

СОДЕРЖАНИЕ

■ Общетеоретические вопросы

- Э. Г. Шестакова* (Донецк, Украина)
Об эстетических границах медиатекста 7
- М. Г. Златева* (София, Блгария)
Какво ново може да даде медиалингвистиката на
„галванизация кръговрат“ между ПР
и журналистиката? 19

■ Понятия, категории, методики анализа в медиалингвистике

- Л. П. Иванова* (Киев, Украина)
Медиалингвистика в лингвоимагологическом
аспекте 33
- А. С. Макарова* (Москва, Россия)
Роль крылатых выражений-галлицизмов
в построении публицистических текстов 41

■ Медиатекст как объект обучения

- Т. В. Чернышова* (Барнаул, Россия)
Медиатекст и его место в структуре курса
«Основы лингвоконфликтологии» 53
- Н. Г. Нестерова, С. В. Фацанова* (Томск, Россия)
Радиотекст в аспекте медиаобразования 64

■ Медиатекст: структура, композиция, векторы обновления

- Ю. С. Подлубнова* (Екатеринбург, Россия)
Народы Севера в травелогах уральских писателей
1930-х годов 77
- И. А. Пушкарева* (Новокузнецк, Россия)
Специфика регионального медиадискурса:
лингвоаксиологический аспект 90

Главный редактор

Л. Р. Дускаева
(Санкт-Петербург,
Россия)

Зам. главного редактора

Н. А. Прокофьева
(Санкт-Петербург,
Россия)

Редакционная коллегия

В. З. Демьянков
(Москва, Россия)

Ст. Гайда
(Ополе, Польша)

Дж. Ш. Аята
(Стамбул, Турция)

Т. ван Дейк
(Барселона, Испания)

Т. Г. Добросклонская
(Москва, Россия)

И. П. Лысакова
(Санкт-Петербург,
Россия)

О. Б. Сиротинина
(Саратов, Россия)

М. Войтак
(Люблин, Польша)

Чжан Хуэйцин
(Пекин, Китай)

В. Е. Чернявская
(Санкт-Петербург,
Россия)

■ **Функционирование языковых средств
в массмедиа**

А. В. Ефтимова (София, Болгария)
Эвфемизация и деабутизация медийной речи
в массовой прессе (на материале лексики,
обозначающей сексуальные отношения
и сексуальную принадлежность) 101

О. В. Красовская (Луганск)
Неофициальные антропимы в политическом
медиа-тексте как имиджевый ресурс 114

Аннотации 124

Abstracts 131

Т. В. Шмелева
(Великий Новгород,
Россия)

И. В. Анненкова
(Москва, Россия)

А. Г. Баранов
(Краснодар, Россия)

Д. Бжозовска
(Ополе, Польша)

В. И. Ивченко
(Минск, Беларусь)

М. Ю. Казак
(Белгород, Россия)

М. И. Конюшкевич
(Гродно, Беларусь)

М. А. Кормилицына
(Саратов, Россия)

Л. Цонева
(Велико-Тырново,
Болгария)

**Санкт-Петербургский
государственный
университет**

**Институт
«Высшая школа
журналистики
и массовых
коммуникаций»**

**199004, Санкт-Петербург,
1-я линия В. О., д. 26
E-mail: rech@jf.pu.ru**

MEDIA LINGUISTICS

2017 INTERNATIONAL SCIENTIFIC JOURNAL No 3(18)

<https://medialing.ru>

Scientific journal
of the Media Linguistic
Commission of
the International Slavists
Committee
(under the auspices
of UNESCO)

CONTENTS

■ General theory

- E. G. Shestakova* (Donetsk, Ukraine)
Regarding the aesthetic boundaries of media texts 7
- M. G. Zlateva* (Sofia, Bulgaria)
What is the new contribution of Media Linguistics
to the “Galvanising Circle” between PR
and Journalism? 19

■ Concepts, categories, and methods of analysis in media stylistics

- L. P. Ivanova* (Kiev, Ukraine)
Media Linguistics at linguistics and imageology
aspect 33
- A. S. Makarova* (Moscow, Russia)
The role of the winged units Gallicism in journalistic
style texts (exemplified by Russian and French mass
media) 41

■ Media text as an object of education

- T. V. Chernyshova* (Barnaul, Russia)
Media text and it's site in the structure of the course
“Basis of Linguistic Conflictology” 53
- N. G. Nesterova, S. V. Fashchanova* (Tomsk, Russia)
Radio Text in the context of media education 64

■ Media text: structure, composition, tendencies of evolution

- Ju. S. Podlubnova* (Ekaterinburg, Russia)
The peoples of the North in the Ural writes' of 1930s
travelogues 77
- I. A. Pushkareva* (Novokuznetsk, Russia)
Specificity of the regional media discourse: the
linguistic-axiological aspect 90

Chief editor

L. R. Duskaeva
(St Petersburg,
Russia)

Deputy editor-in-chief

N. A. Prokofeva
(St Petersburg, Russia)

Editorial Board

V. Z. Demjankov
(Moscow, Russia)

St. Gajda
(Opole, Poland)

C. Şenöz-Ayata
(Istanbul, Turkey)

T. van Dijk
(Barcelona, Spain)

T. G. Dobrosklonskaya
(Moscow, Russia)

I. P. Lysakova
(St Petersburg,
Russia)

O. B. Sirotinina
(Saratov, Russia)

M. Wojtak
(Lublin, Poland)

Zh. Huiqin
(Beijing, China)

V. Ye. Chernyavskaya
(St Petersburg,
Russia)

T. V. Shmeleva
(Veliky Novgorod,
Russia)

■ Typology of media speech

A. Efftimova (Sofia, Bulgaria)

Euphemisms and disphe-misms in media speech in the press (in the lexical field of sexual relations and affiliations) 101

O. V. Krasovskaya (Lugansk)

Informal anthroponyms in political media text as an image-building resource 114

Abstracts (rus.) 124

Abstracts (eng.) 131

I. V. Annenkova
(Moscow, Russia)

A. G. Baranov
(Krasnodar, Russia)

D. Brzozowska
(Opole, Poland)

V. I. Ivchenkov
(Minsk, Belarus)

M. Yu. Kazak
(Belgorod, Russia)

M. I. Konyushkevich
(Grodno, Belarus)

M. A. Kormilitsyna
(Saratov, Russia)

L. Tsoneva
(Veliko Tŭrnovo,
Bulgaria)

**St Petersburg
State University**

**Higher School of Journalism
and Mass Communications**

199004, St Petersburg,
V. O., 1st Line 26.
E-mail: rech@jf.pu.ru

ОБЩЕТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ВОПРОСЫ

.....

УДК 81; 808;
ББК 76.01; 76.006.5;
ГРНТИ 19.01.07;
КОД ВАК 10.01.10

Э. Г. Шестакова
Донецк, Украина

ОБ ЭСТЕТИЧЕСКИХ ГРАНИЦАХ МЕДИАТЕКСТА

Элеонора Георгиевна Шестакова, доктор филологических наук.
83062, Украина, Донецк, ул. Куйбышева, 2/29.
E-mail: shestakova_elenora@mail.ru.

© Шестакова Э. Г., 2017

Актуальность и постановка проблемы. Проблема природы, сущности и взаимосвязи медиатекста с эстетическим и с различными художественными практиками не нова и давно обсуждается в мировой гуманитаристике. Как правило, вопрос об эстетической, художественной функциях, целях, ценностях, нормах, стилистических, риторических, дискурсивных, языковых, речевых, поэтических особенностях медиатекста традиционно активизируется и при этом успешно решается гуманитариями на разнообразном материале, прежде всего в моменты резких, требующих осмысления общекультурных сломов и трансформаций [Мукаржовский 1975; Полан 2000; Нич 2007; Ученова 1979; Солганик 2001; Анненкова 2011]. Начало нашего века сделало очевидным очередной, обусловленный социально-экономическими, историко-культурными, техническими факторами *модерного мира* (Ю. Хабермас) всплеск интереса к спектру проблем взаимоотношений эстетического и медиатекста. На это указывают М. Ю. Казак и А. А. Крылова в статье 2015 г. «Об эстетике журналистского текста» [Казак, Крылова 2015]. Вопросам проявления эстетического в медиатексте посвящена монография Л. Г. Кайды 2016 г. [Кайда 2016].

Такой стойкий, неизменно продуктивный интерес к этой проблеме предопределен природой, целями, функциями и быстрым, разнонаправленным развитием медиатекста, который демонстрирует константную близость к сферам художественного и эстетического. Эта близость проявляется по-разному: начиная от языковых, речевых, риторических, композиционно-стилевых свойств медиатекста и заканчивая присущей ему специфической мимикрией под художественное произведение словесного, театрального, теле- и кинематографического искусств. С одной стороны, это помогает пониманию многих субстанциональных особенностей медиатекста. С

другой — затрудняет его исследование: медиатекст по отношению к сфере эстетического постоянно оказывается в позиции *как бы* вторичного, зависимого, отчужденного члена, который рассматривается в системе обязательных допущений, оговорок, оппозиций. Появление, длительное существование этой системы обусловлено значимыми для природы, свойств медиатекста понятиями «факт», «событие», «документальность», «достоверность», «реальность», «социальное» и тем, что он длительное время воспринимался как прагматическое социальное явление, призванное к информированию общества. В связи с этим и проблема эстетических границ медиатекста актуализируется относительно этого издавна и прочно укорененного представления о допустимой, существующей, но всегда своеобразной и оговариваемой взаимосвязи эстетического и медиатекста. Отсюда и априорное, во многом управляемое традицией представление об эстетических границах медиатекста и, следовательно, его возможностях, свойствах, направлениях, задачах, целях развития.

