядом с томиком Лермонтова порнографический журнал. Это не свобода* (АиФ. 2006. № 6).

Итак, мы можем констатировать, что прагматика лексем *демократия* в течение двух последних десятилетий изменила свое значение в направлении от знака «плюс» к знаку «минус». Носители языка переименовали демократию в *деньгократию* и *дерьмократию*, а ее апологетов в *дерьмократов* и *деньгократов*. См.: В конце 80-х годов слово «демократ» имело в народе однозначно положительную окраску и на любых выборах служило надежным пропуском в депутаты. Но в 1991 году это слово впервые на уровне народной этимологии начинает переосмысливаться – появляется его синоним «*дерьмократ*» (Сов. Россия. 2000. 19 дек.); ...в России демократия и патриотизм оказались «по разные стороны баррикад». Не очень сведущие в политэкономии массы «нутром» почувствовали, что это не демократия людей, и назвали либеральных радикалов «*дерьмократами*». Можно было выразиться не столь грубо и понятийно более точно, назвав то, что пришло в Россию, «*деньгократией*». И тогда в понятиях многое стало бы на свои места. У власти денег, у «*деньгократов*» есть свой «патриотизм». Их тянет туда, где есть деньги, где можно их приобрести, а приобретя – с шиком потратить. «*Деньгократия*» на мировом уровне есть диктат транснациональных финансовых корпораций, на государственном уровне в России – это союз коррумпированной власти и олигархов, а на бы-

товом – высокомерие и разгул «новых русских»... (Свободная мысль. 2007. № 3). В основе возникновения данных слов – языковая игра, преследующая определенную цель – выразить отношение языковой личности и языкового коллектива к фактам экстралингвистической реальности.

Список литературы

1. Даль, В. И. Толковый словарь живого великорусского языка : в 4 т. / В. И. Даль. – М., 2002.
2. Словарь русского языка : в 4 т. / под ред. А. П. Евгеньевой. – М., 1985–1988.
3. Черникова, Н. В. Актуальные концепты и их лексические репрезентанты / Н. В. Черникова // Филологические науки. – 2007. – № 6. – С. 71–80.

ЭТИКА ЖУРНАЛИСТИКИ И КУЛЬТУРА ПОВЕДЕНИЯ ЖУРНАЛИСТА

ЭТИЧЕСКИЕ И ПРАВОВЫЕ НОРМЫ ЖУРНАЛИСТА ПРИ ОСВЕЩЕНИИ ТЮРЕМНОЙ ТЕМЫ

Д. С. Татаренкова

(Екатеринбург, Россия)

ETHICAL AND LAW STANDARDS OF JOURNALISTS IN COVERING THE PRISON THEME

D. S. Tatarenkova

(Ekaterinburg, Russia)

Abstract. In this article is discussed the law and ethical aspects of the journalist's work in the prisons; journalist's work with prisoners and staff of penitentiary system as a sources of information. Features of coverage of the topic of the penitentiary system in the mass media are analyzed.

Key words: Prison topic in the mass media, law standards of journalists, ethical standards of journalists, visiting of prisons by journalists, work journalist's work with prisoners as a source of information, work of journalist with a staff of penitentiary system as a source of information.

Журналисты все чаще обращаются к тюремной теме в связи с реформированием уголовно-исполнительной системы РФ, ее гуманизацией, стремлением сделать ее деятельность максимально открытой для общественности. Так, только о пенитенциарной системе Свердловской области в 1 полугодии 2014 года в СМИ вышло 1709 материалов. Однако представители массмедиа не знают этические нормы работы журналиста в исправительных учреждениях, особенности общения с осужденными как источником информации. В тоже время несоблюдение таких норм может повлечь за собой самые серьезные последствия, в том числе спровоцировать поступки осужденных, угрожающие жизни сотрудников УИС и журналистов. Исследований, посвященных правовым и этическим особенностям освещения тюремной темы в СМИ, практически, нет, хотя данная тема актуаль-

на, особенно для журналистов, освещающих деятельность правоохранительных структур, криминальную тему.

Чтобы выделить типичные ошибки при работе журналистов на территории исправительных учреждений, а также при общении с осужденными и сотрудниками уголовно-исполнительной системы, было проанализировано и систематизировано 80 запросов представителей СМИ, которые поступили в пресс-службу ГУФСИН России по Свердловской области. Запросы были связаны с получением информации об осужденных и сотрудниках или с посещением исправительных учреждений. Метод исследования – case study – анализ конкретных ситуаций.

Представители средств массовой информации и иные лица имеют право посещать учреждения и органы, исполняющие наказание, по специальному разрешению администрации этих учреждений и органов либо вышестоящих органов [6]. Основанием для отказа СМИ в посещении СИЗО или ИК могут служить только несколько причин.

Во-первых, если осужденный, у которого планируют взять интервью, не хочет общаться с журналистами. Человек, отбывающий наказание, вправе не разглашать подробности своего уголовного дела, не демонстрировать широкой общественности, что он находится в местах лишения свободы. Кино-, фото- и видеосъемка осужденных, их интервьюирование осуществляются с согласия в письменной форме самих осужденных [6]. Журналисты часто просят администрацию исправительного учреждения или сотрудников пресс-службы УИС заставить осужденного согласиться на фото- или видеосъемку, на интервью, это неэтично и незаконно.

Во-вторых, журналисту может быть отказано в посещении исправительного учреждения, если он планирует подготовить материал о ком-то из сотрудников УИС, а данный сотрудник не хочет становиться героем публикации. Статьей 49 Закона «О средствах массовой информации» [3] и статьей 152.1 Гражданского Кодекса РФ [1] предусмотрен запрет на распространение в СМИ сведений о личной жизни граждан, если от них самих или от их законных представителей не было получено на то согласия, за исключением случаев, когда это необходимо для защиты общественных интересов. Не стоит просить вышестоящих руководителей заставить дать интервью подчиненного им сотрудника, хотя это может сработать – человек в погонах не нарушит приказ.

В-третьих, журналисту может быть отказано в общении со следственно-арестованным, находящимся в СИЗО, если по мнению сотрудников следственного комитета, это помешает расследованию

уголовного дела, по которому он задержан. Просить сотрудников следственного изолятора пропустить журналиста в обход следователя – значит просить нарушить закон [5].

В-четвертых, журналисту может быть отказано в посещении СИЗО или ИК в связи со сложной оперативной обстановкой. Например, если там происходят массовые беспорядки или волнения, объявлен усиленный режим несения службы. Посещение журналистом учреждения в такой момент является небезопасным [См. 7].

Журналист, выбирая одежду, в которой он отправится готовить материал в исправительное учреждение, должен помнить, куда он идет. Девушкам не следует надевать мини-юбки, платья и блузки с глубоким вырезом, красить губы помадой яркого цвета или делать маникюр со стразами, надевать броские украшения, распускать волосы. Мужчинам также не следует выбирать одежду, привлекающую внимание.

На КПП исправительного учреждения журналиста предупреждают, что на территорию колонии запрещено проносить оружие, наркотики, спиртосодержащую жидкость (в том числе парфюмерию), таблетки, деньги (больше тысячи рублей), сотовые телефоны [4]. За попытку пронести любой из вышеперечисленных предметов может быть заведено дело об уголовном или административном правонарушении.

Журналист не должен включать диктофон и видеокамеру без предупреждения источника информации, а на территории исправительных учреждений по закону также запрещено снимать режимные объекты и охранные сооружения [6].

Не следует приступать к подготовке журналистского материала с заранее предвзятым убеждением, что в тюрьме все плохо, необходимо оценивать ситуацию объективно. К примеру, журналисты немецкой газеты «Die Zeit», когда готовили репортаж в исправительной колонии № 13 (г. Нижний Тагил) об отбывающих там наказание осужденных, ранее являвшихся сотрудниками правоохранительных органов, все время просили «показать им что-нибудь плохое», выбрали для фотографирования единственную нештукатуреную стену, посуду с трещинами и так далее. Хотя эти недостатки были скорее исключением, а не показателем неудовлетворительных условий содержания осужденных.

Часто по какому-либо информационному поводу в ИУ организуют дни открытых дверей для СМИ – приглашают несколько телеканалов, газет, информационных агентств. Некоторые журналисты пытаются незаметно оторваться от группы коллег, чтобы пройтись

по территории исправительного учреждения одному в поисках чего-то эксклюзивного. Однако этого делать не следует, журналистов водят по территории колонии группой в сопровождении не только потому, что хотят что-то скрыть или показать лишь позитивные моменты в работе, но и в целях безопасности.

Иногда на мероприятиях, проходящих в исправительной колонии, присутствует множество приглашенных гостей – чиновники, правозащитники, представители благотворительных фондов, родственники осужденных. В этом случае важно, чтобы осужденный, который общается с журналистом, знал, что это именно представитель СМИ и не возражал против того, что информация о нем может быть размещена в газетах, на телеканалах или на сайтах, понимал, что его могут идентифицировать. То же касается родственников и друзей осужденных. Несовершеннолетних осужденных вообще нельзя идентифицировать в СМИ.

При интервьюировании осужденного нельзя задавать провокационные вопросы о преступлении. Так, журналистка одного из телеканалов Свердловской области, получив у осужденного согласие на интервью об убийстве родственников, которое он совершил, задала вопрос: «А как Вы их убивали?». Осужденный переменялся в лице и отказался продолжать беседу, но реакция могла быть непредсказуемой. Кроме того, подобные вопросы наносят психологические травмы осужденным.

В «зека» и в «тюремщика» журналисту «переодеваться» нельзя, такие включенные эксперименты ставят под угрозу жизни сотрудников исправительного учреждения и журналистов. Обращение с запросами представителей СМИ провести такой эксперимент выглядят крайне неэтичным. К примеру, в пресс-службу ГУФСИН России по Свердловской области обратился журналист газеты «Комсомольская правда Урал» с запросом «посадить его на недельку к уголовникам в камеру», чтобы провести включенный эксперимент и написать о жизни осужденных. Журналист, вероятно, не задумался, какими последствиями может завершиться такой эксперимент.

Также нарушением этики являются запросы журналистов о подготовке развлекательных материалов на территории колонии. Можно привести следующий пример: журналист информационного агентства «Новый регион» направил запрос в пенитенциарное ведомство, в котором он просил освободить для него одну из камер в СИЗО города Екатеринбурга, чтобы там снять видео для флешмоба – как он читает отрывок из «Анны Корениной» Л. Толстого, размышления о заточении.

Представители СМИ иногда часами ждут около СИЗО или колонии осужденных по уголовным делам, вызвавшим широкий общественный резонанс, в день их выхода на свободу. К примеру, в июне 2014 года, когда суд объявил, что Ирина Тимошенко, женщина, заморозившая своих двух новорожденных детей, будет освобождена по амнистии, толпа журналистов ждала ее в течение нескольких дней около следственного изолятора № 5 (г. Екатеринбург), где она содержалась. Сотрудникам СИЗО пришлось отбиваться от вопросов негодующих журналистов, а женщину, совершившую преступление, вывести из СИЗО через запасной вход.

При выборе того или иного информационного повода для подготовки материала на тюремную тему необходимо задумываться, как материалы отзовутся на героях публикации. По оценкам пенитенциарных психологов, люди, находящиеся в заключении, более остро на все реагируют. Бывает, что после негативных материалов в СМИ о том, что та или иная колония – «пыточная», осужденные, отбывающие там наказание или готовящиеся к этапированию туда, совершают побеги или попытки суицидов. Недопустимо смакование деталей преступления, совершенного на территории колонии, использование при этом ужасающих заголовков, излишних кровавых подробностей в текстах.

Журналисты, освещая тюремную тему, предпочитают выбирать негативные информационные поводы. По данным пресс-службы ГУФСИН России по Свердловской области во втором полугодии 2013 года в региональных и федеральных СМИ вышло 1818 материалов об уголовно-исполнительной системе области, из них негативных и «материалов-страшилок», которые запугивают читателей зеками или сотрудниками, – 54 %; позитивных – чуть больше 29 %; нейтральных текстов, констатирующих факты без оценок – 17 %. Следует отметить, что практически, все позитивные материалы выходили по разным информационным поводам, в то время как даже один негативный информационный повод вызывал огромный общественный резонанс и выход массы материалов. Старший преподаватель кафедры периодической печати Уральского федерального университета В. И. Доможиров отмечает, что при освещении криминальной темы в СМИ «возникает катастрофический дисбаланс между отрицательной и положительной информацией. Конечно, случаи нарушения закона человеком, который этот закон обязан защищать, всегда будут привлекать внимание массмедиа, однако на фоне почти полного отсутствия положительной информации у аудитории возникает искаженная картина образа сотрудника правоохранительных органов» [2, 38].

Таким образом, при подготовке материала на тюремную тему журналисты не должны вешать ярлыков ни на осужденных, ни на сотрудников УИС: не называть их «зеками» или «тюремщиками» и не приписывать им «обязательные» качества, которыми они якобы обладают (осужденный – значит, подвергающийся пыткам, или маньяк, сотрудник УИС – жесткий, бесчеловечный). Журналисты должны помнить, что сотрудники УИС и осужденные такие же люди как и все, они имеют право на неприкосновенность личной жизни, неразглашение персональных данных. Несмотря на то, речь идет о системе исполнения наказания, не нужно считать, что осужденных или сотрудников можно принудительно заставить дать информацию. Необходимо уважать чувства других людей, даже если эти люди преступники, и не задавать оскорбительных, унижающих достоинство человека вопросов. Нужно с уважением относиться к непростому труд сотрудников уголовно-исполнительной системы, которые порой рискуют жизнью, не относятся к посещению исправительного учреждения как к развлечению, чему-то необычному и эпатажному. При работе в исправительной колонии недопустимо провокационное поведение. Следует помнить, что, если при посещении колонии журналиста в чем-то ограничивают (передвижение группой в сопровождении, запрещают съемку каких-то объектов), то это не всегда означает, что от него хотят скрыть какую-то информацию, иногда ограничения нужны для обеспечения безопасности.