Однако такой подход к проблеме хотя и позволяет увидеть, но не дает возможности изучить медиатекст целостно, продуцируя его искусственную дифференциацию на «высокую» публицистику, «серединную» сферу аналитических жанров, рекламы, PR и «низкую» страту новостей, оперативных репортажей, материалов гражданской журналистики. Такой подход одновременно искажает представление и о сущности современного мира, господствующем в нем типе сознания и эстетических границах медиатекста, обусловленных нормами, представлениями, ориентациями, ощущениями своей эпохи. Эстетическое при таком подходе, подобно медиатексту, обнаруживает во многом искусственную, базирующуюся на клишированных представлениях дифференциацию. Оно оказывается соотнесенным преимущественно со сферой *высокой, красивой, безупречной, самой чистенькой* культуры, по непонятным причинам исключаящей *стихийный целовечески-земной индивидуализм, разгул человеческих страстей*, т. е. пренебрегающей целостностью явления, как на этом неоднократно настаивал А. Ф. Лосев [Лосев 1979; 1998]. Важно понять, что для Лосева эстетическое — это не только система теоретических представлений и идей. Эстетическое — это ещё непременно практическая сторона жизни человека и эпохи, которая реализуется одновременно и в сфере «высокой» культуры, и в повседневности. Эстетическое — это особенности проявления и признанного, принятого человеком, коллективом, эпохой существования «ощущений специфически-социального бытия», «социально-исторического», «социального бытия» [Лосев 1979: 338]. Эти ощущения всегда реализуются в конкретных вещах, поступках, понятиях, явлениях, текстах.

В 70-х годах прошлого столетия Лосеву важно было показать, что социальное и, главное, повседневное могут и должны рассматриваться в качестве сферы практической реализации эстетического в *живой жизни*. Понимание им эстетического направлено на преодоление сложившегося стереотипа о сути эстетики и эстетического как сферы исключительно «высокой» культуры и на восстановление прав эстетического на полноту, целостность его проявления и существования во всех сферах жизнедеятельности. Для этого он оперирует понятием *образы чувства красоты*, которыми могут быть и язык, и религия, и искусство, а также их конкретные репрезентанты. В этом плане идеи Лосева о необходимости изменений взглядов на эстетическое близки поискам современных гуманистических, размышляющих о проблемах медиатекста. Очевидно, что некорректно и невозможно разрывать, разграничивать при разговоре о взаимосвязи медиатекста и эстетического их целостность стратами культуры, жанрово-стилистическими, риторическими группами. Понятно, что такое, заданное традицией и стереотипами, представление и о медиатексте, и о сфере эстетического, и об их взаимосвязях необходимо преодолевать.

Понятно и то, что медиатекст как целостность, актуализируясь относительно тоже целостно понимаемой сферы эстетического, обнаруживает необходимость обозначения своих эстетических границ. Они могут быть внешними / внутренними, естественными / искусственными, жесткими / подвижными; однозначными / многозначными; константными / конвенциональными, активными / пассивными, заданными / искомыми, осознаваемыми / стереотипными, обусловленными традицией восприятия / активизированными для самоопределения. Это прослеживается и на современных примерах, и на материале в его исторической подвижности; и на публицистике, и на аналитических, новостных, рекламных, PR- и особенно гибридных жанрах, жанровых разновидностях реалити-проектов. Постепенное разнонаправленное развитие медиатекста постоянно демонстрирует невозможность для него выйти из сферы действия эстетического. Более того, медиатекст все активнее и очевиднее становится репрезентантом эстетического в современном мире. Это неизбежно приводит к необходимости переосмысления сущности и функций его эстетических границ, которые уже не могут соотноситься с традиционной видовой, жанрово-стилистической стратификацией медиатекста. Они все время оказываются проблематизированными, заставляющими задавать два вопроса: эстетические границы медиатекста семантически нивелированы и опустошены или же они претерпели трансформации и обнаружили новые возможности для его развития? Что это значит для медиатекста: постоянные, безграничные возможности модификаций или же стремление к своим пределам, за которыми он утратит свою субстанциональную сущность и будет нивелирован другими видами текстов? Эти вопросы неизбежно приводят к проблеме методологии исследования медиатекста в рамках медиалингвистики.

Например, появилась, быстро закрепились и успешно функционирует разнообразная жанрово-стилистическая, образная, риторическая дифференциация новостей: биржевые, экономические, политические, конфессиональные, городские, региональные, международные, экстренные, криминальные, хорошие, «голые», новости шоу-бизнеса, из жизни знаменитостей, сообщения гражданских журналистов... Каждому жанровому варианту присущи соответствующие формально-содержательные, образные, речевые, дискурсивные особенности и поэтика, что свидетельствует о подвижности, относительности и многозначности эстетических границ новостного медиатекста. Он все чаще в процессе развития и зачастую целенаправленно, активно стремится найти и внешние, и внутренние эстетические границы, а также проверить возможность их трансформации, перехода, жизни на *как бы* чужой территории. Новостной медиатекст, оставаясь в своих жанрово-типовых пределах, в своём развитии одновременно стремится и к документальности, бесстрастности, объективности, однозначности факта (криминальные, региональные новости), и к потенциалам художественной образности, условности, метафоры, гиперболы, иронии (светские, «желтые» новости). Появление тенденции к сериальности новостей [Каминская 2015] тоже обнаруживает стремление и возможности этого типа медиатекста осуществляться по законам кино- и телевизионного искусства [Новикова 2004].

Такое важное понятие, как *новостная ценность*, оказывается непосредственно и тесно взаимосвязанным и с базисными свойствами новостного медиатекста и с его эстетическими границами, заставляя их взаимодействовать. Таким образом эстетическое и риторическое новостного медиатекста обнаруживают качественно новые возможности. Дифференциация новостного медиатекста предполагает изменение его риторических свойств и особенностей, понимаемых как «внутритекстовые отношения и социальное функционирование текстов как целостных семиотических образований» [Лотман 2005:

405], что обуславливает изменение и эстетических границ. Социальное функционирование медиатекстов и эстетическое на территории новостей образуют сложное взаимодействие, подвергая друг друга проверке на возможность и направления взаимосвязей. Международные, экономические новости по-иному выстраивают свои отношения и с создающими их авторами, и с аудиторией, которая должна их воспринимать (читать, слушать, смотреть), и с действительностью, о которой они сообщают, нежели «голые», скандальные, хорошие новости или новости шоу-бизнеса. Риторические, коммуникативные ситуации, реализуемые различными видами новостного медиатекста, предопределяют и различное отношение к их эстетическим границам. Эти границы оказываются не только весьма подвижными, но и конвенциональными, напряженно искомыми для самоопределения новостного медиатекста, его удачного осуществления для коллективного сознания и дальнейшего существования в культурной ситуации.

Аналогично ведет себя и столь распространенный жанр кулинарного рецепта. Начиная с XIX столетия он занял прочное место в газетно-журнальной словесности, а постепенно образовал самостоятельные разделы газет и журналов. Это жанр, точнее то, что справедливо называют энергией жанра, в процессе развития создал формат иллюстрированных гастрономических газет, журналов, буклетов. Ко второй половине XX в. произошло его сращение на образном, риторическом, стилистическом, речевом уровнях с жанрами медиатрavelога и развлекательных шоу. Исподволь жанр кулинарного рецепта трансформировался в жанр видеоблога, странички в социальных сетях, реалити-шоу, кулинарного шоу. Студии шоу стилизованы под домашние кухни, а зачастую являются реальными домашними кухнями, кухнями модных ресторанов, на которых даются мастер-классы кулинарного искусства и гастрономической культуры. Это четко кодируется и реализуется в стилистике и образно-речевой организации, которые соответствуют риторической, коммуникативной ситуациям. В последнее время развивается жанр кулинарного путешествия, которое, как правило, обязательно предполагает отображение в медиатексте. Например, авторские программы, мастер-классы Ю. Высоцкой на ее вилле в Италии и в других городах мира, роман-дневник кулинарного критика Ф. Метью «Сицилия: сладкий мёд и горькие лимоны».

Этот жанр создает *промежуточную территорию* (Я. Мукаржовский) между художественной литературой, публицистикой (литературной, теле-, кинематографической), журналистскими жанрами (репортажем, портретным очерком, аналитической статьёй, видеоблогом), рекламным и PR-текстом, жанрами реалити. При этом эстетические границы медиатекста постоянно проходят своеобразную проверку: они перестают быть априори заданными и оказываются искомыми одновременно в двух традиционных направлениях. Во-первых, это движение в сторону факта, события, реальности и принципов, методов, культурных кодов, риторических способов их осуществления в кулинарном медиатексте, для которого крайне важны и объективная достоверность происходящего, и ее эстетическое преображение и осуществление. Приготовление супа или десерта должно быть наглядным, реалистичным, доступным для повторения простым человеком и в то же время реализовываться в востребованном, профессионально успешном медиатексте. Это во многом обуславливает, во-вторых, движение кулинарного медиатекста в сторону художественного начала и целенаправленной игры с эстетическими границами, в результате чего кулинарный медиатекст все больше театрализуется. Структурная, образная, стилистическая, семиотическая, речевая организации кулинарного медиатекста, базирующиеся на коммуникативной ситуации достоверности, оказываются зависимыми от художественно-поэтических особенностей.

Медiateкст ищет возможности и направления для трансформаций эстетических границ, которые все чаще оказываются проблематизированными, искомыми, а не заданными. Эстетические границы медиатекста — это осознание и ощущение им своих рубежей, возможностей, потребностей и необходимости остановки или перехода через эти рубежи, их сохранения или нивелирования. Это может быть в равной мере чревата уничтожением массмедийной сущности. Как, например, в случае с аналитическими, художественно-публицистическими жанрами *портрет современника* или *репортаж о политической жизни и ее героях*, выродившихся на постсоветском пространстве в PR-текст, пиарналистику, по идее А. П. Короченского, а затем — в пропаганду. Эти процессы подобны тем, которые происходили в массмедиа при советской власти [см.: Советская власть... 2006; Куртин 2002; Кормилицына 2016]. Или же наоборот, поиски и проверки эстетических границ приводят к удачной трансформации и возможностям развития на качественно ином уровне, как это произошло с новостным жанром, преодолевшим границы «чистой», «сухой» информативности. К этим примерам можно отнести и появившиеся в XX в. жанры ток-шоу, реалити-шоу, которые обнаружили новый потенциал для портретного, социального, проблемного очерка, интервью, беседы. В любом случае эстетические границы медиатекста — это репрезентанты его статуса в культуре и сигналы тенденций, ориентиров его дальнейшего развития. Они указывают на субстанциальные, потенциальные, реальные, нивелированные, перспективные свойства, возможности, функции медиатекста.

Для лого-, литературоцентричной культуры медиатекст долго время и, главное, естественно находился на периферии, будучи «пасынком» сферы художественного и эстетического. На сегодня самостоятельность и самоценность существования медиатекста как целостного явления в сфере эстетического требует системных доказательств. На этом справедливо акцентируют внимание в упоминавшихся работах М. Ю. Казак, А. А. Крылова, Л. Г. Кайда. Понимание медиатекста как внутренне разнородного, но целостного явления, подобного текстам художественной литературы, живописи, театральной культуры, способствует прояснению сущности его эстетических границ.

Это и составляет **цель и задачи** статьи: во-первых, обозначить и обосновать сущность эстетических границ медиатекста как целостного явления, во-вторых, ввести медиатекст как полноправный, самостоятельный член в сферу эстетического. Для осуществления поставленной цели необходимо уточнение того понятийно-категориального аппарата и взаимосвязанного с ним методологического инструментария, которые используются для понимания и определения не только медиатекста, но и сферы эстетики, эстетического. Это, во-первых, позволит избежать главной опасности, которая неизменно возникает при постановке вопроса об эстетических границах медиатекста: преодолеть утратившее определенность толкование эстетики и эстетического. Во-вторых, прояснит направления и принципы исследования медиатекста, который в различных своих проявлениях то, кажется, бесспорно и полностью принадлежит сфере эстетики (публицистика, шоу, документальные авторские радио- и телепрограммы, реклама), то, кажется, всецело и несомненно противостоит ей (новости, аналитические статьи на политические, социальные, экономические темы, репортажи с места событий, криминальные репортажи, прямое включение из «горячей точки» или заседания сессии мэрии, материалы гражданской журналистики).

Более того, появилось множество типов медиатекста, по отношению к которым вполне уместен вопрос: что это — медиатекст или жизненная реальность? Здесь риторическое, эстетическое и реальное, осуществляющиеся в медиатексте, обнаруживают каче-

ственно новые свойства, возможности и коммуникативные ситуации. Примеров уже достаточно. Это и реклама не только на упаковках товаров, на самих товарах, которые постоянно используются в быту и даже пище, но и на автомобилях, общественном транспорте, частях тела конкретного человека. Это и разнообразные поздравления, приветы, общение на житейские темы с обыкновенным человеком в прямом радиозфире. Это реалити-шоу, которое всегда реализуется как жизнетекст [Шестакова 2013]. Это и тексты новых медиа, которые среди прочих новшеств предполагают активное комментирование, в результате чего масса, как правило, хаотизированных эмоций, точек зрения, зачастую анонимных, выраженных и вербально и визуально, срачивается с профессиональным медиатекстом. Это и тексты социальных сетей, блоги, которые могут фиксировать в ползнаковой системе незначительные и *как бы* незначимые микрособытия повседневности: выбор блюд в кафе, посещение спортзала, расцветший на подоконнике цветок, шопинг, прорвавшуюся канализацию и т. п. Это и видеозаписи с комментариями из частной жизни людей, которые размещаются в социальных сетях и которые одновременно становятся и частью медиатекста, и предметом реальных судебных дел.

В связи с этим проблема эстетических границ медиатекста максимально активизируется. Ее уже принципиально невозможно решить, находясь в рамках традиционного представления об эстетике как «философской науке о сущности общечеловеческих ценностей, их рождении, бытии, восприятии и оценке, о наиболее общих принципах эстетического освоения мира в процессе любой деятельности человека, и прежде всего в искусстве, о природе эстетического и его многообразии и действительности и искусстве...» [Борев, 2005: 11]. Необходимы иные подход и методология.

Основное решение проблемы. Больше всего сущности медиатекста, а также его современному положению и роли отвечает определение эстетики, предложенное А. А. Лосевым в работе 1979 г. «Эллинистически-римская эстетика I–II вв. н. э.». В начале раздела «Библиография» он писал: «Заметим, что под эстетикой мы понимаем не только систему теоретических идей, но и смыслооформительные принципы и отдельных исторических героев, и более или менее важных событий, а также и более или менее важных исторических эпох и периодов» [Лосев 1979: 396]. Смыслооформительные принципы — это практическая реализация эстетического в культуре и жизни общества через определяющие, знаковые для них явления, события, поступки. Для эстетического важны *самодавление* явления, *наслаждение* социума от этого самодавления, *выразительность* и *автономия выразительных форм* явления, поведения, которые и есть проявления *чисто эстетической предметности* [Лосев 1998: 110]. Концептуальными понятиями, отражающими смыслооформительные принципы эстетического, оказываются у Лосева *чувство жизни, чувство красоты и его образы, стихийность, чувство социального бытия, социально-историческая сторона эстетики, социальный организм* и их взаимосвязь с *чувством жизни и красоты*.

Чувство жизни и красоты трактуется Лосевым как сложное единство составляющих. Они внутренне взаимосвязаны и осуществляют, представляют свое единство в только кажущемся разнородным, не относящемся к эстетике ряде практик. Понимание эстетики как смыслооформительных принципов позволило Лосеву выделить и проанализировать с позиции проявления эстетического как равнозначные римские трактаты по риторике, речи, сочинения по истории, литературе, латинский язык, религию, искусство, а также цирк, амфитеатр, римские триумфы, Вековые игры, апофеоз императоров. В отношении последней группы он писал, что это вполне естественные проявления эстетики, в которых «чувство жизни и красоты сказало наиболее» [Лосев 1979: 45]. В «Эстетике

Возрождения» (1978) А. А. Лосев к сфере эстетического отнес бытовые типы и обратную сторону титанизма, сделав однозначное замечание по этому поводу: «Вероятно, найдутся читатели нашей книги, которые будут трактовать эту область как не эстетическую и потому не подлежащую анализу при изложении эстетики Ренессанса. Против этого, однако, необходимо категорически протестовать. Во-первых, здесь было много самой настоящей эстетики. Во-вторых, там, где не было эстетики в прямом смысле слова, выступали черты такого самодавления, такого наслаждения от этого самодавления, такой изощренной выразительности и такой автономии выразительных форм, что всё это можно сравнить только с чисто эстетической предметностью» [Лосев 1998: 110].

Рассуждая о цирке, гладиаторских боях, титанизме, бытовом поведении человека эпохи позднего Рима, Возрождения, Лосев обосновывает несколько важных моментов в понимании сущности эстетического, принципов вхождения в его сферу предметов, явлений, а также принципов их восприятия, осуществления в этой сфере. Акцент делается на моменте репрезентации и существования ощущений *чувства жизни и красоты*. Если со статуей, картиной или романом всё более-менее понятно (они в силу ряда традиционных факторов и свойств относится сфере эстетического), то с цирком, гладиаторскими боями всё сложнее. Причина здесь в том, что воспринимающее сознание не готово их признать принадлежащими сфере эстетического. Цирк, гладиаторские бои, бытовое поведение не рассматриваются как то, что способно вызывать эстетические переживания: они слишком есть сама жизнь. Статуя, картина, рассказ, спектакль — это всегда особая реальность, подобие жизни, но не сама жизнь. Цирк, гладиаторские бои, апофеоз императоров, титанизм, бытовое поведение человека Возрождения — это реальная жизнь с реальными поступками. Она не заключена в наглядный, осязаемый текст, подобный текстам искусств, религии, языку. А. А. Лосев сформулировал концептуальную проблему, над которой работали и Я. Мукаржовский, Ж. Полан, М. Фуко, Р. Барт, Ю. М. Лотман: бытовое, повседневность и принципы осуществления в них эстетического. Другими словами: каковы принципы включения (и исключения) явления в сферу действия эстетического, на чем основаны и чем определяются эстетические границы, которые позволяют явлению одновременно и оставаться собою в социально-исторической, эмпирической, повседневной реальности (цирк, гладиаторские бои, бытовое поведение) и войти, реализоваться в сфере эстетического.

В этом моменте и возникает с особой актуальностью проблема эстетических границ медиатекста как явления и репрезентанта социально-исторического бытия. С одной стороны, медиатекст давно стал предметом заинтересованных рассуждений, споров о его эстетических возможностях. Но при этом медиатекст воспринимался и понимался как текст, подобный текстам архитектуры, живописи, спектакля, рассказа, т. е. как риторическое и семиотическое единство. В таком горизонте ожиданий медиатекст и рассматривался в контексте проблемы эстетического. Об этом собственно и шла речь выше. Однако, с другой стороны, медиатекст, начиная со второй половины XX столетия и особенно интенсивно к рубежу веков стал преодолевать свою привычную знаковую природу. Он все чаще и активнее стал приближаться к границам реальности, пытаться их нивелировать и даже разрушить, о чем тоже шла речь выше. Если для XX в. споры об эстетической сущности медиатекста — это дискуссии о том, насколько новостной или аналитический медиатекст (наиболее объективное, документальное отражение фактов и событий жизни) может рассматриваться с позиции эстетического, то сейчас ситуация быстро и кардинально меняется. Проблема уже не только в том, что медиатекст — это отражение, отображение действительности, и не только в том, что он создает свою

реальность, но и в том, что он преднамеренно, сознательно и серьезно играет с границами реальностей. В этом смысле медиатекст стал или, точнее, в силу своего развития оказался типологически близким или подобным гладиаторским боям, цирку и бытовому поведению человека эпохи Рима и Возрождения, о которых размышлял А. А. Лосев и о которых писал Ю. М. Лотман: «Есть эпохи, когда искусство властно вторгается в быт, эстетизируя повседневное течение жизни. Таковы были эпохи Возрождения, барокко, романтизма, искусства начала XIX в.» [Лотман 2005: 635].