Список литературы

1. Гражданский Кодекс Российской Федерации (Статья 152.1). – URL: <http://base.garant.ru/10164072/8/>.
2. Доможиров, В. И. Формирование концепции освещения криминальной темы в средствах массовой информации / В. И. Доможиров // Известия Уральского государственного университета. Сер. 1. Проблемы образования, науки и культуры. – 2011. – № 4 (95). – С. 32–40.
3. Закон Российской Федерации «О средствах массовой информации» (Статья 49). – URL: <http://base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=LAW;n=148788>.
4. Правила внутреннего распорядка исправительных учреждений. Приложение № 1. – URL: http://base.garant.ru/1354625/#block_10000.
5. Уголовный Кодекс Российской Федерации (Статья 310). – URL: <http://www.consultant.ru/popular/ukrf/>
6. Уголовный Кодекс Российской Федерации (Статья 24). – URL: http://www.consultant.ru/popular/uikrf/12_3.html#p297
7. Уголовный Кодекс Российской Федерации (Статья 85). – URL: http://www.consultant.ru/popular/uikrf/12_17.html

**«ЗОЛОТОЙ ТИПУН»: ЖУРНАЛИСТЫ
МОГЛИ БЫ СПАСТИ НАШИ УШИ И ГЛАЗА, И ДУШИ
(наблюдения лингвиста за речетворчеством журналистов)**

В. И. Шаховский

(Волгоград, Россия)

**«GOLDEN PIP»: PRESS PEOPLE COULD HAVE SAVED
OUR EARS AND EYES, AND SOULS (linguist's observation
of journalists' mean speech tricks)**

V. I. Shakhovsky

(Volgograd, Russia)

Abstract. Analysed is the interaction between social/political events and the Russian language behavior of different mass media journalists. This interaction is illustrated through occasionalisms/neologisms as their negative reflection of these events. Explained is their provocative influence upon addressees' psycho-emotional health. Put forward is the problem of ecological education of press people to aim mastering of their ecological intellect and competence.

Key words: ecological health, ecological competence, negative details, vulgarisms, journalists' comments and reposts, non-ecological impact.

Последнее пятилетие характеризуется бурными социальными изменениями в нашей стране. Язык не может не рефлексировать эти изменения. И, прежде всего, через лексику. Ибо, по словам О. Есперсена, слова – это «милые веи истории». Другими словами, в них фиксируется эпоха, но фиксирует эту эпоху не сам по себе язык, а люди, его создавшие и творящие с ним чудеса.

Всего несколько лет назад М. А. Кронгауз писал о том, что русский язык находится на грани нервного срыва [1]. Мне кажется, что в последние 2–3 года русский язык уже перешел эту грань и стремительно от нее удаляется к истерии. И не только своей лексикой, но и фонетикой, и грамматикой. Авторами этих изменений являются журналисты.

Л. Михайлова еще в 1991 г. написала статью «Спасите наши уши: отдаем язык родной на заклятие времени. С чем останемся?» [2: 77–79]. А мне пришлось в статье «Унижение языком в контексте современного коммуникативного пространства» [3: 40–45] тоже пи-

сать на эту тему потому, что журналисты в своих экспериментах с языком сегодня зашли уж больно далеко, поскольку их никакие фильтры не останавливают, а внутренней рецензии их никто не обучал. Достаточно раскрыть бесчисленные газеты и журналы, особенно молодежные, послушать спортивные комментарии, а я полагаю, что комментаторы – это тоже журналисты, посмотреть бесчисленные каналы нашего телевидения или послушать «говорящие головы» в разных телепрограммах, чтобы начать сомневаться, русский ли это язык, о котором писал И. С. Тургенев («О, великий, могучий ...»).

Самое интересное заключается в том, что наше субтильное поколение, находясь в таком языковом круге и не слыша никакого другого языка, думает, что это и есть он, «великий и могучий».

Лингвисты давно спорят о порче русского языка англицизмами, давно бьют тревогу о мате как коммуникативной приправе [4: 79–92], об отмене стилистических норм. Вспомним свежие 2014 г. грубости и вульгарности В. В. Жириновского в Госдуме в адрес парламентских журналисток, его оскорбления журналистов «Эха Москвы» Ганнапольского и Нарышкина, которых он назвал подлецами, а саму радиостанцию обозвал «Эхо Вашингтона». Газету же «Московский комсомолец» Жириновский переименовал в «Нью-Йоркский комсомолец». Журналисты многократно во всех изданиях с упоением цитировали слова этого высокопоставленного чиновника о том, чтобы Кавказ отделить от остальной России колючей проволокой. Кто они, «молодцы или подлецы»? Напомним также неэкологичную креатему президента теннисной академии Ш.А. Тарпищева в передаче «Вечерний Ургант» в середине октября этого года, который назвал известных в мировом спорте теннисисток-сестер Уильямс *братьями*. Эта неэкологичность объясняется тем, что, во-первых, эти теннисистки темнокожие, что ассоциирует креатему Тарпищева, судя по журналистским комментариям, с расизмом, а, во-вторых, их внешний вид, согласно комментариям журналистов, ассоциируется с сексизмом. Все это после многократного прокручивания журналистами, а также многочисленными постами и репостами блогеров в интернете является со всех точек зрения неэтичным и потому – неэкологичным, так как вызвало негативные эмоции и ощущения у аудитории. Такая шутка, с точки зрения этики, на любом языке может быть оскорбительной. Тиражирование таких и им подобных новостных деталей и вульгарностей через СМИ негативно воздействует на психоэмоциональное здоровье адресатов, не украшает журналистов, «жующих» такие события, и не улучшает международный имидж страны, которую они обязаны представлять. Кроме этого, такие ком-

ментарии вредят и здоровью русского языка, и его духу, ибо, как известно, язык – живой организм (Л. Вайсгербер, фон Гумбольдт).

Не улучшают этот имидж ни страны, ни языка и ежедневные катастрофы на автодорогах, в аэропортах, на железнодорожном полотне, в метро, ежедневные громкие убийства, и, прежде всего, журналистов и адвокатов, затопления, наводнения, взрывы домов, пожары в домах престарелых, в больницах, казнокрадство, злокачественная бюрократия, неуправляемая коррупция, «распил» бюджетных средств (креатема-то какая: *распилить*), воровство диссертаций (*диссернет, диссергейт, диссеркэт*), пищевые отравления в детских учреждениях и военных казармах, самоубийства граждан всех возрастов, расстрелы случайных людей на улице, в школах, магазинах, заказные убийства, хакерские (и не хакерские) ограбления банков, гибель подводных лодок, неудачи с запусками космических аппаратов и т.д., и т.п., которые журналисты вынуждены комментировать и по долгу своей профессии, и по гражданскому долгу. Но дело в том, что все эти события некоторые журналисты смакуют и смакуют на разные мелодии и на разные цветовые гаммы, точно так же, как телевидение, которое показывает кровавые куски человеческих трупов с мест различных катастроф и терактов.

Кстати, мат уже давно не коммуникативная приправа, а смачный пир многих политических и не политических гурманов. И СМИ это с удовольствием воспроизводят. А зачем? С целью их диффамации или с целью пропаганды такого речеповедения? Думают ли журналисты СМИ, что все это слышит и видит наше юное поколение, которое поглощает такие «видики» с удовольствием и с интересом. Возрастные ограничения, введенные на СМИ, телефильмы и различные ток-шоу, редко выдерживаются, а детям уши не заткнешь и на глаза повязку не повяжешь. Вот и учатся они без всяких учебников, благодаря журналистским изощренным перлам: *мертвые хоронят мертвецов, останкинская двустволка, патриотический угар, православные рублевцы, дурацкие законы* и т.п.

Недавно стало известно, что и в бизнес тоже вползли эмоциональные страсти и многоязычие эмоций. У интеллигентной публики, читающей, слушающей и смотрящей СМИ, уже набрался солидный багаж искажений русского языка. Эти искажения изобретаются журналистами сознательно. Их креатеми все дискурсивны. Искажения начинаются с языковой игры/игры с языком в иронических, саркастических и даже юродствующих креатемах, они создают новые контекстуальные понятия через импортные средства словообразования и словопреобразования: конверсию, телескопию, спунеризмы, инфикацию, через сочетание несочетающихся друг с другом слов.

Вот вдруг СМИ, как по команде, прицепились к сексуальным меньшинствам, которые всегда существовали, были незаметны, никому не мешали. СМИ создали даже специальный дискурс, взбудораживший русскую словесность. Функционирование этого дискурса обеспечивают такие лексико-фразеологические средства: *голубое хобби, гей-парад, гей-клубы, гей-тусовки, однополые браки/семьи/пары, закон Думы о запрете однополых браков, гомофобия, гомосек, антигейский закон, контрольная закупка интим-услуг, протестное движение геев*. Усиление нездорового внимания к этой проблеме вызвал возмущивший отечественную журналистику фильм о лесбиянках: «Жизнь Адель» – победитель Каннского фестиваля и обладатель первого места. Актом борьбы с гей-движением явилось принятие в нашей стране закона о запрете пропаганды нетрадиционных сексуальных отношений среди детей. Но этот закон вызвал панику у будущих участников сочинской олимпиады, в связи с чем в международных СМИ долгое время муслировались заявления об отказе некоторых зарубежных делегаций от участия в этой олимпиаде, а наши журналисты встречными текстами парировали комментариям зарубежных журналистов и занимались их репостом. Это значительно увеличило нездоровый (неэкологичный) интерес российской аудитории, включая и детскую. Все это послужило привлечению внимания не только далеких от этой темы и даже не знавших о ее существовании людей, но и всех школьников, студентов и очень взрослого населения, что спровоцировало пересуды (и не только, так как были и физические расправы над геями). А тут еще Иван Охлобыстин (не последний человек в стране), известный всей журналистской братии, официально призвал в СМИ сжигать всех геев, о чем журналисты довольно долго с упоением вещали.

Среди журналистов по всем современным событиям ведется активный «кулачный бой», особенно по украинскому дискурсу, который специально рассматривается мной в следующей статье. В этих «кулачных боях» наиболее активны «бойцы»-журналисты: с одной стороны – Киселев, Соловьев, Проханов, Леонтьев и Шевченко и др., а с другой – Веллер, Шендерович, Муратов, Быков, Гусев, Белковский, Пархоменко, Навальный, Н. Троицкий и др. Между ними – Павловский, Барщевский, Сванидзе и др.

Господин Волин объявил конкурс среди журналистов на «молодцов и подлецов». Интересно, кого из названных имен он отнесет к какой группе?

По моему наблюдению, лучшим журналистом страны был, есть и останется Александр Викторович Минкин, дважды обладатель

«Золотого пера», ибо он единственный пишет все, как есть, ничего не приукрашивая и не искажая ни в ту, ни в другую сторону. Именно он рассказывает своими яркими примерами, богатыми образными стилистическими приемами родного языка нашему уважаемому президенту, что происходит на самом деле в стране. Это он изобрел новый жанр: «Письма президенту». Судя по многотысячным откликам на каждую из его статей в «МК», он является самым читаемым журналистом. Комментарии читателей к его статьям делятся на комментарии читателей на его статьи и комментарии читателей на комментарии читателей, и так без конца. Это говорит о злободневности тематики статей А.В. Минкина, об их смысловой глубине и стилистической привлекательности. И даже крепкое словцо А.В. Минкина воспринимается как должное и справедливое. Я бы отнес его к группе «молодцов», если мое мнение господину Волину интересно.

Журналисты высказывают свое мнение в своих блогах, статьях, журналах, которые бывают часто противоположны на уровне эпитетов, на уровне хвалы-хулы. И как же тут «бедному крестьянину» разобраться, где тут правда, а где вранье, где тут информация, а где пропаганда. Распри между этими журналистами провоцируют разброд идей среди обывателей в производственных, межличностных отношениях и даже приводят к семейным конфликтам. Такие противоположные мнения журналистов дезориентируют аудиторию в формировании собственного мнения. Улучшает ли такое информационное поле экологию здоровья людей, экономику страны (*экономика больна, страна на коленях, язык болен* и пр.). Создают ли журналисты своими креатемами – оружием информационной войны – радостную перспективу общества? «Русское радио» на 105.7 FM уже 20 лет после каждой песни весело говорит: «Все будет хорошо!». У меня давно крутятся вопросы: кому-у-у и когда же-е-е, наконец? И еще один вопрос: а хорошо ли сейчас живется в лингвистической реальности самим журналистам? И кто их называет *журналюги, журнализы, папарацци*?

Современные журналисты, описывающие олимпиаду, не отставали от спортивных комментаторов в индивидуальных метафорах: *кипяток мировой лыжни*. (Ср. с метафорами спортивного комментатора Романа Трушечкина: *шахматы на льду, бильярд на льду*, а местами даже – «*Чапаяев*» на льду). А Кирилл Набутов запустил в эфир такой комментарий: «*Настоящий мужчина начинается после 40 лет и, к сожалению, быстро заканчивается*» (про легендарного норвежского биатлониста Уле-Эйнара Бьерндалена) [7].

Характерна для спортивных комментаторов не только сногсшибательная метафора, но и неумная гипербола. Так, комментатор

Виктор Гусев на встрече сборной России по хоккею с командой из США «вычислил» скорость, с которой оглянулся Александр Радулов, сказав, что *хоккеист оглянулся со скоростью 111 километров в час* [8]. Другой гиперболой-сравнением является мнение комментатора футбольного матча чемпионата мира Германии с Бразилией Владимира Стогниенко: *«На фотках у бразильцев такие лица, будто у них умерли все родственники разом»; «Немцы есть немцы, а рыдает вся Бразилия»*. Вот какова энергетика эмоций вне зависимости от национальности человека, если они отражают социально значимый ивент. Иногда они вербализуются даже в очень неприличной форме: *«немецкая машина раздавила обезьянок», «избиение младенцев»* (об этом же матче).

Журналисты изобретают и запускают в обиходный оборот, а молодежь подхватывает и распространяет такие их креатемы, как: *трендить, эхотром, пусточатиться, телехунта, зомбоящик, пропагандоны, брехлама, деза, личник, крушение поезда/самолета/теплохода/туристического автобуса, теракты, привлечение к уголовной ответственности, взятие с поличным, депутатская неприкосновенность, коррупция в высших эшелонах власти, этническая преступность, троллинг, двойные стандарты, печеньеце/печенюшка, внешний лексикон, распространители слов, хиджаб, автобус с детьми перевернулся/столкнулся, Московская катастрофа в метро, ДТП автобусов с детьми (перевернулся/столкнулся), тайное захоронение, пехтинг, газпода, святоблуды, автостерва, планолизировать, интиллигены, улущаинг, жритель, гденукович, вдохновенная пошлость, депутаты и депутаты, настоящие киприоты России, нарушать общественные неприличия, клятва Герострата, панкмолебен, двушечка, расслабухать, майданутый, Майданюк, размандатить, Яйценюк, пъятница, пичалька и др.*

Зачем-то СМИ распространяют различные речевые искажения, например, грамматические (*«Я тебе наберу»*), фонетические (строчка: *«Девушки любят звон монет // Он их не манИт, а мАнит»* (от англ. money) из одноименного музыкального хита 2014 г. автора, которого зовут *Юркис* (соответственно от англ. your kiss). А Михаил Веллер в эфире «Эха Москвы» современных писателей почему-то называет *писателЯ* («Эхо Москвы», 28 окт., 19:35). Такие искажения русского языка «правильные» журналисты допускают регулярно. Зачем?