Эстетика, трактуемая как смыслоформирующие принципы, дает возможность, во-первых, использовать такие понятия и подходы, которые способны выявить целостность мировосприятия, поведенческих установок эпохи. Во-вторых, снять условные границы между сферами быта, искусства, религии, языка, социального, политики, истории, повседневности и *более или менее важными* (А. Лосев) событиями, людьми. Такой подход, примененный к медиатексту, позволяет понять, почему в новейшее время он бесспорно, как и раньше искусство, религия, язык, принадлежит сфере эстетического. Если эксплицировать эти идеи Лосева на медиатекст и проблему его эстетических границ, то получим интересные результаты.

Понятно, что медиатекст — это репрезентант массмедийного пространства и процесса, а также проявитель особенностей массовой коммуникации своего времени. Он обусловлен доминирующими мировоззренческими установками и ориентациями мировосприятия, взаимосвязан с ними причинно-следственными отношениями. В логоцентричной культуре не только эстетические границы, но и границы житейского восприятия медиатекста определялись литературной культурой, точнее тем, что М. Фуко называет идеологией, мифологией художественной литературы в ее влиянии на культурные устроения, в том числе и обыденное сознание повседневности. Медиатекст (именно как целостное явление) не мог быть самостоятельным и самоценным, вызывающим эстетические переживания, ощущения, поступки. Он не мог в этом плане заполнить собою социальность и повседневность. Его эстетические границы были очерчены и закреплены сферой информационной и утилитарно-функциональной жизнедеятельности, дополнительной, вспомогательной даже в быту. Другими словами, медиатекст как целостное явление был априори исключен из *сферы чувства жизни и красоты*. В европоцентричной культуре длительное время речь, как правило, шла о влиянии художественной литературы, индивидуально-авторского языка на газетно-журнальную словесность, но не наоборот. Неслучайно почти все представители культуры Серебряного века делили людей на читателей книг и газет. Это были внешние, жесткие и однозначные эстетические границы для медиатекста. XX век, многое изменивший в культурном пространстве, принципах его жизнедеятельности, обнаружил и качественно новые эстетические границы и возможности для медиатекста.

Медиатекст, постепенно и уверенно став одним из определяющих культурных героев эпохи XX — начала XXI в., занял в ней, по сути, такое же место и выполняет такие же функции, как и цирк, амфитеатр, Вековые игры, бои гладиаторов, травля зверей в эллинистически-римском периоде культуры. И проблема здесь не в пресловутой, тривиально понимаемой зрелищности медиатекста и принципе «хлеба и зрелищ», а в принципиально ином, в том, что проявляется через призму эстетического как смыслоформирующих принципов. В медиатексте как в знаковых явлениях римской, возрожденческой культур, «функционирует именно эстетическое сознание... .. настоящее „незаинтересованное“ наслаждение предметом, и, если хотите, — прямо по Канту — подлинная „формальная целесообразность без цели“ ... это эстетическое сознание име-

ет своим предметом не отъединенное, изолированное и нейтральное отвлеченное бытие искусства, но *самое жизнь*» [Лосев 1979: 52].

Медиаатекст — это тоже изначально и неустранимо есть *самой жизнь*, или он стремится быть таковым в силу своей природы, свойств, функций. Он изначально, целенаправленно пытается (и достаточно успешно) быть репрезентантом новоевропейского эстетического сознания обыкновенного человека, заставляя его переживать настоящее «незаинтересованное» наслаждение от реальных событий и фактов, уловленных и представленных в медиасобытии, медиаобразе, медиаслове. В массмедийном пространстве усиленно развиваются типы, жанровые разновидности медиатекстов, в которых фокусируется и проявляется эстетическое сознание, имеющее предметом *самой жизнь*.

В качестве примеров можно привести уже упоминавшиеся жанрово-стилистические, риторические разновидности новостей, шоу о жизни «звёздных» и простых людей, о скандальных бытовых ситуациях; феномены «реального телевидения», гражданской журналистики, блогосферы, в которых максимально фокусируется и проявляется по законам массмедиа *самой жизнь*. Это фиксируется образной, языковой, речевой, дискурсивной, содержательными формами, в которых осуществляет себя медиатекст. Определяющим здесь является воспроизведение жизни в поведенческих, риторических формах самой жизни. Так, в основе ток-шоу и реалити-шоу лежит минимальная житейская ситуация, которая максимально масштабируется и воссоздается в формах, приближенных к формам и принципам житейского общения. Социально, политически, морально-этически значимые события, модели поведения режиссируются и реализуются в шоу по типу «семейно-бытового», «уличного», «вагонных споров» выяснения отношений. Определяющим здесь является не обсуждение, решение проблемы, не достоверность, информативность, фактажность, а качественно иное: ситуация и процесс коммуникации, имитирующие спонтанность тривиально, обыденно понимаемого и выражаемого *чувства жизни и красоты*. Дифференциация новостей стремится максимально охватить и отобразить все сферы жизни и чувств человека.

В результате чего медиатекст, подобно римским зрелищам, «проявляет такую жажду сильных ощущений, кровавадного возбуждения и всякого неистовства, социального и звериного одновременно, что никакими вульгарно-экономическими теориями до этих явлений и не коснешься» [Лосев 1979: 46]. Здесь сфера чистой эстетики, всё это можно сравнить только с «чисто эстетической предметностью» [Лосев 1998: 110].

На современный медиатекст, как и на римские зрелища, человеком, обществом отводится или, как писал А. А. Лосев, «тратится и колоссальное время» [Лосев 1979: 46], что тоже есть показатель действия эстетики, понимаемой как смыслоформирующие принципы одновременно и более, и менее важных поступков, событий, явлений. При чем делается это добровольно, с наслаждением, с проявлением *чувства жизни и чувства социального бытия*, которые тяготеют к личностным предельным откровениям, последовательному, добровольному уничтожению сферы сокровенного и для отдельного человека, и для общества. Всё стремится стать новостью, приобрести новостную ценность, оказаться риторически состоявшимся предметом и ситуацией для шоу, реального телевидения и событием в новых медиа, социальных сетях. Это стремление и способы его воплощения в медиатексте приобрели, по уже не раз упоминавшейся идее Лосева, такие свойства «самодавления, такого наслаждения от этого самодавления, такой изощренной выразительности и такой автономии выразительных форм, что всё это можно сравнить только с чисто эстетической предметностью» [Лосев 1998: 110]. Причем реализуется это на уже выработанном, самостоятельном и, пожалуй, «интернациональном», общекуль-

турном медиаязыке, который, подобно латинскому языку в его трактовке А. А. Лосевым, является одним из образов чувства красоты [Лосев 1979: 411].

Далеко не случайно новоевропейский человек стремится стать медиатекстом, начиная от хрестоматийного страха или, наоборот, желания попасть в новости и заканчивая участием в реалити-проектах, ростом сетевого вуайеризма. Как об этом пишет П. Вирильо, «история демонстрирует появление нового вида теле-видения, имеющего целью уже не развлечение или информирование масс телезрителей, а вторжение и выставление напоказ, подобно новому освещению, личного пространства отдельных людей... ..страх выставить напоказ повседневную личную жизнь сменяется желанием предоставить себя взглядам всего мира. <...> ...это способствует преобразованию мест обитания в *чисто медийную про-явленность (trans-apparence)* ежесекундно поставляемых образов реально обитаемого пространства» [Вирильо 2002: 50, 511]. Это, казалось бы, принципиально новое отношение и человека, и медиатекста к реальности, к *чувству социального*, к *чувству жизни*, к единству *чувства жизни и красоты* снова, развиваясь, обнаруживает новые возможности эстетических границ медиатекста, которые по-прежнему обусловлены традиционной проблемой образа, образности, риторической, коммуникативной ситуации, перешедших в качественно новое состояние. Это старый-новый парадокс эстетических границ медиатекста.

Выводы. Как представляется, взаимосвязь эстетического и медиатекста, которая в последнее время стала предметом пристального внимания теоретиков и практиков массмедиа, массовой коммуникации, надо рассматривать, отталкиваясь от концепции эстетического А. А. Лосева. В ряде работ, посвященных проблемам эстетики, Лосев отмечал, что эстетическое необходимо понимать прежде всего как *смыслооформительные принципы*. Эстетическое как автономия выразительных форм, как наслаждение общества, человека этой самодовлеющей выразительностью относится не только к сфере теории, «высокого» искусства, но и к сфере быта, повседневности. При этом важно брать эстетическое «во всей его развернутой широте и глубине, понимая не только как абстрактный принцип, но и как бесконечно разнообразную степень осуществления этого принципа...» [Лосев 1998: 110]. Медиатекст давно относится к сфере социального и повседневности, являясь их своеобразной формой, через которую реализуется эстетическое. В нем выражается «эстетическая предметность», «эстетическое самодовление» [Там же: 115] теории и практики, социального и повседневности *модерного мира*. В новейшее время медиатекст стал полноправным, самостоятельным и самоценным репрезентантом единства *чувства жизни и красоты*; памятником нашей эпохи, подобным произведениям искусства, религии, языку, бытовому, социальному, политическим типам, знаковым поступкам людей и общества. Собственно это единство обнаруживает эстетические границы медиатекста. Они определяются тем, что медиатекст одновременно есть и один из ведущих образов новоевропейского единства *жизни и красоты*, которое в нем достигло одного из максимальных воплощений, подобно религии, языку, искусству в классической культуре. Медиатекст, отношение к нему человека, социума есть и полноправное проявление *чувства жизни*, которое осуществляется во всех сферах деятельности. Эстетические границы, разворачивающиеся в этом диапазоне «образ жизни — чувство жизни — поступки», требуют исследования.

ЛИТЕРАТУРА

Анненкова И. В. Медиадискурс XXI века: лингвофилософский аспект языка СМИ. М.: Моск. гос. ун-т, Ф-т журн., 2011.

- Борев Ю. Эстетика. М.: Астрель, 2005.
- Вирлино, Поль. Информационная бомба: стратегия обмана. М.: Гнозис, 2002.
- Казак М. Ю., Крылова А. А. Об эстетике журналистского текста // Научные ведомости. Сер. Гуманитарные науки. 2015. № 18(215), вып. 27. С. 134–139.
- Кайда Л. Г. Эстетический императив интремедиального текста: лингвофилософская концепция композиционной поэтики. М.: Флинта, Наука, 2016.
- Каминская Т. Л. Медиаатекст в формате сериала // Медиалингвистика. Вып. 4. Профессиональная речевая коммуникация массмедиа. СПб.: С.-Петербург. гос. ун-т, Ин-т «Высш. шк. журн. и масс. коммуникаций», 2015. С. 166–170.
- Кормилицына М. А. Конструкции «новояза» в современной прессе как сигналы денотативной расплывчатости медиаатекста // Медиалингвистика. Вып. 5. Язык в координатах массмедиа: матер. I междунар. науч.-практ. конфер. СПб.: С.-Петербург. гос. ун-т, Ин-т «Высш. шк. журн. и мас. коммуникаций», 2016. С. 19–20.
- Куртин Ж.-Ж. Шапка Клеменса: заметки о памяти и забвении в политическом дискурсе // Квадратура смысла. М.: Прогресс, 2002. С. 95–104.
- Лосев А. Ф. Эллинистически-римская эстетика I–II вв. н. э. М.: Изд-во Моск. ун-та, 1979.
- Лосев А. Ф. Эстетика Возрождения: исторический смысл эстетики Возрождения. М.: Мысль, 1998.
- Лотман Ю. М. Об искусстве. СПб.: Искусство, 2005.
- Мукаржовский Я. Эстетическая функция, норма и ценность как социальные факторы // Труды по знаковым системам. Вып. 7. Тарту: Изд-во Тартус. ун-та, 1975. С. 243–295. (Учен. зап. Тартус. ун-та. Вып. 394).
- Нич Р. Світ тексту: пост структуралізм і літературознавство. Львів: Каменярь, 2007.
- Новикова А. А. Телевидение и театр: пересечения закономерностей. М.: Эдиториал УРСС, 2004.
- Полан, Жан. Тарбские цветы или Террор в изыщной словесности. СПб.: Наука, 2000.
- Советская власть и медиа: сб. статей / под ред. Х. Гюнтера, С. Хэнсен. СПб.: Академ. Проект, 2006.
- Солганик Г. Я. Автор как стилообразующая категория публицистического текста // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. 2001. № 3. С. 39–53.
- Ученова В. В. Публицистика и политика. 2-е изд., доп. М.: Политиздат, 1979.
- Шестакова Э. Г. Жизнетекст личности: от профессиональной драмы к реалити-шоу // Антропология литературы: методологические аспекты проблемы: сб. науч. статей: в 3 ч. Ч. 1. Гродно: Гроднен. гос. ун-т, 2013. С. 43–53.

REFERENCES

- Annenkova I. V. Media discourse of the XXI century [Mediadiskurs XXI veka]. Moscow, 2011.
- Borev Yu. Aesthetics [Estetika]. Moscow, 2005.
- Curtin J. J. Clemens Cap: notes on memory and oblivion in the political discourse [Shapka Klemensa: zametki o pamjati i zabvenii v politicheskom diskurse] // Area of meaning [Kvadratura smysla]. Moscow, 2002. P. 95–104.
- Kaminska T. L. Media texts in serial format [Mediatekst v formate seriala] // Medialingvistika. Vol. Professional voice communication media [Medialingvistika. Vyp. 4. Professional'naja rechevaja kommunikatsija massmedia]. St Petersburg, 2015. P. 166–170.
- Kazak M. Yu, Krylova A. A. On the aesthetics of journalistic text [Ob estetike zhurnalistskogo teksta] // Scientific Gazette. Ser. Humanities [Nauchnye ведомosti. Ser. Gumanitarnye nauki]. 2015. No. 18 (215), vol. 27. S. 134–139.
- Kormilitsyna M. A. Construction of “Newspeak” in the contemporary press as signals denotative vagueness media text [Konstruktsii «novojaza» v sovremennoj presse kak signaly denotativnoj rasplychatosti mediateksta] // Medialingvistika. Vol. 5. Language in the coordinates of the media [Medialingvistika. Vyp. 5. Jazyk v koordinatah massmedia]. St Petersburg, 2016. P. 19–20.

Losev A. F. Hellenistic-Roman aesthetics I–II centuries [Ellinisticheski-rimskaja estetika I–II vv. n. e.]. Moscow, 1979.

Losev A. F. Renaissance aesthetics: the historical meaning of the Renaissance aesthetics [Estetika Vozrozhdenija. Istoricheskij smysl estetiki Vozrozhdenija]. Moscow, 1998.

Lotman Yu. M. On the art [Ob iskusstve]. St Petersburg, 2005.

Mukarovskij J. Aesthetic function, norm and value as social factors [Esteticheskaja funktsija, norma i tsnennost' kak sotsial'nye] // Sign Systems Studies: Sci. notes of Tartu State Univ. Press [Trudy po znakovym sistemam: Uchen. zap. Tartusk. gos. un-ta]. 1975. Is. 7, vol. 394. S. 243–295.

Nitsch R. Svit text: post structuralism i literaturoznavstvo [Svit tekstu: post strukturalizm i literaturoznavstvo]. Lviv, 2007.

Novikova A. A. Television and theater: the laws of the intersection [Televidenie i teatr: peresechenija zakonomernostej]. Moscow, 2004.

Polan J. Tarbskie flowers or Terror in belles-lettres [Tarbskie tsvety ili Terror v izjaschnoj slovesnosti]. St Petersburg, 2000.

Qaeda L. G. The aesthetic imperative intremedialnogo text [Esteticheskij imperativ intremedial'nogo teksta]. Moscow, 2016.

Shetakova E. G. Lifetekst personality from professional dramas to reality shows [Zhiznetekst lichnosti: ot professional'noj dramy k realiti-shou] // Anthropology literature: methodological aspects of the problem: collection of sci. articles: in 3 h. [Antropologija literatury: metodologicheskie aspekty problem: sb. nauch. statej: v 3 ch.]. Pt 1. Grodno, 2013. P. 43–53.

Solganik G. Y. Author as a trailblazing category journalistic text [Avtor kak stileobrazujuschaja kategorija publitsisticheskogo teksta] // Bul. of Moscow Univ. Ser. 10. Journalism [Vestn. Mosk. un-ta. Ser. 10. Zhurnalistika]. 2001. No. 3. P. 39–53.

The Soviet government and media [Sovetskaja vlast' i media]. St Petersburg, 2006.

Uchenova V. V. Journalism and politics [Publitsistika i politika]. Moscow, 1979.

Virilio, Paul. The information bomb: fraud strategy [Informatsionnaja bomba: strategija obmana]. Moscow, 2002.

УДК 81'3;
ББК 81.2-5;
ГРНТИ 19.21.07;
КОД ВАК 10.01.10

М. Г. Златева
София, България

КАКВО НОВО МОЖЕ ДА ДАДЕ МЕДИАЛИНГВИСТИКАТА НА „ГАЛВАНИЗИРАЩИЯ КРЪГОВРАТ“ МЕЖДУ ПР И ЖУРНАЛИСТИКАТА?

.....
Минка Генчева Златева, доктор на политическите науки, професор в катедра „Комуникация, връзки с обществеността и реклама на Факултета по журналистика и масова комуникация на Софийския университет „Св. Климент Охридски“. 1000, България, София, ул. Московска 49.
E-mail: minkazlateva@gmail.com.

© Златева М. Г., 2017

Постановка на проблема. Метафората за „галванизиращия кръговрат“, с която характеризирам взаимоотношенията между ПР (връзките с обществеността), журналистиката и медиите, отразява динамиката и непрестанното напрежение между тези сфери на публичната комуникация, което се осъществява в полето на социума и ги принуждава към взаимни трансформации. „В този неспиращ кръговрат, образно казано, непрекъснато прехвърчат искри, но едновременно се наслагват и отложения във времето, които оставят галванични следи върху облика и на двете професии, нуждаещи се една от друга, за да се реализират по-ефективно“ [Златева 2008: 232].

За да отговоря на въпроса какво ново може да даде медиалингвистиката на този „галванизиращ кръговрат“ между ПР, журналистиката и медиите, ще насоча внимание към три важни момента:

- кратко обобщение на досегашното развитие на теорията за взаимоотношенията между ПР, журналистиката и медиите;
- взаимното им функциониране в условията на „икономиката на вниманието“;
- медиалингвистиката и ПР в ерата на интернет: някои изводи от практиката на българските PR-специалисти на базата на 34 наградени проекти в ежегодната класация на Българското дружество за връзки с обществеността (БДВО) PR Priz 2016. То е първата и най-голяма в България PR-професионална общност, създадена през 1996 г., а класацията ѝ се осъществява от 2000 г.

Кои са основните жалони в теорията на ПР в сферата на взаимоотношенията между ПР и журналистиката?

История на въпроса. Знаем от историята на ПР, че взаимоотношенията им се зараждат още в зората на развитието на връзките с обществеността. Едва през 70-те години на миналия век в САЩ се появява първата научна публикация за техните взаимоотношения [Aronoff 1975].