Полагаю, что на все эти изменения надо обращать внимание в обучающей коммуникации и, прежде всего, при обучении самих журналистов. Для этого предлагаю в учебные программы журналистских факультетов ввести дисциплину «Эмотивная лингвоэколо-

гия» [6]. Детское и взрослое русскоязычное население, чтобы избежать бесконечных коммуникативных рисков, обусловленных непониманием или недопониманием новых слов, новых смыслов, новых коннотаций и интонаций тоже должно знакомиться с ними в учебных заведениях и через специальные обучающие телепрограммы. Для этого необходимы не только специальные научные исследования, но и дидактические пособия, которые предупреждали бы коммуникантов о подобных коммуникативных рисках в ситуативных речевых практиках, чтобы уметь ориентироваться в новой лингвистической реальности, правильно осмыслять ее, чтобы разграничивать обман чувств и сбой рассудка у представителей СМИ [5: 47-54].

Поскольку журналисты, как видно, сами с собой совладать не могут, им нужна помощь со стороны, в том числе и от законодателей.

Список литературы

1. Кронгауз, М. А. Русский язык на грани нервного срыва / М. А. Кронгауз. – М., 2008.
2. Михайлова, Л. Спасите наши уши: отдаем язык родной на заклание времени. С чем останемся? / Л. Михайлова // Сов. профсоюзы. – 1991. – № 10. – С. 77–79.
3. Шаховский, В. И. Унижение языком в контексте современного коммуникативного пространства / В. И. Шаховский // Мир русского слова. – 2007. – № 1–2. – С. 40–45.
4. Шаховский, В. И. Мат как коммуникативная «приправа» (в аспекте эмотивной лингвозкологии) / В. И. Шаховский // Экология русского языка : материалы 2 (4) Междунар. науч. конф. – Пенза, 2011. – С. 79–92.
5. Шаховский, В. И. Живодейственное слово. Общественная жизнь как плавающий тигель языка / В. И. Шаховский // Стратегия России. – 2014. – № 9 (129). – С. 47–54.
6. Эмотивная лингвозкология в современном коммуникативном пространстве : кол. моногр. – Волгоград, 2013.
7. Перлы наших комментаторов на Олимпиаде в Сочи. – URL: <https://www.drive2.ru/c/980565/> (Дата обращения: 27.10.2014).
8. От сочинских комментаторов такого не ожидали. – URL: <http://positime.ru/ot-sochinskix-kommentatorov-takogo-neozhidali/32198> (Дата обращения: 27.10.2014).

КУЛЬТУРА ПОЛИТИЧЕСКОЙ ЖУРНАЛИСТИКИ

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СЛОВЕСНЫХ ФОРМ СМЕХОВОЙ КУЛЬТУРЫ В ПОЛИТИЧЕСКОЙ ПРАКТИКЕ 1920-х гг. (по материалам периодической печати Пензенской губернии)¹

Т. М. Карманова

(Пенза, Россия)

THE USE OF VERBALISMS OF HUMOR CULTURE FOR POLITICAL PURPOSES IN THE 1920s (based on the periodical press of the province of Penza)

T. M. Karmanova

(Penza, Russia)

Abstract. The government was forming the perception of people using verbalisms of humor culture to maintain the existing system. The subject of jokes was changed depending on the aim the government purposed in a given period of time. The newspaper humor columns served the interest of the ruling elite and were used to relieve the strained atmosphere of anger.

Key words: laughter, Soviet power, psychological impact, newspaper.

Становление советской власти и новых общественно-политических устоев проходило на фоне борьбы со старыми привычками и традициями. Политическое руководство использовало в этой ситуации различные методы, в том числе и психологическое воздействие.

Психологическое воздействие – это способ оказания влияния на людей, осуществляемое с целью изменения идеологических и психологических структур их сознания и подсознания, трансформации эмоциональных состояний, стимулирования определенных типов по-

¹ Статья написана при поддержке гранта РГНФ № 14 – 01 – 00036 / а «Бытие смеховой культуры в контексте советской культуры 1920-х гг.».

ведения с использованием различных способов явного и скрытого психологического принуждения. Психологическое воздействие часто применяется в форме технологий тайного принуждения личности [5: 97].

Психологическое воздействие ставит своей основной целью формирование определенных идей, взглядов, представлений, убеждений, одновременно оно вызывает у людей положительные или отрицательные эмоции, чувства и даже бурные массовые реакции [3].

Психологическое воздействие может осуществляться различными способами, не последнюю роль в этом играют средства массовой информации. Известно, что печатный текст оказывает заметно иное воздействие на психику индивида в сравнении с устной речью. Слово само по себе обладает гипнотическим воздействием. Закрывающийся в слове элемент суггестии оказывает воздействие на психику путем формирования в бессознательном индивида соответствующих образов, транспортирующихся в последующем посредством ассоциаций в сознание и приводящих к отыгрыванию в сознании иллюзий бессознательного. Иллюзий – потому что на самом деле индивид до конца не знает, что и как в итоге будет сформировано в бессознательном [1: 178 – 179].

В Советском Союзе формированию общественного мнения уделялось пристальное внимание. Начиная с заветов Ленина, который говорил: «Развитие сознания масс остается, как и всегда, базой и главным содержанием всей нашей работы» [4 (13: 376)], советское правительство активно стремилось к тому, чтобы каждый гражданин читал газету, слушал радио и смотрел телевизор. Интенсивное развитие средств массовой информации привело к тому, что эти средства стали, действительно, доступными каждому человеку [6].

В газетах послереволюционного периода немало страниц занимают фельетоны, частушки, карикатуры и другие формы смеховой культуры. Для читателей с низким уровнем культуры и образования это была, пожалуй, самая доступная для понимания форма. Поэтому власть активно использовала феномен смеха и смеховой культуры.

История разработки проблемы смеха насчитывает около двух с половиной тысяч лет. Его исследование началось еще с Платона и Аристотеля, затем было продолжено философами Нового времени Ф. Шлегелем, А. Шлегелем, Ф. Шеллингом, Гегелем, А. Шопенгауэром и другими. Позднее, исследования посвященные смеху вышли из рамок философии и распространились на различные сферы гуманитарного знания такие как: психология, социология, культурология и др. Для нас наибольший интерес представляет значение смеха для человека с точки зрения психологии. Еще Зигмунд Фрейд справедливо

считал смех той спасительной силой, которая побеждает все страхи. Смех тесно связан с юмором, но отношения между ними далеко не равноправны. Если юмор почти не может обходиться без смеха, то смех порой прекрасно обходится без юмора. «Беспричинный» смех детей психологи склонны объяснять чистым возбуждением. Беспричинный смех у взрослых иногда называют «социальным», «истерическим», «физиологическим». Вырвавшись на волю, такой смех полностью овладевает человеком и блокирует его речь и действие. Экспериментально доказано, что юмор и смех функционируют в обществе в качестве «смазочных материалов», снижая уровень агрессии и враждебности и переключая конфликтные ситуации в игровой план [2].

Смех рассматривается с трех позиций. С одной стороны как проявление физиологии человека, с другой – его психической жизни, в которой смех несет в себе функцию разрядки и смех как феномен культуры, который присущ только человеку.

Исследования некоторых ученых, в частности Райха, доказывают, что при смехе и гневе у человека задействуются одни и те же лицевые мышцы. Считается, что смех является социально-приемлемым выражением гнева. По сути, смех зиждется на парадоксе. Мы смеемся над тем, что выходит за рамки наших представлений об этом явлении. Человеческая природа такова, что нас раздражает, злит то, что по нашему мнению происходит не так, как должно происходить, но поскольку частые проявления гнева в обществе порицаются и осуждаются, человек как социальное существо нашел выход из этой ситуации, и в результате с помощью смеха происходит некая разрядка, избавление от негативных эмоций.

Используя данный парадокс советская власть влияла на своих граждан, формируя их сознание таким образом, как это было выгодно самой власти. Карикатурно преувеличивая «неправильное» поведение в фельетонах и шутках журналисты выполняли партийный заказ. Они добивались посредством своих публикаций того, что люди, читая газеты, осознавали нелепое поведение героев или нелепые ситуации в которых они оказывались, и понимали, что это поведение «неправильное», что советский человек должен вести себя кардинально противоположным образом, для того, чтобы не выглядеть смешным, и подсознательно боясь вызвать гнев других. Например, в газете «Трудовая правда» за 1921 г. есть фельетон «Пайкисты», в котором рассматриваются различные типы пайкистов в шутливой манере. 1. Умный пайкист (никогда не говорит о пайках, а как бы вскользь нехотя упоминает). 2. Пайкист-коллекционер (важно разнообразие пайков). 3. Пайкист-спортсмен (важно количество пайков).

4. Завистливый пайкист (у него все должно быть как у соседа). 5. Пайкист-оригинал (стремится чтобы у него были только оригинальные пайки). 6. Политические пайкисты (для них важно ослаблять Советскую власть, нужно взять у большевиков как можно больше) [12].

В условиях голода, люди, читая шутки такого рода, понимали, что добиваться пайков не нужно, таким быть плохо, нужно вести себя иначе, а именно быть терпеливее и скромнее.

Область смешного очень обширна. С одной стороны, в разных формах смеховой культуры могут осмеиваться пороки и глупости людей, невежество и пошлость. В данном случае возникает противопоставление себя герою шутки. С другой стороны, юмор может быть очень тонким, затрагивающим глубокие явления, если только в них будет присутствовать какая-нибудь несущественная сторона, противоречащая привычкам и повседневному созерцанию людей. В этом случае, смех будет являться выражением «самодовольного практического ума», ощущающего свое превосходство [11: 36].

Еще один пример того, «каким быть не нужно» мы можем увидеть в статье «Деревенские впечатления», в которой автор рассказывает, как он решил поехать в деревню и узнать, почему ругают коммунистов. В итоге выяснил, что коммунистов «ругают только лентяи, которым работать не охота и те, кому при баринах жить легче было, кому покорность и крепкий кулак нужен» [13]. В данном примере ясно прослеживается выбор, который по сути выбора не оставляет, либо ты за коммунистов, либо ты лентяй и бездельник.

Если рассматривать темы фельетонов и шуток в материалах периодической печати Пензенской области (на примере газеты «Трудовая правда»), то можно проследить некоторые различия в предмете смеха в 1921, 1925 и 1927 гг.

В 1921 г., в условиях разразившегося голода, основной акцент делается на пайкистах и пайках, на продналоге и тех, кто не хочет его сдавать. Высмеиваются противники коммунистов, а так же мещане и буржуазия, которые не помогают голодающим Поволжья.

В 1925 г. большое внимание уделяется высмеиванию «поповщины»: «Прокляну!...» – шипит поп лживый: // Пионер ему в ответ: // «Врешь ты, батя долгогривый // Ни чертей, ни бога нет» [7].

Большой проблемой в эти годы становится повальная алкоголизация советского населения, это явление не могло не найти отражение в смеховой культуре того времени.

«Русь уж такая – мы любим веселье. Взять вот хотя бы село Кривозерье: пьет бесконечную здесь исполнитель – ревизор и порядков советских смотритель; надевает фуражку с околышком и ночью

по вдовушкам» [8]. «Гражданин редактур етой самый газеты // Вы про меня описали всякий приметы, // Какой я присидатель всегда пьяный // И нужно меня метлой поганый. // Прошу принять срочное подтверждение // Что я на селе самого антиалкогольного повидения // Ежли ни верьте спросите моего свата и кума // Тетку Лукерью и попа Авакума» [10].

Осуждается кооперативное движение за то, что на полках кооперативных лавок туалетное мыло, пудра, галоши, шоколад, а крестьянского товара совсем нет:

«Зашел в кооператив крестьянин, да как ахнет: // Братцы мои! Чем это у вас пахнет? // Чем! Эх ты, деревенская лахудра... // Али не видишь, – пудра. // А то, может, – духами или калошами. // Мы торгуем товарами только хорошими, // Не по твоему толстому носу: // От двух рублей до восьми – без запросу... // А все-таки по моему мнению, // Больше всего у вас пахнет... нагоняем правлению» [9].

Публикации такого рода можно рассматривать как идеологическую подготовку к свёртыванию нэпа. Следует заметить, что торговля всегда ориентировалась на получение прибыли, а это значит, что продавец вынужден считаться с интересами и запросами потребителей. Поэтому разумный торговец, желающий иметь барыши, вряд ли станет предлагать крестьянам пудру, зная, что они нуждаются в предметах совсем иного свойства.

К концу 1925 г. в газетах начинает появляться реклама, которая облекается в форму бывальщины. Одна из них повествует о том, как Еремей на десять рублей купил Крестьянский Заем, а его сосед Фома не купил займа. «Жили по соседству Фома и Еремей. // Скопилось у каждого по десять рублей // И смекает – думает Ерема: // Куплю на червонец крестьянский заем, // Наживу рупь с полтиной на нем. // А его сосед, Заумнов Фома, // Почесал затылок и решил – эх-ма! // Лучше в кубышке деньги держать, // Чем крестьянский заем покупать. // Случилась в деньгах у Еремы нужда // Взял облигации, да и айда // С ними в сберкасса... Отдал в залог // Восемь рублей получить за них смог, // Собрался с деньгами Еремей немного, // Взял облигации обратно из залога, – // Смотрит в газете (а он грамотей) // Пал ему выигрыш в сто рублей. // Зло глядит Фома на Еремея: // – А не плохая вышла затея... // Выкопал деньги Фома и бегом // Мчится без отдыху в волисполком. // Только вбежал.., но слышит ответ: // - Больше продажи Займа уж нет! // Так был наказан Фома, поделом!.. // Крестьянин!.. Спеш... Запасайся Займом!» [14].

В данном примере прослеживается влияние рекламы на читателей, крестьянин отождествляя себя с героями стихотворения не хо-

чет попадать в глупую ситуацию как Фома, и это толкает его к принятию решения в пользу Крестьянского займа, то есть демонстрирует ту реакцию, которую от него ожидают.

В 1929 г. к прежним темам для шуток добавляется большая толика политического юмора. Появляется большое количество шаржей на политических деятелей других стран. Высмеиваются государственные деятели других стран, чтобы укрепить веру в собственную страну, в то, что свои государственные деятели в отличие от других, делают все на благо людей. Продолжается тема поповщины. «- Почему это буфет разукрашен травой и букетами? // – Буфетчик «троицу» справляет. //- Разве он религиозный? // – А то как же? В церковные праздники даже водкой торгует – барыши огребают. // И богу хорошо, и буфетчику приятно» [15].

Реклама развивается все активнее, помимо рекламы в стихотворной форме, появляются различные объявления. «Степан был новых убеждений, // О пользе страхования знал // И он без лишних рассуждений // Жизнь свою застраховал. // Вавила долго колебался // Застраховаться или нет? // Наконец решил Вавила: // Нам защитой божья сила // И, махнув на все рукой, // Поплелся к себе домой // Жили долго, иль коротко.. // Но пришло письмо в слободку, // Что Степана и Вавилу // Насмерть балкой задавило. // Опечалилась Ульяна: // Жалко мужика Степана, // Но пришел агент и ей // Выдал тысячу рублей. // Побегла она к золовке: – // Видишь, выдали страховку // Твой Вавила был глупее, // Слушал он попа Андрея.. // А поможет поп Андрей // В горькой долюшке твоей? // Время новое теперь // Не ему – агенту верь!» [16].