Но тяхното първо задълбочено изследване на базата на богат емпиричен материал принадлежи на *Барбара Бернс* от Свободния университет в Западен Берлин. Придобила практически опит най-напред като журналист, а по-късно и като PR-специалист в западногерманската провинция Северен Рейн-Вестфалия, тя публикува през 1979 г. резултатите от първото си изследване, последвано през 1985 г. от книгата ѝ „Връзки с обществеността или журналистика? Към влиянието в медийната система“ [Ваернс 1985]. Като констатира, че между 59 и 64% от съобщенията в печата, информационните агенции, радиото и телевизията в провинцията Северен Рейн-Вестфалия се базират на подготвени от PR-специалисти прессъобщения, а средно 80% от медиите се базират само на един източник на информация, Барбара Бернс формулира своята теза за *детерминацията*. Според тази теза PR детерминира съдържанието и тайминга (времето на публикуване или излъчване) на съобщенията. Според Б. Бернс разликите между PR и журналистиката се състоят в това, че „PR е собствено представяне на частични интереси и специални знания чрез информация“, а журналистиката е функция на „общия интерес и всеобщото знание“ и реализира „чуждо представяне“ на факти и събития от действителността. Колко навременно и необходимо е нейното изследване и за теоретичите, и за практиците на PR показва последвалата лавина от над 200 статии и студии, осъществени чрез предложената от нея методика, както и многобройните професионални дискусии по темата.

В края на 80-те години на XX в. *Михаел Кунчик* откроява важна тенденция в развитието на взаимоотношенията между PR и журналистиката: PR се е развил от пасивен информационен източник в „производител на новини“, които журналистите все по-често използват, т. е. PR все повече снабдява медиите с нужната им актуална информация и е налице „*субсидиарна журналистика*“. Спестеното на журналистите по този начин време, според Кунчик, може да бъде използвано от тях за разследването на други теми [Кунчик, Ципфел 1997: 142].

В статията си „Симбиоза или конфликт: PR и журналистика“ през 1991 г. *Щефан Рус-Мол* отправя критика към „тезата за детерминацията“ на Бернс, като обръща внимание на факта, че журналистиката и медиите също въздействат върху специалистите по PR със своите новинарски критерии, техники и рутинни норми на работа. Като отчита появата във ФРГ на частни радио и телевизионни станции, силно зависими от пазарните условия, Рус-Мол подчертава, че журналистиката в частните медии вече не служи на общия интерес. Неговият извод е, че „PR е станал неоспорима част от системата на модерната медийна комуникация“, а взаимоотношенията между PR и журналистиката могат да бъдат характеризирани с термините *симбиоза* и *конфликт* [Russ-Mohl 1994: 313–327].

През 1993 г., след анализ на граждански протести срещу планираното изграждане на сметища за специални отпадъци в провинция Долна Австрия, *Роланд Буркарт* от Виенския университет създава своя *модел за консенсусно-ориентирания публич рилейшънс*. Чрез диалога между PR-специалистите и техните целеви публики, в който важна роля принадлежи на медиите и качеството на информационното предлагане, се цели достигането до разбирателство като „процес на постигане на договор, който за определен срок лежи в основата на взаимното разбиране, споделеното знание, взаимното доверие и взаимното съгласие“. Разбирателството трябва да бъде постигнато на три нива: на нивото на тематизираните обстоятелства (за какво трябва да бъде постигнат консенсус), на нивото на възложителя на PR (кой е той и заслужава ли доверие) и на нивото на представените или застъпените интереси (защо двете страни преследват

съответните интереси и дали е налице консенсус относно легитимността на тези интереси) [Burkart 1993].

Йоахим Вестербарки в 1995 г. характеризира връзките между ПР и журналистиката с термина *паразитизъм* [Westerbarkey 1995: 152–162]. Подкрепя го Клаус Кокс, бивш директор по ПР на концерна „Фолксваген“, според когото PR-специалистите са „паразити“, защото техните интереси им диктуват да захранват постоянно „животното“, на чийто гръб паразитират, т. е. журналистиката. Тази постановка е критикувана сериозно, тъй като PR-специалистите доставят голяма част от новините на медиите, а редакционните бюджети зависят в голяма степен от рекламата.

В резултат на емпирично изследване на дейността на PR-отделите в комуналната сфера на общините Лайпциг и Хале през 1997 г., Гюнтер Бентеле, Тобиас Либерт и Шефан Зеелинг създават *интерификационния модел* на взаимоотношенията между ПР и журналистиката. В центъра му са техните взаимни влияния и зависимости, както и необходимостта от напасването на ПР и журналистиката [Bentele et al. 1997: 225–250]. Авторите предлагат взаимоотношенията между двете сфери на публичната комуникация да бъдат характеризирани чрез латинската дума „*efficace*“ (правя нещо възможно), поради което новият модел е наречен „интерификационен“ (най-адекватният превод на български език би бил „модел на взаимната обусловеност“). Макар и да са автономни, ПР и журналистиката като системи не могат да реализират целите си една без друга. Авторите подчертават, че „тезата за детерминацията на Барбара Бернс „не е неправилна, но твърде много опростява взаимоотношенията“ между двете сфери на публичната комуникация. Те предлагат изучаването на още едно измерение на тези взаимоотношения — адаптацията на ПР към организационната среда на три равнища: на актьорите, на организацията и на „публицистичната“ подсистема. Целта е да бъдат постигнати три консенсусни измерения: предметно, времево и социално-психическо. Вместо будещия съмнение термин „детерминация“ Бентеле, Либерт и Зеелинг предлагат по-прецизната и по-неутрална концепция за „индукцията“ и пледират да бъде обърнато по-сериозно внимание на адаптацията на ПР към журналистическата дейност.

„*Вниманието е валутата на XXI век!*“ — с тази крилата фраза медиите посрещнаха новото хилядолетие. Оказа се, че те бързо са уловили една важна тенденция в общественото развитие във времето на интернет. Защото икономистите бяха започнали да си дават сметка, че по думите на Георг Франк „потоците от данни заменят потоците от стоки, а новите медии изместват старите от пазарите“, че са налице прогресивно икономизиране на обществото и „разматериализиране“ на създаването на икономически стойности. Настъпва времето на „*икономиката на вниманието*“ [Frank 1998; 1999]. С други думи, тече процес на замяна на материалните продукти срещу информационни продукти. Парите не са вече всичко, те се нуждаят и от нематериален доход, който се получава чрез *технологията на атракциона* и *насочване на вниманието*. Доходите от вниманието стават по-важни от паричните доходи. *Ключовата дума на новия век наистина става вниманието, защото с него се измерва полезната стойност на информацията и това го превръща във валутата на нематериалната икономика.*

Оттук започват обаче ред сериозни трудности. Най-напред е тази, че човешкото внимание е ограничен ресурс, заради ограниченията на организма да приема и преработва получената информация. Освен това „*икономическата стойност на информацията зависи от удовлетворението, което тя създава, и от възможностите за действие, които тя разкрива*“ [Пак там].

Анализ на материала. Но как може да бъде измерено вниманието, което медиите получават за информационните си предложения, като форма на доход? Досегашните измерители като тиражите на печатните издания, квотите на слушателите и зрителите и броят на посещенията на уебстраниците не са достатъчни. Георги Франк смята, че най-важният финансов източник на медиите не е информацията, с която те разполагат, а услугите, които те предлагат. Новите медии се издържат с услуги, заплатени чрез реклами и затова *рекламата е покупателната услуга на атракциона*. А в интернет услугите се заплащат само с внимание. Оттук — конкуренцията между медиите става все по-ожесточена, свидетели сме на все по-голяма персонализация на събитията и битка за рейтинги, на преход към сегментиране и персонализиране на медийното съдържание в мрежата.

Как се променят взаимоотношенията между ПР и журналистиката в условията на „икономиката на вниманието“? Като взема предвид модела на пазара на Киршгеснер от 1991 г. и изискванията на „икономиката на вниманието“, *Щефан Рус-Мол* поставя взаимоотношенията между ПР и журналистиката в нова теоретична рамка и пледира за формирането на *hoto oesopoticus* в ПР и журналистиката [Russ-Mohl 2004: 52–65]. Той изхожда от предпоставката, че днес *между PR-специалистите и журналистите се разменят не стоки или услуги срещу пари, а информация срещу внимание*. Макар вниманието да има нематериален характер, то струва пари и е особено дефицитна стока в условията на информационното общество.

Вместо опростената схема на взаимоотношенията между ПР и журналистиката, при която журналистиката получава готови новини от ПР, а ПР печели влияние благодарение на журналистическите публикации, от гледна точка на икономиката на вниманието, Рус-Мол предлага връзката между двете сфери да бъде описана като отношения на *бизнес към бизнес*. Успехът на тези отношения се съопределя обаче от трета страна — от публиката, но и от клиентите, търсеци реклами. *Този пазарен модел на взаимоотношенията между PR-специалистите и журналистите като hoto oesopoticus*, според Рус-Мол, изисква те да бъдат доминирани от икономическо мислене и да повишават рационалността в дейностите си.

В процеса на формирането на PR-посланията и на имиджите, както и на презентацията им в и чрез медиите в публичното пространство откриваме *пресечната точка между ПР, журналистиката и медиите с медиалингвистиката*.

Не случайно този нов дял в лингвистиката се ражда в началото на новото хилядолетие. Един от най-проникновените анализатори на процеса на глобализацията и на породеното от новите информационни и комуникационни технологии мрежово общество, *Маңуел Кастелс*, сполучливо резюмира тази ситуация с фразата „*Ние живеем с медиите и чрез медиите*“ [Кастелс 2004: 333]. Комуникацията в и чрез медиите не само заема все по-голям дял в живота ни, но променя характера, практиките и възможностите както на медийния език, така и на речевото поведение на нашите съвременници.

В ерата на глобализацията като нов етап в общественото развитие и в условията на новите информационни и комуникационни технологии, създаващи нова виртуална среда за общуване чрез текста, перспективното предложение на руската изследователка *Татяна Добросклонская* да бъдат обединени изследванията на езика на медиите в новата дисциплина „*медиалингвистика*“ намира благодатна почва за развитие. В нейните рамки *основна категория на анализа става медиатекстът*, реализиран в разнообразни медийни сфери като журналистиката, ПР и рекламата за интерпретация и репрезентация на социалната реалност. А това позволява към изследванията на езика

на медиите да бъде приложен системен научен подход (URL: repetitora.com/mediatekst-v-sovremennyh-informationno-analiticheskikh-sistemah).

„Предмет на медиалингвистиката стана изучаването на функционирането на езика в сферата на масовата комуникация, т. е. медиалингвистиката се занимава с изследването на определена сфера на употребата на речта — езика на масмедията“ пише изследователката [Добросклонская 2014: 9]. Тя обръща внимание на една важна специфика на медийните текстове: „От гледна точка на дихотомията «устна реч — писмена реч» тук участват много текстове, създавани като устни, които стигат до потребителя в устен вид (например реч на президента, интервю), а текстове, които първоначално са писмени, по-късно се реализират в устна форма (коментаторът по телевизията чете текстовете от аутокюто)“ [Пак там: 11].

Тази специфика е особено съществена за специалистите по ПР, които трябва актуално и гъвкаво да напасват своите комуникационни умения, речевите си практики, използвания речеве етикет и речевото си поведение към непрекъснато променящите се конкретни комуникационни ситуации.

Както справедливо отбелязва *Лилия Дускаева*: „...важно е да се подчертае, че лингвистиката не може да игнорира обстоятелството, че речевите единици се създават под влияние на интенциалността на системното въздействие на езиковите средства. [...] В медийния текст, както и във всеки друг, се отразява не само резултатът, но и процесът на речевата дейност на субекта за постигане на професионалните [му] цели“ [Дускаева 2014: 22]. Ето защо авторката предвижда в бъдеще да се разработва интенционално-стилистичния подход при изучаването на медиатека.

Какво трябва да имат предвид медиалингвистите, когато изследват интенционалността в професионалния стил на PR-специалистите?

Според мен една интересна насока на бъдещи изследвания на медиалингвистите за интенционалността в професионалния стил представлява на първо място *изключителната особеност на субекта на ПР*.

По традиция практиците, а и изследователите делят субекта на ПР на две големи групи. Първата група включва *субекта-комуникатор* или организацията, за която PR-специалистите работят. Субектът-комуникатор е източник на посланията, които се отправят в публичното пространство. Втората група е *субектът-реципиент*, в който се включват целевите външни и вътрешни публики, както и цялото общество.

Що се отнася до *субекта-комуникатор*, когато подготвят продукти на своята речева дейност от негово име, PR-специалистите в PR-отделите на организациите и в PR-агенциите, както и медиалингвистите, трябва да имат предвид следните негови особености.

Както изтъкна доайенът на българската комуникационна наука Елит Николов още в началото на развитието на ПР в България след 1989 г.: „Онова, което практиката в тази област на обществените отношения ни показва най-напред, е особеният *субект-начинател* (както той нарича субекта-комуникатор — б. а.) в тази комуникационна форма. За разлика от всички други форми на комуникация в пиар *субектът е юридическо лице, е субект-институция*. Разчленяването му логически може да се съобрази с трите сектора в социалния живот — публичната администрация, бизнеса и неправителствените организации, и да продължи вътре в тяхната йерархична структура“ [Николов 1999: 197] [курсив добавен. — М. З.].

А най-видният български социален психолог Минчо Драганов много точно характеризира субекта на ПР, като написа: „ПР не са само съвкупност от техники, PR-техниките са в комплект с ПР-субекта, с неговата професионална и историческа специфика [...]“

Връзките с обществеността признават автономността на обектите си, т. е. признават го и за субект с автономни решения и даже демонстрират този факт, превръщат го в свой основополагащ принцип; може да се приеме, че те са насочени към участниците в един обобщен независим трети (и това е основание за появата на PR-институции и като независими посредници, а не само като отдел на една от страните). Тази тяхна насоченост стимулира *етаж на независимост*, на безпристрастност, на самонадрастване у заинтересованите страни. Такова самонадрастване като *раздвояване на субектите в конфликтния възел* е белег за сложността на социалната среда в модерното и постмодерното общество“ [Драганов 2000: 21–22] [курсив добавен. — М. З.]

Тези постановки са изключително важни за взаимоотношенията между PR-отделите на една организация и PR-агенциите, на които те възлагат осъществяването на проекта за поредната PR-кампания на организацията. Както ще видим от примери в практиката на българските PR-практици, успехът на една PR-кампания зависи в голяма степен от „автономните решения“ на специалистите в една PR-агенция, след като вникнат в замисъла и същността на кампанията, да я възприемат като своя идея и да вложат креативност и атрактивност в осъществяването.

Що се отнася до *субекта-реципиент*, той включва най-напред целевите публики на организацията — вътрешни и външни. Още през 1992 г. в монографията си „Теория на публична криейшънс. Един проект“ немските изследователи Франц Ронебергер и Манфред Рюл посочиха една важна негова особеност: че „в процеса на функционирането му част от обществеността се трансформира в целеви публики за ограничено време и че публиките не са постоянни, а винаги трябва да се печелят отново“ [Ronneberger, Ruehl 1992] [курсив добавен. — М. З.]

Нека още веднъж подчертаем: за всяка конкретна кампания, инициатива или специално събитие както вътрешните, така и външните целеви публики е нужно да бъдат печелени отново и отново с подходящи за ситуацията речеви действия и речево поведение.

Следващата важна съставка на *субекта-реципиент* на ПР е широката общественост или *цялото общество*. За да се справят резултатно с комуникационните си задачи в дейността с цялото общество, освен специални професионални знания и умения, както и много добра езикова компетентност, PR-специалистите трябва да притежават и социален опит. Както показва анализът на проекта на студентите от Великотърновския университет „Св. св. Кирил и Методий“, тъкмо липсата на достатъчен социален опит е причина те да не реализират докрай пълноценно своята идея. Наградената от Комисията по етика на БДВО тяхна кампания „Помощ за българите в Украйна“ изхожда от факта, че в Украйна живеят 1,5 милиона българи. Заглавието предполага инициативата да се осъществи на територии, които те населяват там. В целта на кампанията обаче формулировката е „събиране на средства за украински бежанци“, т. е. на бежанци от български произход, завърнали се у нас. Липсата на социален опит на екипа проличава и в скромния набор от студентски инициативи, които обхващат само откриване на официална страница на кампанията във Фейсбук, провеждане на пресконференция за обявяване на инициативата и един благотворителен концерт за набиране на средства на студентски състави във Велико Търново. А събраната сума от 1100 лева е дарена на няколко семейства на български бежанци от Украйна. Една наистина благородна кауза остава скромно реализирана единствено в рамките на региона.

На второ място — изследователите на медиалингвистиката могат да интензифицират изследванията си върху темата за въздействията, които оказва върху ПР

новата дигитална култура, родена и развиваща се интензивно под въздействието на интернет.

Съвременните PR-практици, а и теоретици, осъществяват своята дейност в една нова дигитална среда, която им открива много нови, неподозирани до днес възможности за виртуално общуване, за обмяна на опит, за интегриране на инициативите в национален, регионален и глобален мащаб, за включване на знаменитости от цял свят в техните събития, за активно използване на мултимедийни презентации, за граждански мобилизации чрез социалните мрежи в името на различни каузи.

Но паралелно с това дигиталната среда създава за PR-специалистите, както естествено и за всички професионални комуникатори, редица нови много сериозни предизвикателства. Според изследователя на дигиталните процеси Милад Дуеи вече можем да говорим за нова „дигитална култура“ и „нов вид грамотност — дигитална грамотност“ [Дуеи 2011: 17]. Той констатира още, че „дигиталната обетована земя се оказва дигитална утопия, която винаги ще бъде подкопавана от технологичната си свръхдетерминираност“ [Пак там: 27–28].

Дигиталната свръхдетерминираност на новата култура, пораждаща еднообразие, настойчиво повишава критериите за оригиналност, креативност и атрактивност на продуктите на комуникационните специалисти. Това изисква увеличаване на знанията им за възможностите на медиалингвистиката както по отношение на съдържанието, така и по отношението на комуникативния фон, на съобразяването с контекста, в който те планират и осъществяват своите кампании и инициативи. Ето защо, в процеса на обучение на бъдещите PR-специалисти трябва да поощряваме и отличаваме изявите им, белязани с новаторство и предприемчивост, импровизация и креативност. Ежегодната специална награда за студентски проект в рамките на конкурса на БДВО PR Priz изпълнява успешно тази задача.

Очевиден е постоянно нарастващият стремеж на българските PR-специалисти да повишават *креативността в заглавията и съдържанията на своите проекти*, които да грабват вниманието и да пораждат любопитство и основателни очаквания за интересни изяви. Седем от 34-те разглеждани проекта отговарят на този критерий. Ще сложа акцент върху три от тях.

Проектът с награда в категория „Имиджмейкинг“ носи заглавието *„Истински възлук от Уолстрийт в България“*. Така е названо целодневното обучение по продажби и убеждаване на 4 април 2015 г. на Джордж Белфърт, чийто образ е пресъздаден от Леонардо ди Каприо във филма на Скорсезе. В процеса на реализацията на проекта екипът на агенция „ArtRelatedPR“ включва разнообразни PR-техники: създаване на собствен двуезичен сайт, първи брифинг за медиите през февруари, 20-минутно интервю с Белфърт по bTV, излъчване по телевизията на разговор по скайпа с годеницата му и втори 15-минутен брифинг в деня на обучението с 50 български журналисти и блогъри. Постигнато е и важно решение — високата цена на билетите се поема от отделите по човешки ресурси в ред компании. Така екипът от PR-специалистите успява да реши ефективно голямото предизвикателство — да препозиционира една скандална знаменитост в знаменитост със скандално висока компетентност в продажбите.