Таким образом, власть влияла на сознание своих граждан, формируя, то общественное мнение, которое поддерживало существующий порядок. Предмет смеха менялся в зависимости от задач, которые необходимо было решать на конкретных этапах истории. Тем самым газетный юмор обслуживал интересы правящей элиты, а также способствовал разрядке, выходу накопившихся эмоций гнева, с расчетом на то, чтобы не допустить массовых волнений, чтобы гнев находил приемлемый выход с помощью смеха.

Список литературы

1. Зелинский, С. А. Манипулирование личностью и массами / С. А. Зелинский. – СПб., 2008.
2. Козинцев, А. Г. Смех, плач, зевота: психология чувств или этология общения? / А. Г. Козинцев. – URL: <http://ethology.ru/library/?id=271>
3. Крысько, В. Г. Секреты психологической войны (цели, задачи, методы, формы, опыт) / В. Г. Крысько. – Мн., 1999. – URL: <http://www.evartist.narod.ru/text19/003.htm>

4. Ленин, В. И. Полн. собр. соч. / В. И. Ленин. – М., 1972. – Т. 13.
5. Манойло, А. В. Государственная информационная политика в особых условиях / А. В. Манойло. – М., 2003.
6. Николаева, Ю. Влияние СМИ на формирование общественного мнения / Ю. Николаева. – URL: <http://dnp.ru/publications/our-publications/media/smivsom>
7. Новая деревня. – 1925. – № 1.
8. Новая деревня. – 1925. – № 5.
9. Новая деревня. – 1925. – № 42.
10. Новая деревня. – 1925. – № 43.
11. Рюмина, М. Т. Эстетика смеха: Смех как виртуальная реальность / М. Т. Рюмина. – М., 2010. – С. 36.
12. Трудовая правда. – 1921. – № 4.
13. Трудовая правда. – 1921. – № 12.
14. Трудовая правда. – 1925. – № 152.
15. Трудовая правда. – 1929. – № 156.
16. Трудовая правда. – 1929. – № 171.

ИСКУССТВО (ТЕАТРАЛЬНОЕ, МУЗЫКАЛЬНОЕ, КИНЕМАТОГРАФИЧЕСКОЕ) И ЖУРНАЛИСТИКА

ОСВЕЩЕНИЕ ВОПРОСОВ МУЗЫКАЛЬНОЙ ПЕДАГОГИКИ В ПЕРИОДИЧЕСКИХ ИЗДАНИЯХ XIX И XXI вв.

Е. Д. Белоножко, Т. В. Стрыгина

(Пенза, Россия)

COVERAGE OF MUSIC PEDAGOGY IN PERIODICALS XIX AND XXI CENTURIES

E. D. Belonozhko, T. V. Strygina

(Penza, Russia)

Abstract. The publication is devoted to music education, which is reflected in the publications of the past and present. The article presents a comparative analysis of the publications.

Key words: journalism, music, education, periodical.

С развитием гуманитарных наук область музыкальной педагогики обогатилась. Сегодня на журнальном рынке представлены специальные издания, посвящённые данным вопросам, например: «Музыка в школе», «Музыкальный руководитель», «Музыкальная палитра». В них печатаются научные статьи, учебные материалы, методические рекомендации, конспекты уроков и сценарии. Авторы публикаций обращают внимание на исполнительское мастерство юных музыкантов, ведут дискуссии о специфике преподавания.

В статье «Хоровое пение и другие виды музыкально-исполнительской деятельности на уроке музыки» И.М. Красильников анализирует различные виды исполнительской деятельности школьников во время занятий, выделяя их преимущества и недостат-

ки: «... хоровое пение отличается минимальной материальной затратностью, опирается на солидную методическую базу и обширный детский репертуар» [1: 5]. В статье приводятся краткие исторические сведения о практике хорового пения в России. С 60-х годов XX века наблюдается тенденция снижения интереса школьников к данному виду занятий. В связи с этим автор считает повышение интереса учеников к такого рода исполнительской деятельности *«чрезвычайно важной задачей»* [1: 6] современной педагогики. Среди музыкальных инструментов, которые можно использовать на уроке, автор особенно выделяет электронные, поскольку они *«недороги, портативны, многофункциональны, обладают высоким качеством звучания, а главное – повсеместно распространены в быту»* [1: 6]. И.М. Красильников считает работу с такими инструментами наиболее полезной для развития школьника: *«Работа с микроструктурой звука на основе этих инструментов открывает перспективу значительного обогащения образного строя продукта художественного творчества школьников. Расширение фронта музыкальной деятельности – включение в нее аранжировки, предполагающей обращение к элементам композиции, звукорежиссуры, звукового синтеза...»* [1: 7].

В 2011 году в журнале «Музыка и время» была опубликована статья «Основы лекционно-практического курса по музыкальной журналистике», посвящённая изучению музыкальной журналистики в консерваториях. Цель публикации – объяснить причины появления такого предмета в высших музыкальных учебных заведениях и раскрыть его основные положения. Необходимость введения в консерватории факультативного курса журналистики, по мнению автора публикации, обусловлена *«состоянием классического искусства в настоящее время»*, а именно: *«с одной стороны, на уровне государственной политики отсутствует пропаганда музыки высокого образца, с другой – чрезвычайно мало специалистов, способных грамотно и доходчиво общаться с широкой публикой на музыкальные темы»* [5: 9]. В части «Редактирование текста» автор пишет: *«Редактор телевизионных и радиотекстов использует общепринятые методы анализа и правки авторского оригинала. При передаче в прямом эфире редактор выполняет, прежде всего, организационные функции: составляет для ведущего примерный список вопросов к гостям эфира, готовит творческое досье на приглашённых и таким образом направляет передачу в нужное русло»* [5: 11].

В современных журналах, помимо научных статей, посвящённых вопросам музыкальной педагогики, печатаются конспекты занятий. Например, в журнале «Фортепиано» опубликован подробный

конспект урока по фортепиано Эммануила Монасзона «Шопен. Соната b-moll»: *«Нам представляется, что идея b-moll'ной сонаты – гимн по славу Человека. Человек, или герой сонаты, гибнет, но его деяния, идеи живут, и живут вечно.*

Таким образом, можно сказать, что b-moll'ная соната – это и есть «Оптимистическая трагедия». К этому сочинению вполне применим упомянутый драматургический термин.

Философское утверждение личностного начала в данной сонате выражается в том, что главное в ней – это память о человеческом созидании (в последней части). Таковы наши исходные позиции. <...>

Сыграем еще раз [играется экспозиция]» [4: 21].

Характер изложения материала сближает данную публикацию с научными музыковедческими статьями. Единственное, что напоминает читателю о том, что это конспект урока, – короткие вставки: *«Пожалуйста, с самого начала [играются 1–4 такты]», «Ещё раз сыграем в темпе главную партию», «[Вновь играется первый раздел скерцо]. Сейчас лучше, тем не менее, в 9–12 тактах, к сожалению, потеряла ощущение такта, хода» [4: 19–22].*

В журнале «Музыкальное образование» большую долю материалов, посвящённых музыкальной педагогике, составляют методические разработки и сценарии мероприятий для музыкальных школ.

На страницах журналов конца XIX в. большого числа методических материалов для педагогов представлено не было, что объясняется неразвитостью методики преподавания музыки в то время. Однако нельзя сказать, что проблемы музыкального образования не затрагивались критиками. Материалы, посвящённые этой теме, публиковались часто, но если в современной журналистике преобладают научные статьи, то журналистика конца XIX в. предпочитала статьи публицистического характера. Так, например, в публикации «Музыкальная летопись Петербурга» Ц. Кюи сравнивает деятельность Петербургской консерватории и Бесплатной музыкальной школы. Автор обращает внимание не только на программы этих учебных заведений, но и на стоимость обучения, условия приёма и оценивает их с позиции уровня жизни разных слоев общества: *«Все это прекрасно: программа музыкального образования – всеобъемлющая, плата за обучение – умеренная. Но умеренная плата – понятие относительное; для многих умеренная – значит невозможная; кроме того, несколько стеснительно требование предварительного знания нот» [2: 8].*

Кюи высоко оценивает работу Бесплатной музыкальной школы. При ограниченных средствах существования, её учредители – Бала-

кирев и Ломакин – демонстрируют *«величайшее бескорыстие и глубокую любовь к делу»*. На концерты школы *«отовсюду стекается публика»*, зал всегда *«набит битком и дает полный сбор»* [2: 9].

Автор сравнивает исполнительское мастерство хоров консерватории и музыкальной школы. В публикации прослеживаются элементы рецензии. Кюи оценивает хор под управлением Ломакина гораздо выше, чем консерваторский: *«По недавности срока консерватория не может еще составить оркестра из своих учеников, но в хорах концертов Русского музыкального общества они участвуют. Хоры эти слабы – с этим должен согласиться всякий. Не говоря уже о том, что в их пении нечего искать тушевки, переходов от силы к мягкости, но даже в темпе они слабы, интонация неверна, и редко случалось нам слышать номер порядочно спетый»*.

Хор Бесплатной школы доведен до такого совершенства, о котором мы в Петербурге до сих пор не имели и понятия. Он, под управлением Ломакина, составляет одно целое, как бы гигантский орган, вполне послушный той искусной руке, которая на нем играет» [2: 9].

В данной публикации видим сплав различных жанров, ярко выраженное публицистическое начало, стремление к аналитике, то есть отличительные особенности музыкальной журналистики конца XIX в.

Интересно построен материал Ц. Кюи «Экзамен второго выпуска учеников консерватории. Несколько слов о наших двух консерваториях и консерваториях вообще. Кончина Итальянской оперы. Пять строчек из № 42 «Недели». Жанр публикации можно определить как проблемный очерк. Материал открывается анализом результатов выпускных экзаменов студентов консерватории 1867 года. Автор отмечает высокий уровень студентов фортепианного отделения и говорит о сильной пианистической школе в России вообще. Единственным минусом экзамена по фортепиано Кюи посчитал то, что студенты представляли только одно заученное произведение, часто исполнявшееся при этом великими пианистами, в результате чего студенты не смогли проявить большой самостоятельности и фантазии в своем исполнении.

Вокальным отделением консерватории Кюи остался недоволен. Выделяя только одну студентку из всего числа, автор критикует преподавательский состав данного отделения: *«Мне кажется странным, что приготовление русских певцов в консерватории поручено Ниссен – немке до конца ногтей и Репетто – итальянцу до корней волос...»* [3: 84].

Ратуя за формирование отечественной вокальной школы, критик предлагает пригласить в консерваторию знаменитых русских опер-

ных певцов того времени – Комиссаржевского, Платонову, Бюдель. В том, что эти люди не имеют за плечами консерваторского образования, Кюи видит преимущество, поскольку *«пора отделить умение петь от умения узнавать различные формы рондо и прочую индийскую премудрость, в которой консерватории хотят усматривать всю музыкальную суть»* [3: 84]. Ц. Кюи пишет о сути консерваторского образования, выступает против *«того духа рутинности, исключительности, эгоизма, монополии, который у них проявляется на каждом шагу, во всяком распоряжении»*. *«Музыка – искусство, а не точная наука! Единственный советник и судья в деле музыкальном – наше ухо и вкус»*, – восклицает критик [3: 85]. За наукообразностью, по его мнению, прячется бездарность, поскольку, следуя строгим канонам и правилам, почти каждый человек может сочинить пьесу. Но на одарённых молодых людей консерваторское учение оказывает самое губительное влияние, и Кюи рисует перед читателем эту картину: *«Но что станется с талантливым, восприимчивым юношей, который попадет в этот омут? Никто его не похвалит за счастливую, оригинальную мысль, но все будут преследовать за малейшее уклонение от правил композиции. Его иссушат и притупят разными контрапунктными упражнениями, разными канонами и фугами, которые должны быть сочинены к уроку. А что еще хуже – видя в своем консерваторском начальстве идеал музыкантов, он вскоре кончает тем, что и его музыкальный взгляд делается таким же сухим и узким»* [3: 85].

Программа консерватории, с точки зрения Кюи, очень ограничена. Автор возмущён тем, что курс истории музыки завершается на творчестве Мендельсона и не охватывает современную русскую музыку. В итоге Кюи отрицает необходимость консерваторий, вспоминая, что многие великие композиторы их не оканчивали, а если и учились там, то были исключены за неуспеваемость. Но Кюи не ограничивается одной лишь критикой – он пытается найти решение обозначенной им проблемы музыкального образования: *«Облегчая все это, т. е. удешевив донельзя элементарные уроки музыки, содействуя надлежащему пониманию творений гениальных композиторов и, наконец, развивая музыкальную технику (виртуозность исполнения), консерватории могли бы принести огромную пользу»* [3: 85].

Таким образом, музыкальная журналистика конца XIX в. при освещении вопросов музыкальной педагогики и образования поднимала актуальные проблемы того времени в обращённых к широкой публике публицистических материалах. Современные публикации о музыкальном образовании наукообразны. Специалисты отмечают,

что немногие авторы способны обсуждать музыкальные темы на понятном большой аудитории языке. Преимуществом же современных СМИ являются регулярные публикации разнообразных методических материалов, которые могут стать хорошим подспорьем в работе преподавателя музыкальных дисциплин.

Список литературы

1. Красильников, И. М. Хоровое пение и другие виды музыкально-исполнительской деятельности на уроке музыки / И. М. Красильников // Музыкальное образование. – 2011. – № 2. – С. 5–8.
2. Кюи, Ц. Музыкальная летопись Петербурга / Ц. Кюи // Избранные статьи. – Л., 1952.
3. Кюи, Ц. Экзамен второго выпуска учеников консерватории. Несколько слов о наших двух консерваториях и консерваториях вообще. Кончина Итальянской оперы. Пять строчек из № 42 «Недели» / Ц. Кюи // Избранные статьи. – Л., 1952.
4. Монасзон, Э. Шопен. Соната b-moll / Э. Монасзон // Фортепиано. – 2013. – № 3–4. – С. 19–27.
5. Щеславская, М. Основы лекционно-практического курса по музыкальной журналистике / М. Щеславская // Музыка и время. – 2011. – № 11. – С. 9–13.

ОСОБЕННОСТИ ЖАНРА РЕЦЕНЗИЯ В СОВРЕМЕННЫХ СМИ

Д. А. Канакина

(Пенза, Россия)

FEATURES OF A GENRE THE REVIEW IN MODERN MASS MEDIA

D. A. Kanakina

(Penza, Russia)

Abstract. In this article features of a genre the review in modern mass media are considered. Its teoretiko-practical opportunities, and also features of author's style and objectivity.

Key words: review, journalism, research, modern mass media.

Зарождение рецензии, как ключевого жанра критики напрямую связано с появлением в России первых журналов. Первая публикация в этом жанре появилась в «Месячных исторических и геологических примечаниях Ведомостей» (1728–1742), которые также были первым изданием журнального типа [1: 97]. Связь жанра и периодической печати была не случайна. Благодаря ей частное мнение о каком-либо событии в сфере искусства и литературы становилось доступным для общественности. Поэтому критика вскоре стала важной составляющей журналистики, ей стали посвящаться рубрики, разделы и даже отдельные тематические издания.

В современном медиaprостранстве жанр рецензии, как и многие жанры периодической печати, претерпевает изменения, связанные с тенденцией сокращения печатных текстов, упразднением жанровых перегородок, свободной комбинацией нескольких текстовых моделей.

Рецензии все чаще выступают «в дополнение» к информации об открытии кинофестиваля или интервью с режиссером, автором романа, актером.

Учитывая развитие технологий PR и рекламы, а также степень информационного влияния изданий, стоит понимать зависимость оценок критика, выбора объекта рецензирования от политики редакции. Вызывает особый интерес также вопрос об авторском стиле, степени авторской объективности, расхождении с традиционной теоретической моделью рецензии. Все эти вопросы нуждаются в научном исследовании, что объясняет актуальность данной работы.

Объектами исследования стали массовые издания, поскольку они обладают большей популярностью, а, значит, охватывают больший пласт аудитории для воздействия. Это газеты «Известия», «Коммерсантъ», «Новая газета».

В поисках ответа на один из актуальных вопросов о расхождении рецензии теоретической и рецензии реальной, бытующей в изданиях, обратимся к учебно-методическим материалам.

А. А. Тертычный [3:112] отмечает, что цель рецензии – «всесторонний объективный анализ», а сама рецензия в известном смысле – «это доказательное рассуждение, аргументирование главной идеи автора». Л.Е. Кройчик в учебнике [2: 312] так определил цели и задачи рецензии: «Рецензент отвечает на вопрос – «Про что все это?» При этом он предлагает свою интерпретацию вещи (постижение замысла художника), ее трактовку (выяснение идейно-философского или философско-нравственного содержания произведения), дает истолкование (разбор сложных мест, зашифрованных образов и символов), предлагает прочтение вещи (осмысление всех компонентов произведения в их взаимосвязи)».

Таким образом, можно резюмировать, что рецензия – это аргументированное мнение, в идеале, с опорой на методологический инструментарий (в зависимости от сферы искусства), с отсылкой к историческим, социальным, психологическим и иным сферам. Но что же представляет собой современная рецензия сейчас? Насколько она объективна и аргументирована? Постараемся выяснить в ходе анализа публикаций озвученных изданий.

Для удобства мы выбрали общий информационный повод – выход на экраны нового художественного фильма Н. С. Михалкова «Солнечный удар» по мотивам «Окаянных дней» И. А. Бунина.

Кинокритик газеты «Коммерсант» Лидия Маслова отреагировала на выход картины Н. Михалкова материалом под названием «За родину. За старое».

Саркастический тон рецензии Л. Масловой задается еще во вводной части материала: *««Солнечный удар» Никиты Михалкова снят по одноименному рассказу Ивана Бунина, а также представляет собой кинематографический отпечаток того брезгливого ужаса, который испытывал аристократический писатель перед «грядущим хамом». Одним из таких хамов ощутила себя ЛИДИЯ МАСЛОВА при столкновении с нежной тканью михалковского произведения»*. Автор противопоставляет себя и режиссера, называя его работу «нежной тканью», а себя «хамом». Здесь сразу задается позиция журналиста-критика, он выступает антагонистом Михалкова.

Оценивая интерпретацию режиссером бунинского сюжета, Л. Маслова пишет: *«В фильме минималистский бунинский рассказ, обрастает жирненьким мясом подробностей и персонажей, и из воздушного солнечного первоисточника вылупляется толстый, неуклюжий и прожорливый птенец, согласный на любой драматургический корм»*.

При оценке главной героини, а точнее, ее интерпретации режиссером, рецензент пишет следующее: *«томная гусеница», «рассусоливает мелодраматизм отвратительного свойства»*.

Рецензент акцентирует внимание на музыкальном сопровождении, впрочем, не оставляя и этот момент без едкого комментария: *«в финале звучит печальная песня «Не для меня придет весна», которая довершает общее ощущение режиссерской усталости...»*. Л. Маслова завершает свой лаконичный анализ примирительным *«впрочем, если авторам фильма хотелось подобрать аудиовизуальный эквивалент грустной бунинской концовки, в которой поручик чувствует себя постаревшим на десять лет, им это во многом удалось»*.

Данная рецензия привлекает внимание читателя необычным, саркастично-ироничным стилем автора. Однако, с точки зрения аргументации, данный материал во многом проигрывает классической рецензии. Здесь нет упоминания ни об актерской игре, ни о взаимосвязи персонажей, ни о предыдущих работах и стиле самого автора, за исключением фразы *«довершает общее ощущение режиссерской усталости, куда более гнетущее и огорчительное, чем все безумие и остервенение предыдущих михалковских картин»*. Лидия Маслова акцентирует внимание на интерпретации героини рассказа в кино и в целом на трансформации сюжета, которую она (рецензент), судя по всему, признает неудачной. Хотя, если исходить из той же вводной части к рецензии, автор заранее сняла с себя ответственность по отношению к картине, обозначившись *«бесчувственным хамом»*.

Совершенно иную трактовку данного фильма, приближенную к «полирецензии» (термин Тертычного) дает «Новая газета». Автор материала «Ударенные солнцем» Дмитрий Быков анализирует не столько саму киноленту, сколько стиль Михалкова-художника: *«меня интересует Михалков подлинный, его образная система, лейтмотивы, устойчивые символы»*.

Автор подробно останавливается на символике солнца в работах режиссера: *«Рискну предположить, что во внутренней – применяемой наедине с собой – образной системе Михалкова Солнце – символ истории: ею опалены и изнурены герои трилогии, она ударила по героям «Солнечного удара». Солнце – это революция, безжалостная и*

ослепительная». Эта тема, по мнению автора, является сквозной во многих работах Михалкова – «Утомленные солнцем», «Свой среди чужих», «Раба любви». Быков также находит ряд образов-символов, которых не видели другие рецензенты: образ механизма-машины, образ карманных часов, потерянных подпоручиком *«Между тем с часами, по-моему, все просто: потеряв часы, главный герой УТРАТИЛ ВРЕМЯ, выпал из него»*. Размышляя об этом, автор приходит к открытому выводу: *«Впрочем, на то оно и искусство, чтобы оставлять волшебные недосказанности»*.

Согласно данной рецензии, многие повороты сюжета в картине Михалкова приобретают иное толкование. Они начинают существовать в системе, соответствующей мироощущению режиссера, и, конечно же, недоступной зрителю, незнакомому с другими фильмами автора. Здесь, с точки зрения теории, выполняется главная задача рецензии: – «увидеть в рецензируемом произведении то, что незаметно непосвященному» [3: 116]. Автор акцентирует внимание читателя на деталях, на смысловых оттенках и это придает самой рецензии определенную эстетическую и информационную ценность.

Стоит отметить, что сам автор Дмитрий Быков не является постоянным рецензентом «Новой газеты» и выступает чаще как редакционный поэт. Этот материал для него является скорее личной инициативой. «Новая газета» на тот момент уже опубликовала рецензию от другого журналиста-обозревателя Алены Солнцевой. Ее материал «Бело-красная война с желто-голубым подбоем» уже в заголовке имеет место легкий политический оттенок (желтый и голубой – цвета флага Украины). Сначала автор упоминает об источниках сценария – рассказе «Окаянные дни» Ивана Бунина, вкратце рассказывает о самом сценарии, тут же делая бесхитростный акцент на идее: *«Идея же теперь одна и та же: какую страну потеряли»*. Один из главных тезисов рецензии – *«Для Михалкова-моралиста дорога прямая – нельзя нарушать порядок, что в частной жизни, что в общественной. Иллюстрацией этому и является его фильм»*. Автор заключает: *«для него (режиссера) власть всегда от Бога, любое покушение на нее противозаконно...однако сегодня именно такое кино кажется властям наиболее соответствующим моменту»*. В последнем предложении автор намекает на заинтересованность властей в показе подобной киноленты. Это высказывание носит характер частного суждения, впрочем, не оторванного от реальной социально-политической обстановки в стране. Автор обнаруживает политический аспект в премьере фильма, косвенно связывая его с событиями на Украине.

«Известия» отметили выход фильма материалом «Михалков поспорил с Эйзенштейном». Журналист Олег Кормунин соединяет в своем материале жанры рецензии и отчета. Рассказывая о премьере киноленты, автор подробно останавливается на приглашенных гостях, на обстановке, царившей во время презентации: *«на премьеру был приглашен Казачий хор, исполнивший песню, являющуюся главным саундтреком к кинофильму»*, добавляет комментарии актеров, режиссера о процессе съемки. Непосредственно рецензии автор выделяет одну треть текста. Журналист вскользь говорит о сюжете *«характерный для творчества Михалкова»*, самого режиссера характеризует как *«мастера поколения сорокалетних, умеющего снимать фильмы любого жанра»*. Акцентируя внимание на деталях, О. Кормунин говорит об эпизоде с падением коляски с лестницы. Эту сцену Н. Михалков взял из картины Эйзенштейна «Броненосец Потемкин»: *«Коляску отпускают, она долго катится по ступеням и падает в костер. Офицеры молча и безучастно смотрят, как горят останки России, которую мы потеряли»*. Ставя в один ряд Михалкова и Эйзенштейна, автор явно импонирует создателю картины «Солнечный удар». В целом, публикация О. Кормулина носит некий «светский» характер, сочетая в себе черты отчета и интервью.

В результате проделанного анализа, на примере материалов газеты «Известия», мы наблюдаем тенденцию смешения жанров (публикация Олега Кормунина). Иллюстрацией сокращения текстов служат публикации Лидии Масловой. Обе рецензии представляют собой концентрат субъективных тезисов, с минимальным количеством аргументов. С точки зрения нравственных задач, рецензия должна быть всесторонне аргументированной, иначе читатель может заранее неправильно сформировать мнение о книге, картине и т.д. Говоря о взаимосвязи политики издания и характере рецензий, надо отметить «Новую газету», которая известна своим оппозиционным прошлым и общественно-политической направленностью. Автор публикации открыто связывает премьеру фильма с событиями на Украине. Подобный ход вполне может быть продиктован политикой издания. Таким образом, на ярких примерах мы видим характерные черты адаптации жанра в современных условиях. Рецензии сокращаются в объеме, вбирая в себя при этом черты других жанров публицистики. Всесторонний анализ, затрагивающий игру актеров, особенности сценария, уступает место яркому авторскому комментарию. При этом, если массовое издание публикует рецензию с элементами глубокого литературного анализа («Ударенные солнцем»), то такой материал идет в дополнение к основному, придерживающемуся тематики газеты («Бело-красная война с желто-голубым подбоем»).

Список литературы

1. Козлова, М. М. История отечественных средств массовой информации : учеб. пособие / М. М. Козлова. – Ульяновск, 2000.
2. Кройчик, Л. Е. Система журналистских жанров // Основы творческой деятельности журналиста / Л. Е. Кройчик ; под ред. С. Г. Корконосенко. – СПб., 2000.
3. Тертычный, А. А. Жанры периодической печати / А. А. Тертычный. – 3-е изд., испр. и доп. – СПб. : Аспект-Пресс, 2006. – 223 с.
4. Михалков поспорил с Эйзенштейном / О. Кормулин // Известия. – 2014. – 14 октября. – URL: http://izvestia/article/2014/10/4/mihalkov_posporil_s_eizenshtainom/ свободный. – Загл. с экрана.
5. За родину. За старое / Л. Маслова // Коммерсант. – 2014. – 12 октября. – URL: http://kommersant/article/2014/10/9/za_rodinu_zh_staroe/ свободный. – Загл. с экрана
6. Ударенные солнцем / Д. Быков // Новая газета. – 2014. – 19 октября. – URL: http://novaya_gazeta/article/2014/10/12/udarennnye_solntcem/ свободный. – Загл. с экрана
7. Бело-красная война с желто-голубым подбоем / А. Солнцева // Новая газета. – 2014. – 15 октября. – URL: http://novaya_gazeta/article/2014/14/7/belo_krasnaya_voyna_s_zhelto_golubym_pidboem/ свободный. – Загл. с экрана

СОЗДАНИЕ ОБРАЗА ХУДОЖНИКА (на примере «Портретов» Алоизия Фелиньского, размещенных в прессе)

М. Патро-Куцаб

(Жешув, Польша)

KREOWANIE WIZERUNKU ARTYSTY (na przykładzie «Portretów» Alojzego Felińskiego zamieszczonych w prasie)

M. Patro-Kucab

(Rzeszów, Polska)

Abstract. The function of media is not only to inform about everyday occurrence, but also to interpret it. The subject of this article are two «portraits» of Alojzy Feliński published in the press. The aim of this study is to present ways of judgement of Alojzy Feliński as man and as a poet in newspaper texts.

Key words: Alojzy Feliński, press, newspaper texts.

Potencjalny czytelnik jako odbiorca mediów drukowanych, sięgając po gazetę, czasopismo czy druk okolicznościowy, bez względu na epokę, w której żył lub żyje, chciał bądź chce wiedzieć jak najwięcej o otaczającym go świecie. Pragnął (pragnie) poznać zarówno bliską rzeczywistość, jak i tę oddaloną od siebie. Takie oczekiwania czytelnicze sprawiały, że prasa nie tylko przekazywała informacje, ale także w związku z tym, że podawała je z pewnym opóźnieniem (względy techniczne), do jej głównych zadań należało «ustosunkowywanie się do nich [...], gdy opadną emocje, [dlatego też] w prasie najcenniejsze są opinie dziennikarzy [...] i specjalistów danej dziedziny na określony temat. Odbiorcy czytają, analizują, ustosunkowują się do prezentowanych poglądów, otrzymują pogłębioną analizę zjawiska. Podstawą do analizy są fakty, na które dziennikarze spoglądają z wielu punktów widzenia» [11: 33]. Funkcją prasy jest zatem nie tylko informowanie o tym, co nas otacza, ale także interpretowanie opisywanych zjawisk – dziennikarz może bowiem przekazywać informacje selektywne, które w pewien sposób wartościują opisywaną rzeczywistość.

Przedmiotem niniejszego artykułu uczynię jedynie dwa, opublikowane w prasie, «portrety» Alojzego Felińskiego. W egzemplifikacji sięgam po biografie zamieszczone w «Przewodniku

Naukowym i Literackim» [10: 817–818] oraz «Pamiętniku Literackim» [6: 474–475].

Gatunek ten, przynależny do dziennikarskich form o funkcji informacyjnej, określany jest także mianem «życiorysu», «sylwetki» czy «postaci» i przede wszystkim ma za zadanie przywołać najważniejsze szczegóły z życia opisywanej osoby.

Mając na uwadze układ treści w klasycznej wersji «portretu» jako jego nadrzędny wyróżnik należy wskazać przede wszystkim zachowanie chronologii ważniejszych wydarzeń z biogramu prezentowanej postaci oraz ograniczenie się do podawania najistotniejszych dat i faktów na temat pełnionych przez portretowaną osobę funkcji zawodowych czy społecznych [11: 57].

Należy jednak podkreślić, że gatunek ten niekiedy, poza faktograficznością, dopuszcza wprowadzanie informacji wartościujących, uzależnionych od sytuacji czy nastawienia do prezentowanej osoby. W takich przypadkach pozornie, jak zauważa Kazimierz Wolny-Zmorzyński, zostaje zachowana «zasada oddzielenia informacji od komentarza, jednak samo wartościowanie lub idealizacja informacji jest już pewnego rodzaju narzuceniem interpretacji pokazywanej rzeczywistości oraz bohaterów [...]» [11: 34]

W związku z powyższym, celem niniejszej rozprawy będzie przedstawienie sposobów wartościowania w tekstach prasowych postaci Alojzego Felińskiego – człowieka i poety.

W związku z tym, że przedmiotem moich rozważań stanie się waloryzacja osoby, na potrzeby niniejszego artykułu korzystam z definicji «wartościowania» zaproponowanej przez Jadwigę Puzyninę, która wyjaśnia termin jako «czynność psychiczn[ą] człowieka, polegając[ą] na stwierdzaniu, jakie (i w jakim stopniu) wartości pozytywne lub negatywne [...] właściwe są – zdaniem osoby wartościującej – danym cechom, zachowaniom, stanom rzeczy, a pośrednio przedmiotom» [8: 83].

Mając na uwadze kreowanie wizerunku, Maria Załęska stwierdza (za Arystotelesem), że w przypadku tego typu zabiegów nie chodzi tu tyle o przekonywanie, ile o «dostrzeganie tego, co odnośnie do każdego przedmiotu może być przekonujące» [12: 116]. Dalej zaś badaczka stwierdza, że «zbyt ni rozziw między tym, kim się jest, a tym, jak się przedstawia innym, może doprowadzić do utraty wiarygodności» [12: 117].

Należy jednocześnie podkreślić, że autorzy przywołanych «portretów» nie zwracają uwagi na prezentację osobowości, wyglądu zewnętrznego, sposobu bycia czy zainteresowań autora *Barbary Radziwiłłówny*. Na pełny obraz prezentowanej postaci, w przypadku omawianych «sylwetek», składają się przede wszystkim krótkie, odrębne

opowieści o wydarzeniach z życia artysty, a niekoniecznie jedynie fakty z życiorysu z zachowaniem czasowego następstwa przy ich prezentowaniu («Szczegółowych dat biograficznych powtarzać na tym miejscu nie mamy ani zamiaru, ani potrzeby, znane one [...] dobrze») [6: 817].

Dodajmy jeszcze, że autorami «portretów» są najczęściej specjaliści w danej dziedzinie nauki (w omawianym przypadku z zakresu literatury i kultury), a także osoby pozostające w bliskich relacjach z opisywaną postacią (np. przyjaciele czy współpracownicy osoby portretowanej), a niekiedy wykorzystuje się autoprezentację opisywanego. Autorem tekstu zamieszczonego w «Przewodniku...» jest Michał Rolle – urodzony w 1865 roku w Kamieńcu Podolskim, polski dziennikarz, historyk i pisarz, pracownik redakcji «Gazety Lwowskiej», autor prac naukowych (*Ateny Wołyńskie, Tadeusz Czacki i Krzemieniec*) i popularnonaukowych, na pograniczu nauki i literatury pięknej (*In illo tempore, Rzemiennym dyszlem*).

Z kolei autorzy «Pamiętnika...» przywołują autobiografię Alojzego Felińskiego (jednak, co istotne, przytaczają ją w trzeciej osobie liczby pojedynczej, tym samym zostaje ona pozbawiona znamion autoprezentacji).

W przedstawieniu Alojzego Felińskiego funkcję waloryzującą (pośrednio), co interesujące, może pełnić już imię i nazwisko twórcy. Należy podkreślić, że w prezentowanych «sylwetkach» autor *Barbary Radziwiłłówny* identyfikowany jest pełnym imieniem (w formie podstawowej) i nazwiskiem. Taki zabieg od początku pozwala na poznanie i rozpoznanie opisywanej postaci. Forma ta, co prawda, nie jest nośnikiem jakichkolwiek emocji, podobnie jak nie można uznać jej za wykładnik bliskich relacji pomiędzy piszącym a opisywanym. Z pewnością ma jednak za zadanie wyróżnienie prezentowanej osoby na tle innych, których nazwiska także pojawiają się w pozostałych artykułach prasowych, publikowanych w danym numerze czasopisma.

Podkreślmy jednak, że niekiedy przywołanie imienia i nazwiska może wyraźniej wyrażać pozytywny sąd wartościujący, szczególnie wówczas, gdy w sąsiedztwie informacji identyfikujących twórcę pojawiają się dane personalne innych osób. W przypadku omawianych w niniejszym artykule «sylwetek» – powołanie się na Alojzego Osińskiego («następca Osińskiego, Alojzy Feliński» [10: 817]) i Tomasza Felińskiego («Alojzy, Tomasza syn, Feliński» [6: 474]).

Pierwszy z nich to nauczyciel literatury polsko-łacińskiej w liceum krzemienieckim, znany z talentu oratorskiego. Na stanowisku profesorskim (w gimnazjum, następnie liceum) pozostał aż 18 lat i w tym okresie miał bardzo dodatni wpływ na uczniów. Jest także znany jako autor *Słownika języka polskiego* [7: 228–229].

Z kolei Tomasz Feliński był sędzią ziemskim, właścicielem Osowy i Wojutyna, «lubiany w sąsiedztwie, obywatel dobry i biegły prawnik» [13: 3].

Można zatem sądzić, że taki kierunek prezentacji Alojzego Felińskiego, w przywoływanych tu «sylwetkach», już na samym początku zdradza obecność tendencji waloryzującej w kreowaniu wizerunku artysty, bowiem pozytywne wartości zostają niejako przeniesione na Felińskiego z członka rodziny (z ojca) bądź z krzemienieckiego profesora (z Osińskiego).

Okazuje się, że podobną funkcję mogą pełnić przywoływane w życiorysie miejsca, bowiem – jak zauważa Puzynina – «wartościami mogą się [...] stawać dla człowieka miejsce i czas [np. narodzin lub zamieszkania]» [9: 35]:

– «[...] przybycie do Krzemieńca uważano na Wołyniu za wypadek **pierwszorzędnego znaczenia** [...]» [10: 817];

– «W powiecie żytomirskim, we wsi Wołosowie, ma dusz męskich 38. W powiecie łuckim wieś Osowę, gdzie dusz męskich 87 [6: 474];

– «Wrócił do wsi dziedzicznej Osowy w powiecie łuckim r. 1796» [6: 475].

W przypadku prezentowanych tu «sylwetek» wyodrębnione miejsca są wartościowane pozytywnie. Tak jak splendoru dodaje Krzemieńcowi osoba opisywanego poety, tak również wołyńska miejscowość pozwala zobaczyć Felińskiego pośród wybitnych osobistości krzemienieckiego liceum.

Z kolei Wołosów i Osowa prezentują autora *Barbary* ... jako dziedzica i gospodarza. Przypomnijmy, że w funkcji ziemianina Feliński zadebiutuje w roku 1796 [2: 395]. W ten sposób niejako podkreśla się więzi łączące opisywaną osobę z ziemią rodzinną. Otrzymujemy nie tylko informację o miejscu, ale jednocześnie staje się ono nośnikiem pewnych wartości.

W polskiej kulturze wartościowany pozytywnie jest także wiek («ma lat od urodzenia 48») [6: 474], wzbudza on bowiem szacunek u odbiorcy komunikatu, oznacza przecież człowieka doświadczonego, o bogatej biografii.

A zatem zawarte w prasie informacje biograficzne o osobie łączą się z jej wartościującą charakterystyką. Dodajmy, że autorzy «sylwetek» przedstawiają Felińskiego na dwóch płaszczyznach, w sferze prywatnej i społeczno-zawodowej.

Pierwsza z tych sfer ujawnia więzi łączące opisywanego twórcę z członkami rodziny, przyjaciółmi lub bliskimi współpracownikami. Wartościowanie odbywa się tutaj w sposób niejawni, w «sylwetkach» nie odnajdziemy zwrotów zawierających określenia rzeczownikowe czy przymiotnikowe o znaczeniu aksjologicznym.

Przywołanie najbliższych członków rodziny poety («Ma żonę Józefę z Omiecińskich i z niej dwoje dzieci: Helenę, zamężną za Edmundem Michałowskim z guberni kijowskiej – i Tomasza szesnastoletniego w konwiktie lubarskim» [6: 475]) pozwala otrzymać obraz człowieka, który potrafił założyć kochającą i szanującą się rodzinę. W jednym z listów poety czytamy bowiem: «[...] Muszę ci coś donieść o sobie. Jestem ciągle zdrow, wesół, a nade wszystko spokojny. Mając dobrą żonę, dobre dzieci, kawał dobrego gruntu [...] [3: 409]

A zatem wprowadzone do życiorysu twórcy informacje dotyczące rodziny, wskazują na realizację przez niego idei spokojnego i ustabilizowanego rodzinnego życia.

Poza najbliższymi, szczególną uwagę odbiorcy powyższych komunikatów zwraca osoba Tadeusza Czackiego, którego Feliński odwiedzał jeszcze jako dziecko w Porycku («O pięć lat młodszy od Tadeusza Czackiego, w dzieciństwie już związany z nim był **szczerą przyjaźnią**» [10: 817]).

Po zakończonej edukacji (w Dąbrowicy i Włodzimierzu) oraz praktyce adwokackiej, na zaproszenie kolegi z dzieciństwa, udał się do Warszawy («[...] wzięty był przez Tadeusza Czackiego [...] roku 1789 i zostawał przy boku jego w Warszawie przez Sejm Konstytucyjny») [6: 474], gdzie porządkował metrykę koronną, a z czasem został nauczycielem siostrzeńca swego kolegi, Jana Tarnowskiego («[...] przydany był przez Czackiego za towarzysza nauk jego siostrzeńcowi, Janowi Tarnowskiemu [...]» [6: 475]), zaś w okresie Sejmu Wielkiego zajmował się porządkowaniem uchwał rady z czasów panowania Jana III i lat następnych [4: 93–94]. Przyjaźń i protektorat Czackiego – historyka i działacza oświatowego – przydaje osobie Felińskiego dodatkowego splendoru.

Autorytet poety zostaje wzbogacony również za sprawą przywołania postaci naczelnika powstania («Zostawał w obozie przy Tadeuszu Kościuszcze roku 1794 sekretarzem do ekspedycji francuskich») [6: 475]. Tym samym otrzymujemy informację nacechowaną aksjologicznie, bowiem sam fakt przywołania osoby, której działania zmierzały do obrony ojczyzny, uruchamia pewien system wartości i silnie nobilituje prezentowaną postać.

Nie bez znaczenia w przywołanych sylwetkach pozostaje także kwestia pochodzenia poety:

– «Pochodził ze szlacheckiej, **szanowanej powszechnie rodziny** ziemiańskiej, gospodarującej na paru wioskach, sprawującej przytem z wyboru urzędu powiatowe» [10: 817];

– «Z rodu szlacheckiego [zapisany przez komisję szlachecką Guberni Wołyńskiej w księgę szóstą]» [6: 474].

Szlachecki rodowód Felińskiego przede wszystkim podkreśla narodową przynależność opisywanego, ale także pośrednio odsyła do wzorcowego katalogu cnót (republikańskich, rycerskich, chrześcijańskich) uprawniających do mniemania się szlachetnym.

Nie bez znaczenia pozostaje także prezentowana w przywoływanych «sylwetkach» twórcy płaszczyzna społeczno-zawodowa (np. praca dydaktyczna czy pełnione funkcje). Ponownie, pozytywną ocenę opisywanego można odczytać za sprawą odwołania do znajomości realiów ówczesnej rzeczywistości. Po raz kolejny czytelnik otrzymuje informacje nacechowane aksjologicznie, chociaż warto też podkreślić obecność leksemów bezpośrednio wartościujących działalność Felińskiego:

– «rokując szkole **światną** pod rządami tyle **wybitnej osobistości przyszłość**» [10: 817];

– «[...] po śmierci fundatora szkoły krzemienieckiej towarzysz jego młodości [Czackiego] wezwanym został do objęcia naczelnego kierownictwa tejże» [10: 817].

Na temat doniosłej roli, jaką wniósł dla rozwoju Wołyńskiego Liceum Alojzy Feliński, pisze Klemens Kantecki: «[...] otoczony miłością i zaufaniem zabrał się Feliński do pracy z zapalem, a uczniów miał tak chętnych i dobrych, że ich się odchwalić nie może. «Nie uwierzysz, pisze do Wyszkowskiego, jakich mam tu chłopców, jak wszystko pięknie czuć umięją, i jak niektórzy pragną sami dobrze pisać», a w trzy miesiące później powtarza: «Kocham piękną, szlachetną i wesołą młodzież». [...] Szkoła też rozwijała się coraz piękniej; panowały w niej porządek i zgoda, wzrastała liczba uczniów, bo nawet pierwsze w kraju rodziny nie wahały się powierzać jej swoich uczniów. [...] Każdy czuł, że nowy dyrektor zawsze tylko dobro młodzieży miał na oku. [...] Nie przestawał on być przedmiotem ogólnej miłości i poważania, a na jego wykłady «garnęły się tłumy rodaków». [...] «ostatni połysk świetności szkoły krzemienieckiej zabłysł za Felińskiego, i z nim zgasł na zawsze» [5: 148–149, 151, 152].

Otrzymujemy zatem poświadczenie, że pełnione przez Felińskiego funkcje cieszyły się sporym uznaniem społecznym, a przywołanie ich w życiorysie przywodzi przede wszystkim pozytywne skojarzenia. Dzięki nim tekst nabiera zabarwienia wartościującego – na opisywanego po raz kolejny spływają splendor i szacunek. Te osiągnął on dzięki swoim zdolnościom i wiedzy, a także dobrze wykonywanej pracy: «Sława Felińskiego – wyraził się mówca [Wyszkowski] brzmieć będzie w ustach wszystkich znawców poezji narodowej, będzie powtarzana przez

wdzięczną młodzież Krzemieńca, której był ukochanym, niestety tak krótko! Nauczycielem i Rządcą» [10: 817].

Taki kierunek pozytywnego wartościowania dopełniają w przywołanych «sylwetkach» informacje dotyczące dorobku naukowego i literackiego autora *Barbary* ... Pozwalają zaprezentować Felińskiego jako specjalistę w dziedzinie, w której rozwijał się na polu zawodowym, a co potwierdzają wydane bądź napisane prace:

– «Po zgonie Felińskiego zostały w rękopisie: tragedia *Leszek Biały*; kurs nauk w liceum: *Sztuka pisanie*; *Zagajenie publiczno-pedagogiczne sessyi nauczycielów i dozorców domowych przy liceum wołyńskim*; *Mowa przy rozpoczęciu publicznego kursu literatury polskiej w liceum wołyńskim 1820 r. miana*; *Zagajenie publicznego posiedzenia Towarzystwa młodzi licealnej, kształcącej się w porządnem mówieniu i pisaniu*; *Przymówienie się na publicznym posiedzeniu Królewskiego Warszawskiego Towarzystwa Przyjaciół Nauk z powodu obrania go członkiem*; *Rozmowa* – odpowiedź na zarzuty przeciwko jego pisowni [...]; wreszcie *Mowa przy wstąpieniu na urząd dyrektora liceum wołyńskiego w Krzemieńcu*» [10: 817–818];

– «[...] wydawał bezimiennie pisma polityczne: *Myśli* do projektu formy rządów i inne. Także wiersz do Stanisława Trembeckiego, do Tadeusza Kościuszki i inne poezje ulotne [6: 475];

– «[...] napisał wiersz do Franciszka Wiszniowskiego, do Tadeusza Czackiego i innych» [6: 475].

– «Wydał pierwszy tom pism swoich r. 1816 w Warszawie: o ortografii polskiej i *Ziemianin* Delila przekładany wierszem. W drugim tomie ma być podług prospektu **tragedia oryginalna** *Barbara* – i drugie naśladowane: *Radamist i Zenobia* z Krebillona i *Wirginia* Alfierego» [6: 475].

W prasowych «sylwetkach» prezentujących postać Felińskiego przedstawiono zatem cały przekrój twórczej działalności artysty i profesora (wiersze okolicznościowe, przekłady, oryginalne próby dramatyczne, reformatorską działalność kodyfikatora języka czy szkolne wykłady). Tym samym czytelnik otrzymywał wizerunek osoby twórczej i kreatywnej.

Rozpatrując informacje umieszczane w «sylwetkach», a odnoszące się do sfery zawodowej, należy jeszcze na koniec dodać, że wartość nobilitującą mają także (kilkakrotnie powtarzane w każdym z «portretów») informacje na temat przynależności opisywanego do stowarzyszeń i organizacji, co potwierdza jego zaangażowanie w życie społeczne:

– «Zanotujmy tylko, że w styczniu 1814 roku zostaje Feliński «przybranym» członkiem warszawskiego towarzystwa naukowego; po upływie lat trzech wyraża się o nim, na publicznym posiedzeniu tejże instytucji, niestrudzony jej prezes Staszic, że przyszedł dyrektor krzemie-

niecki w *Barbarze*, pierwszy z pisarzy polskich, «**najrozważniej zastanawiał się** nad pisownią języka naszego». Z ust takich podobną otrzywać pochwałę, w dodatku – wobec tak poważnego zgromadzenia – **zaszczyt nielada**» [10: 817];

– «Nie ostatni to raz jednak rozlegają się w murach warszawskiego przybytku nauk słowa **wyjątkowego uznania talentu** Felińskiego. W dniu 3 V 1820 r. poświęcono tam jego pamięci gorące wspomnienie, wygłoszone przez przyjaciela młodości, referendarza stanu, Michała Wyszковского» [10: 817];

– «Towarzystwa Królewskiego Warszawskiego Przyjaciół Nauk i Imperatorskiego Uniwersytetu Wileńskiego honorowy członek» [6: 474];

– «Został członkiem Towarzystwa Warszawskiego Przyjaciół Nauk r. 1809» [6: 475].

Reasumując podkreślmy, że niezwykle trudno na kartach niewielkiego artykułu zawrzeć szeroką egzemplifikację dla wywołanych właściwie problemów. Dążyłam jednak do przedstawienia reprezentatywnych fragmentów pochodzących z przywołanych «sylwetek» i wyodrębnienia aspektów, które pozwoliłyby pokazać, jakie informacje na temat twórcy przekazywała dziewiętnasto- i dwudziestowieczna prasa. Jednocześnie starałam się udowodnić, że biograficzne wzmianki dotyczące życia i twórczości Alojzego Felińskiego nie spełniają jedynie funkcji informacyjnej, bowiem na każdym poziomie (dane personalne, życie osobiste, praca zawodowa) zawierają elementy, które pozytywnie wartościują prezentowanego twórcę. Zauważono, że waloryzacji podlegają nawet dane personalne – czyli elementy pozornie neutralne, które właściwie odczytane i odebrane przyjmują w «sylwetkach» prasowych postać wartości pozytywnej.

Przywoływane tu «życiorysy» w znikomym stopniu wykorzystują terminologię aksjologiczną, a zatem o wartościowaniu bezpośrednim można mówić jedynie sporadycznie (te fragmenty zaznaczono pogrubioną czcionką). Jednak w «sylwetkach» wykorzystano przede wszystkim konotacje semantyczne, a zatem waloryzację pośrednią (opisywany odbierany jest pozytywnie poprzez usytuowanie w otoczeniu najbliższych, jak i w rzeczywistości zawodowej. Czytelnik otrzymuje informacje na temat wartości powszechnie aprobowanych w społeczeństwie, które jednocześnie stanowią wyznaczniki wysokiej pozycji społecznej, jaką zajmuje prezentowana postać.

Literature

1. Czacki Tadeusz // Słownik Krzemieńczan 1805–1832, wstęp i oprac. haseł W. Piotrowski, Piotrków Trybunalski, 2005, s. 64–72.

2. Feliński, A. List do Michała Wyszowskiego (15 lutego 1796 r. z Wojutyna) // K. z Tańskich Hoffmanowa / *Dzieła*. Wydanie nowe z dodaniem życiorysu i objaśnień / pod red. N. Żmichowskiej, t. 6, Warszawa, 1875, s. 395.
3. Feliński, A. List do Michała Wyszowskiego (24 października 1817 r. z Wołosowa) // K. z Tańskich Hoffmanowa, *Dzieła*. Wydanie nowe z dodaniem życiorysu i objaśnień / pod red. N. Żmichowskiej, t. 6, Warszawa, 1875, s. 409.
4. Feliński Alojzy // *Słownik Krzemieńczan 1805–1832*, wstęp i oprac. haseł W. Piotrowski, Piotrków Trybunalski, 2005, s. 93–96.
5. Kantecki, K. Dwaj krzemieńczanie, cz. 1: Alojzy Feliński, Lwów, 1879, s. 1–157.
6. Materiały, «Pamiętnik Literacki» 1913, nr 1–4, s. 474–475.
7. Osiński Alojzy // *Słownik Krzemieńczan 1805–1832*, wstęp i oprac. haseł W. Piotrowski, Piotrków Trybunalski, 2005, s. 228–231.
8. Puzynina, J. Jak pracować nad językiem wartości?, «Język a Kultura» 1991, t. 2: Zagadnienia leksykalne i aksjologiczne, s. 129–137.
9. Puzynina, J. *Język wartości*, Warszawa, 1992.
10. Rolle, M. Krzemieniec, «Przewodnik Naukowy i Literacki». Dodatek miesięczny do «Gazety Lwowskiej» 1896, z. 9, s. 817–818.
11. Wolny-Zmorzyński, K., Kaliszewski, A. Gatunki informacyjne // K. Wolny-Zmorzyński, A. Kaliszewski, J. Snopek, W. Furman, // *Prasowe gatunki dziennikarskie*, Warszawa, 2014, s. 33–59.
12. Załęska, M. Prezentacja mówcy // *Ćwiczenia z retoryki* // pod red. M. Barłowskiej, A. Budzyńskiej-Dacy, M. Zaleskiej, Warszawa, 2012, s. 116–117.
13. *Żywot Alojzego Felińskiego* // *Dzieła*. Wydanie nowe, t. 1, Wrocław, 1840, s. 3–15.

СОВРЕМЕННАЯ ЖУРНАЛИСТИКА ДОСУГА КАК КУЛЬТУРНАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ СОЦИУМА

ГЛАМУРНАЯ ЖУРНАЛИСТИКА КАК ДВИГАТЕЛЬ ОБЩЕСТВА ПОТРЕБЛЕНИЯ

И. В. Ашинова

(Нальчик, Россия)

GLAMOROUS JOURNALISM AS THE ENGINE OF A CONSUMER SOCIETY

I. V. Ashinova

(Nalchik, Russia)

Abstract. This article discusses the features of glossy journalism, which is an integral element of glamor institutional discourse. A classification of types of texts of contemporary glamor discourse operating in specific communicative situations is given.

Key words: discourse, glamour, glamorous journalism, media, mass, consciousness.

Современному обществу постиндустриальной эпохи, находящемуся в постоянном хаотическом потоке информации необходима и соответствующая философия жизни, проводником которой является гламурная журналистика, являющаяся адептом научно-практических знаний определенных групп для восприятия массовым сознанием в целях принятия другими социальными группами моделей поведения, идеологии (культуры, этики, морали, эстетики) и способов развития. Философия гламура, с одной стороны, довольна проста и сводится в красивости проживания, вечной молодости и беспроblemности сегодняшнего дня. С другой стороны, это мощная идеология зомбирования, где аксиологические ценности подменяются ценностями рынка и постоянного потребления всего и вся без необходимой на это надобности. Как верно отмечает Г. Г. Почепцов, «информационно-виртуальное пространство, созданное гламурной журналистикой,

несет новую истину, согласно которой «никто не хочет читать, все хотят смотреть», связывают с изменением элиты, которая имеет заниженный уровень сама и, соответственно, она занижает уровень населения» [5]. Гламурный дискурс как институциональный вид общения направлен на эстетическое удовлетворение физиологических потребностей человека, которые одинаковы у всех людей, в силу чего происходит выравнивание различных слоев общества. Особенностью гламурной журналистики является созданный ею иллюзорный красивый мир, который населяют селебрити (от латинского *celebrare* – восхвалять, прославляться), т.е. прославленные люди, часто упоминаемые СМИ, по определению американского культуролога Д. Бурстина «люди знаменитые своей знаменитостью или же ходячие псевдособытия» [1]. Так, светская львица Ксения Собчак благодаря умелой саморекламе добилась того, что юное поколение знает о ее жизни больше, чем о жизненном пути известного политика-реформатора Анатолия Собчака, ее отца.

Наиболее популярными жанрами гламурной журналистики являются шоу – программы (ток-шоу, развлекательные шоу, реалити-шоу); журнальные статьи и заметки; художественно-публицистические жанры (эссе, зарисовки); интервью; авторские программы; глянец. Известные гляцевые журналы «Harper'sBazaar», «ELLE», «Vogue», «Officielle», «InStyle», «MadameFigaro», «Tatler», «Psychologies», «Женские секреты» мужские журналы: «GQ», «FHM», «MAXIM» и др. отличаются не только гламурной направленностью, но и типологическими особенностями: гляцевый формат, целевая элитарная направленность, рекламно-позитивный стиль, которые определили облик гламурной журналистики. Так, слоган журнала «Glamour» гласит, что «Glamour» – «это философия современной женщины, которая хочет получить от жизни все и не ищет компромиссов». Но в реальности гламур – это философия далеко не только лишь женской части населения, фактически гламур – это основной способ навязывания вполне определенного стиля жизни, через создание и тиражирование ярких, запоминающихся и обворожительных образов. Так, О. Ф. Русакова отмечает, что «дискурс глэм-культуры строится на таких базовых концептуальных формулах, как «enjoy your self», «бери от жизни все», «живи играя», «не бери ничего в голову», «не грузи ближнего своего», «я этого достойна», «стань звездой», «бренд всему голова», «имидж – все», «шагай в ногу с модой», «рейтинг» («горячая десятка», «большая пятерка» и т.д.), «топ-модель», «звезда», «VIP-класс», «люкс», «бренд» [6], целью которых является то, что в культуре наделено ценностью – счастье, красота,

молодость, здоровье, успешность, принадлежность к элите, – может быть достигнуто при помощи покупки соответствующего бренда из мира товаров. Таким образом, навязывая определенные стандарты жизни, бренды, глянцева журналистика посредством симулякров подменяет в подсознании человека истинные ценности иллюзорными, что не позволяет человеку критически отнестись к происходящему и закрывает путь к саморефлексии, к подлинным эмоциям. Симулякры информационного общества эксплуатируют всю массу культурных традиций и чувственно-образных содержаний культуры прошлого, ничтожат в конечном счете возможности культурно-природного естественного живого переживания и понимания существования» [4]. Таким образом, происходит воздействие технического мира на человека, превращающегося в относительно пассивный объект. «У копии, чувственно воспринимаемой на экране, нет оригинала того, что возбуждает чувственность человека. Копия эксплуатирует прошлые реакции чувственности, возникавшие в пределах естественных изменений живого восприятия и представления» [4]. С изменением чувственности изменяется мышление, которое должно соответствовать требованиям жизни в информационном обществе. По мнению А. А. Смирновой, «гламурные журналы создают новые символы и, соответственно, новую религию, в которой на месте счастья – богатство, на месте поступка – покупка, вместо любви – половая физкультура, вместо самопознания – тесты, вместо борьбы с грехами – диеты, вместо семьи – фитнес-клуб, вместо мировоззрения – сезонная мода» [7]. Риторика гламурной журналистики вполне естественно приживается и в аналитических изданиях. Обозреватель радиостанции «Эхо Москвы» А. Пикуленко подчеркивает, что гламурным изданиям не чужда умная аналитическая журналистика. «Когда мне говорят, что Mercedes – это как жена-манекенщица: надо все время соответствовать и втягивать живот – это интересно. Мне любопытно мнение человека, который говорит о том, как его воспитывает автомобиль, о том, что неожиданно его одежда становится в тон обивки салона, что как-то незаметно становишься так же спокоен и уравновешен, как автомобиль, на котором едешь».

Так что в автомобильной журналистике, есть место и тем, кто рассказывает о стиле, и тем, кто рассказывает о технике. Главное – как об этом написать» [3]. Действительно, язык гламурной коммуникации совмещает официальную риторику с прибаутками, поговорками, цитатами из песен и кино, соединяя их на уровне ассоциаций, что позволяет объяснить события в развлекательном стиле, по типу: «Сказки чеченского леса», «Швыдкой и его команда: будет ли уни-

чтожен Большой театр?», «По границе Вася больше не ходит хмуро». Гламур отдает предпочтение внешней форме, а не внутреннему содержанию, поэтому он реализуется в облике героев. Подтверждением тому – перенасыщение гламурных текстов рецептами, рассказами, рекламой того, как выглядеть еще лучше. Проанализируем описание «пафосной презентации элитного автомобиля», которую журналист назвал «гламурной мукой» [2]: «В этот раз предстояло написать о презентации машины, назовем ее Lolobai13. Обычный текст я бы начал с чего-нибудь сурового, мол, новый Lolobai13 построен на платформе Lolobai12, которая берет исток у классического Lolobai9. Но в высокой гламурной журналистике с места в карьер нельзя. И тут в голову пришло совершенно оригинальное начало: «Презентация «Лолобаев» – это всегда праздник. Праздник для гостей, которые окунулись в чарующую атмосферу вечера, и праздник для многочисленных поклонников марки «Лолобай», которые смогли оценить завораживающую пластику и изысканную грацию нового «Лолобай13».... Ритмический рисунок вечера задала энергичная музыка, изощренная, неповторимая и непредсказуемая, как новый «Лолобай13» [2]. Автор, зная действенные фразы, использует гламурную лексику, так как ее шкала ценностей расположена по одну сторону от оси координат в глубочайшем плюсе. Не так важно, насколько хорош объект, набор эпитетов примерно одинаков: «чарующая атмосфера», «завораживающая пластика», «непредсказуемая», «изощренная», «неповторимая», «изысканная грация», «энергичная музыка», «совершенный», «изумительный», «завораживающий», «околдовывающий», «мускулистые бедра», «ниспадающая крыша», «очерченный контур задней части», «филигранная пластика дальних оконечностей кузова», «утонченный паттерн светового рисунка, играющий на скульптурных изгибах наиболее удаленного от передней части дизайнерского элемента», так называемые «исключительности» объекта – воздушные фразы, легкие, на первый взгляд, но в тоже время обладающие какой-то колдовской, притягивающей силой, и как верно отмечает создатель этого текста, «не до конца воспринимаются мозгом, потому что неконкретны, но для гламурных читателей служат сигналом: «Вам сюда. Фотогалерея снизу» [2]. Журналист знает, что такие статьи читают в основном те, кто был на презентации, и их интересует в первую очередь свое фото на фоне рекламного баннера, на котором мелькает узор из логотипов: рестораны, бутики и страховые компании, без которых ничего этого не было бы, при этом продолжая, «... что, безусловно, Lolobai13 претендует на звание самого высокотехнологичного автомобиля в сегменте... Компания «Лоло-

бай» снова поразила публику, представив автомобиль столь же классический, и столь инновационный одновременно. Посмотрите на пропорции – Lolobai13 определяет стиль жизни владельца и его дресс-код. И тут настала пора щегольнуть каким-нибудь известным брендом, который безупречно сочетается с Lolobai13. Я предложил Levis, но мне объяснили, что с машиной такого класса можно замахнуться минимум на Armani... и получилось следующее: «...определяет стиль жизни владельца и его дресс-код. Джинсы Levis? Пожалуй, нет. Костюм Valentino и галстук Gianfranco Ferre? Пожалуй, да...» [2]. И, конечно же, закончил описание презентации мощной фразой: «В этом – особое искусство дизайнеров, девиз которых – стремиться к лучшему, не изменяя себе», вот где заключена риторика гламурной журналистики. Этот посыл должен найти отклик в сердцах целевой аудитории, среди которой немало «героев жизни», ведь именно для них «Lolobai13 предстает слиянием искусства и высоких технологий, а само действие оставляет в душе неповторимый след» [2].

Цель гламурного дискурса достигнута – раскрыта вся «чарующая» атмосфера вечера: от музыки, танцев, фуршета и, конечно же, они сами на фоне баннера с логотипами партнеров.

Таким образом, особенность гламурной журналистики проявляется в проведении неожиданных параллелей между несвязанными явлениями, например, «декор ресторана свеж, как морской бриз Пиренейского полуострова, который находится как раз в 3 675 километрах от этой цитадели изысканной кухни...», в использовании эпитетов, перемеживающихся с техническими характеристиками машины. Цель гламурной журналистики, не только привлечь внимание читателя и отвлечь его от будничных проблем, главная – экономическая, позволяющая реализовывать манипулятивную направленность гламурного дискурса. Адресат дискурса принадлежит определенной культуре и имеет определенные идеологии, взаимодействие дискурса с которыми способствует достижению его интенции.

Список литературы

1. Бурстин, Д. Американцы: Демократический опыт / Д. Бурстин. – URL: <http://mirknig.com/2011/02/20/amerikancy-demokraticheskiy-opyt.html>.
2. Краснов, А. Гламурная мука / А. Краснов – URL: <http://auto.kbs.ru/text/column/658277.html>.
3. Пикуленко, А. При выборе машины бизнес класса Lexus надо отместить сразу / А. Пикуленко. – URL: <http://amsrus.ru/2014/08/20/pri-vyibore-mashinyi-biznes-klassa-lexus-nado-otmesti-srazu/>.

4. Поросенков, С. В. Существование и деятельность в определении ценностного отношения / С. В. Поросенков. – Пермь : Изд-во Пермс. гос. ун-та, 2002. – 408 с. – URL: http://anthropology.ru/ru/texts/porosenkov/existence_20.html.
5. Почепцов, Г. Г. Гламурная журналистика: логика визуальной войны / Г. Г. Почепцов – URL: http://crimeacatholic.info/index.php?option=com_content&view=article&id=18
6. Русакова, О. Ф. Дискурс глобальной глэм-культуры / О. Ф. Русакова. – URL: http://www.madipi.ru/index.php?option=com_content&view=category&layout=blog&id=75&Itemid=64
7. Смирнова, А. А. Гламурные журналы (по оценке А. А. Смирновой) / А. А. Смирнова, 2004. – URL: <http://vikent.ru/enc/4167>.

ОСОБЕННОСТИ ОБУЧЕНИЯ ЖУРНАЛИСТИКЕ

О ПОДГОТОВКЕ ЖУРНАЛИСТА-ПРАКТИКА В РАМКАХ УНИВЕРСИТЕТСКОГО ОБРАЗОВАНИЯ

С. В. Иванцова

(Пенза, Россия)

ABOUT THE TRAINING OF JOURNALIST-PRACTICE IN THE UNIVERSITY EDUCATION

S. V. Ivantsova

(Penza, Russia)

Abstract. Education journalist should be practical. This is facilitated by the co-operation of the media as a freelance correspondent.

Key words: training for journalists, training programs, practical orientation training, Russian language, rhetoric, announcer skill, freelance journalist.

Обучение профессии «журналист» – непростая задача, стоящая перед нашей кафедрой, кафедрой журналистики Пензенского государственного университета. Что такое журналист? Это прежде всего интересный собеседник, грамотный и всесторонне образованный человек. Какие из этих особенностей можно приобрести в процессе обучения, а какие должны являться врожденными либо приобретенными ранее?

Итак, всесторонняя образованность. Очевидно, что данная черта личности начинает закладываться в раннем возрасте. По нашему мнению, одной из основных особенностей характера будущего журналиста является любопытность и любознательность, неразрывно связанные между собой. Наличие этих особенностей помогает будущему студенту факультета журналистики интересоваться всем и всегда еще в школьном возрасте, благодаря чему достигается необходимое для профессии всестороннее развитие личности.

Если составить психологический портрет школьника, которому можно посоветовать обучение по специальности журналистика, пе-

ред нами предстанет такая картина. Это человек активный, хорошо успевающий практически по всем предметам, занимающийся в большом количестве кружков и секций, увлекающийся. Таким образом, врожденные личные особенности помогают добиться так необходимого для профессии уровня всесторонней образованности. А вот процесс познания нового будет у настоящего журналиста происходить в течении всей жизни.

Что касается грамотности. Обучение журналистике в высшем учебном заведении должно основываться на освоении основных профильных дисциплин, с этим никто не спорит. Но тем не менее, без курса гуманитарных дисциплин, таких как русский язык, разговорный иностранный, обществоведение, политология (на старших курсах) обучение немыслимо. Особенное внимание хотелось бы уделить русскому языку. Мы считаем, что изучение теоретических основ способствует правильному использованию этого важнейшего инструмента для практической работы. Русский язык как основной предмет, должен изучаться на протяжении всего периода обучения.

Также хотелось бы видеть в программе обучения журналистов развернутые курсы риторики и основ дикторской речи, распределенные на весь период обучения. Они необходимы не только журналистам аудиовизуальных средств массовой информации. Неоценимые знания, получаемые на данных курсах нужны как для умения логически выстраивать текст для максимального эффекта воздействия на аудиторию, так и для постановки голоса, который обязан быть красивым и хорошо обработанным у любого журналиста – приятного общения достойны не только радиослушатели и телезрители, но и все одушевленные «источники информации», благодаря которым информация становится достоянием общественности.

И наконец, обучение профильным дисциплинам. При обучении журналистике важное значение приобретает практический аспект. Любой теоретический лекционный курс по нашему мнению должен быть подкреплён практическим. Изучаем жанры – пишем во всех изученных жанрах. Изучаем радиожурналистику – готовим тексты для радио, изучаем тележурналистику – готовим сюжеты, изучаем историю журналистики – готовим стилизованные выпуски газет разных эпох. На практических занятиях должен быть сформирован навык самостоятельной работы: выбор темы, сбор материала, написание журналистского произведения, редактирование текстов. То есть мы, как преподаватели кафедры журналистика, должны максимально загрузить студентов работой со словом, причем в идеале

данная работа не должна проваливаться в пустоту, а доведенная до должного уровня, появляться на «страницах» СМИ.

И наконец, по нашему мнению, всем студентам рекомендуется, начиная с первых курсов, сотрудничать со средствами массовой информации в качестве внештатных корреспондентов, даже на безвозмездной основе. Почему в качестве внештатных? Потому что необходимый опыт работы в редакции приобретаетсЯ без ущерба для учебного процесса. Почему на безвозмездной основе? Потому что это пока не работа, а обучение работе.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ

Ашинова Ирина Викторовна – к.п.н., доцент кафедры «Педагогика и психология» Кабардино-Балкарского государственного университета им. Х. М. Бербекова (Россия).

Белоножко Екатерина Дмитриевна – журналист (Россия).

Винокуров Виктор Сергеевич – старший преподаватель кафедры «Изобразительное искусство и культурология» Пензенского государственного университета (Россия).

Драчева Юлия Николаевна – к.ф.н. доцент кафедры «Русский язык, журналистика и теория коммуникации» Вологодского государственного университета (Россия).

Дубова Марина Анатольевна – д.ф.н., доцент, профессор кафедры «Русский язык» Московского областного социально-гуманитарного института (Россия).

Зотова Татьяна Николаевна – студентка 5 курса историко-филологического факультета Пензенского государственного университета (Россия).

Иванова Татьяна Николаевна – к.ф.н., доцент кафедры «Массовые коммуникации» Российского университета дружбы народов (Россия).

Иванцова Светлана Владимировна – старший преподаватель кафедры «Журналистика» Пензенского государственного университета (Россия).

Ильина Елена Николаевна – д.ф.н., профессор кафедры «Русский язык, журналистика и теория коммуникации» Вологодского государственного университета (Россия).

Канакина Дарья Алексеевна – студентка 5 курса историко-филологического факультета Пензенского государственного университета (Россия).

Карманова Татьяна Михайловна – аспирант кафедры «Прикладная психология» Пензенского государственного университета (Россия).

Квачадзе Теона Гиаевна – студентка Вологодского государственного университета (Россия).

Козина Татьяна Николаевна – доктор культурологии, профессор, заведующая кафедрой «Изобразительное искусство и культурология» Пензенского государственного университета (Россия).

Лыков Кирилл Александрович – аспирант кафедры «Журналистика» Ростовского государственного экономического университета (Россия).

Михайлова Татьяна – студентка 4 курса историко-филологического факультета Пензенского государственного университета (Россия).

Накано Юкио – к.ф.н., научный сотрудник Токийского университета (Япония).

Патро-Куцаб Магдалена – д.ф.н., адъюнкт, заместитель директора Института польской филологии Жешувского университета (Польша).

Петрова Марина Валерьевна – кандидат культурологии кафедры «Журналистика» Ярославского государственного педагогического университета им. К. Д. Ушинского (Россия).

Пирбал Омар – аспирант Липецкого государственного педагогического университета (Ирак).

Рева Екатерина Константиновна – к.ф.н., доцент, заведующий кафедрой «Журналистика» Пензенского государственного университета (Россия).

Свиридова Екатерина Александровна – к.ф.н., учитель Кочетовской средней общеобразовательной школы Мичуринского района Тамбовской области (Россия).

Сердобинцева Елена Николаевна – д.ф.н., доцент, профессор кафедры «Журналистика» Пензенского государственного университета (Россия).

Соколова Ирина Сергеевна – к.ф.н., доцент кафедры «Издательское дело и книговедение» Московского государственного университета печати имени Ивана Федорова (Россия).

Стрыгина Татьяна Владимировна – к.п.н, доцент кафедры «Журналистика» Пензенского государственного университета (Россия).

Татаренкова Дина Сергеевна – аспирант Уральского Федерального университета имени первого Президента России Б. Н. Ельцина (Россия).

Туранова Анастасия Юрьевна – аспирант Ростовского государственного экономического университета (Россия).

Тюлякова Олеся Николаевна – магистрант Мордовского государственного университета им. Н. П. Огарева (Россия).

Филип Гражина (Filip Grażyna) – д.ф.н., заместитель директора Института польской филологии Жешувского университета, заведующий кафедрой «Риторика и коммуникационная прагматика» (Польша).

Хемин Махмуд – аспирант Липецкого государственного педагогического университета (Ирак).

Шаталова Ольга Васильевна – д.ф.н., доцент кафедры «Русский язык» Липецкого государственного педагогического университета (Россия).

Шаховский Виктор Иванович – д.ф.н., профессор, заслуженный деятель науки РФ, почетный доктор Волгоградского государственного социально-педагогического университета (Россия).

Черникова Наталия Владимировна – д.ф.н., доцент кафедры «Русский язык и методика его преподавания» Мичуринского государственного аграрного университета (Россия).

Научное издание

ЖУРНАЛИСТИКА И КУЛЬТУРА

*Сборник научных статей
I Международной научно-практической конференции*

г. Пенза, декабрь 2014 г.

П о д р е д а к ц и е й
доктора филологических наук
Сердобинцевой Елены Николаевны

Все материалы представлены в авторской редакции.

Компьютерная верстка Ф. Д. Фафурина

Подписано в печать 27.11.2014. Формат 60×84¹/₁₆.

Усл. печ. л. 9,88.

Заказ № 008715. Тираж 500.

Издательство ПГУ
Пенза, Красная, 40
Тел./факс: (8412) 56-47-33; e-mail: iic@pnzgu.ru