„*Финанси по ноти*“ се нарича проектът, отличен с трета награда в раздела за онлайн-кампания или проект. Той е дело на BBDO Group по поръчка на Пощенска банка. Тя финансира собствено социологическо изследване за финансовата грамотност на българските граждани от 20 до 30, от 30 до 40 и над 40 години, за да изясни, че са им нужни финансови съвети в три основни сфери: спестяване, харчене и инвестиции. Екипът на

проекта провежда и социален експеримент, като поставя реални „загубени“ портфейли на ключови места в София, за да провери и запише със скрита камера реакциите на гражданите, които ги намират. В резултат във Фейсбук страницата на Пощенска банка се ражда и се поддържа инициативата „Финансов вторник“ с новини и съвети от света на финансите, придобила значима популярност и редовно обсъждана в социалните мрежи.

От гледна точка на медиалингвистиката най-голям интерес представлява проектът „Отвлечане на Туитър профила на MTel“, дело на агенцията All Channels Communications, получил първа награда в категорията „Онлайн-кампания или проект“. Той представлява отлично реализиран сценарий за оригинално „хакване“ на профила на мобилния оператор с основна цел преминаване от сериозния, наричан още „стерилен“ тон на оператора към приятелски тон на разговор с потребителите му. Популярият слоган на MTel „Ти водиш“ в нощта срещу Деня на шегата — Първи април 2015 г., е заменен с хаштага „Ти гониш“. Докато мнимите „хакери“ съобщават за отвлечането на профила в Туитър и биват последвани от 400 души в мрежата, MTel пуска четири други прессъобщения в традиционния си стил. Излъчва се интервю на изпълнителния директор с „хакерите“, в което той успокоява потребителите и ги уверява в стремежа на компанията да разговаря с тях като с приятели. В резултат за 6 месеца след „отвлечането“ ръстът на последователите на MTel в Туитър бележи 43% увеличение.

Без да са изучавали медиалингвистика, PR-специалистите усещат с професионалните си сетива необходимостта от рязка смяна на стила на MTel и намират едно елегантно и креативно решение: обратът в стила да стане в Деня на шегата — Първи април и го прилагат ефектно и оригинално.

Характерна черта на всички наградени в PR Priz 2016 г. проекти е голямото внимание, което PR-специалистите отделят на *медийния резонанс* на планираните в тях PR-кампании, инициативи и специални събития в класическите медии и в социалните мрежи Фейсбук и Туитър. Типично е формирането на „facebook-групи“ *от затворен и отворен тип*, които обединяват интересуващите се от каузата, защитавана от съответния проект. Често се използват също *дискусии в Туитър, хаштагове* за актуална информация в хода на реализация на проектите. Организирант се конкурси за най-доброто *селфи*, както в проекта „Анималия“, или за *споделяне на видео*, като в „ExSmoker“ — за видео на потребителите за прекарано лято без тютюнев дим.

В условията на „икономиката на вниманието“ все по-голямо разпространение намират *специализираните информационно-аналитични системи*. В Русия например има 5 такива системи: Медиалогия, СКАН, Public.ru, Интегрум и информационно-аналитичната служба Factiva като поделение на компанията Dow Jones (URL: repetitora.com/mediatekst-v-sovremnyh-informacionno-analiticheskikh-sistemach). На базата на тематични рубрикатори с ключови думи те осъществяват медиа-мониторинг на медийните публикации. Чрез *количествен и качествен контент-анализ* на медийните публикации в реално време тези системи се превръщат в *значим източник на медийни рейтинги* на компании, брандове на известни личности и политически дейци.

Още по-перспективна е възможността специализираните информационно-аналитични машини да осъществяват *контекстуален анализ* на базата на зададени фрази в медийните публикации за съответните обекти на изследването. По този начин специализираните информационно-аналитични системи осъществяват измерване на ефективността на PR-инициативи и на медийни имиджи на компании и публични личности, което ще доведе до редица преобразувания в имиджмейкинга и връзките с обществеността.

На трето място, когато медиалингвистите изследват професионалния стил на PR-специалистите, все по-често вземат предвид едно динамично развиващо се във времето предизвикателство — *непрекъснатите изменения в съвременния език под постоянното и всеотранно въздействие на интернет и новите информационни и комуникационни технологии*.

Милад Дуеи засяга и този същностен момент, като пише: „Дигиталната култура притежава собствен език, който вече е инфилтрирал и започнал да пре моделира писмените и говорими езици [...] Нашата ерудитска грамотност бавно, но сигурно търпи въздействието на новопоявяващите се практики на дигиталната грамотност“ [Дуеи 2011: 25–26] [курсив добавен. — М. З.]. Ето защо социалингвистите все по-интензивно се занимават с *езиковите заемки*, възникващи при съприкосновението на различни култури като билингвизми и диглосия, т. е. взаимодействие на различни противоположни една на друга подсистеми на един език.

Можем да посочим ред конкретни примери за билингвизми и от проектите в конкурса PR Priz 2016. През 2000 г. името на конкурса беше избрано, като се имаше предвид двойното повтаряне на абривиатурата PR и в думата Priz или Награди за пбблик рилейшънс. Но за първи път през 2016 г. и общата тема на конкурса беше на английски език — “Three sides of successful story: style, content, hard work” или „Трите части на успешната история: стил, съдържание, упоритата работа“. Освен това седем от заглавията на анализиранияте 34 проекта, получили награди, са на английски език. В една част от тези заглавия употребата на английския език е свързана със специализирани сайтове със същото заглавие, като Love Theater, Early Baby или с англоезичната версия на специалния сайт — ExSmoker; с тематиката на проекта — например Animalia — за пътуваща изложба на илюстрации и малки пластмаски на животни; с утвърден единствен в България медиен конкурс за български журналисти, пишещи за иновативни науки и технологии — MTel Media Masters.

В друг случай обаче, като например заглавието на проекта „Help2help“ на студенти от НБУ в Пловдив, то не поражда асоциации с основната му цел: чрез събиране и рециклиране на пластмасови капачки да бъдат набрани средства за създаване на „Зеленчукова биоградина“ в Дома за деца, лишени от родителска грижа „Мария Луиза“ в града под телетата.

Награденият в категория „Специално събитие“ проект е посветен на BEERFEST-а в Стара Загора, възобновен след 7-годишно прекъсване. Изготвен и осъществен е от агенцията All Channels Communication. В рамките на празника пред повече от 5000 старозагорчани и техни гости са демонстрирани 4 вида бира — Zagorka, Amstel, Ariana и Heineken. Градът е обявен за „столица на бирата в България“, в резултат на специален тест е избран „кмет на бирата“ и празникът се утвърждава като белег на уникална идентичност за региона. Буди интерес начинът, по който е образувано заглавието BEERFEST, в което първата част е изписана на латиница, а втората, макар и чуждица, е на кирилица. Подобна езикова практика е типичен пример за инфилтрация под въздействието на дигиталната грамотност.

Между впрочем, и в текстовете към проектите също има редица подобни инфилтрации, като „геймифункция“ вместо игрова функция,

„earned media“ вместо медиен резонанс, „PR value“ вместо приход от ПР дейността, „Brandcorner на Загорка“ вместо „Кът на бранда Загорка“ и др. Това свидетелства за постепенно превръщане на англицизмите в постоянна част от професионалния стил на PR-специалистите в България, което заслужава специално изучаване от страна на медиалингвистите.

Изводи. В заключение на въпроса „Какво ново може да даде медиалингвистиката на „галванизиращия кръговрат“ между ПР и журналистиката?“ накратко можем да отговорим: да допринесе за по-високата ефективност на ПР-действието на базата на по-качественото използване на възможностите за въздействие на медиите и журналистиката.

Познанията и уменията в областта на медиалингвистиката дават на ПР-специалистите не само знания как по-ефикасно да боравят с езиковите ресурси, но и да се възползват от закономерностите на ефективното им прилагане в разните сфери и ситуации на публичната комуникация в зависимост от извънречевите фактори. А чрез информационно-аналитичните системи ПР-специалистите в областта на имиджмейкинга получават конкретно измерване на ефективността на своята дейност по конструирането и реализирането на медийните имиджи на организации и публични личности.

Така медиалингвистиката става, от една страна, *нов ресурс* за подобряването на ефективността в речевите актове и речевото поведение на ПР-специалистите, както и на журналистите в медиите, а от друга се превръща в *надежден инструмент* за реализация на целите в разнообразните им дейности в различни сфери на обществения живот.

ЛИТЕРАТУРА

Добросклонская Т. Г. Медиалингвистика: вчера, сегодня, завтра // Актуальные проблемы современной медиалингвистики и медиакритики в России и за рубежом. Белгород: Белгород. гос. ун-т, 2014. С. 8–15.

Драганов М. Приносът на връзките с обществеността за утвърждаването на постмодерното отношение към конфликта // Пъблик рилейшънс и конфликти в демократичното общество / съст. Т. Петев, М. Златева. София: Софийск. държ. ун-т, 2000. С. 21–22.

Дуев М. Големият дигитален обрат. София: Изд-во на Нов бълг. ун-т, 2011.

Дускаева Л. Р. Лингвопраксиологическая доминанта в развитии современной российской медиалингвистики // Актуальные проблемы современной медиалингвистики и медиакритики в России и за рубежом. Белгород: Белгород. гос. ун-т, 2014. С. 17–22.

Златева М. Мостове към консенсуса: пъблик рилейшънс, журналистика и медиите: проблемни области и конфликтни зони. София: Изд-во на Универс. изд-во „Св. Кл. Охридски“, 2008.

Кастелс М. Информационната епоха: икономика, общество, култура. Т. 1. Възходът на мрежовото общество. София: ЛИК, 2004.

Кунчик М, Ципфел А. Въведение в науката за публицистика и комуникации. София: Фондация „Фридрих Еберт“, 1997.

Николов Е. Синейдетика: обща теория на комуникацията. Варна; София: Универс. изд-во „Св. Кл. Охридски“, 1999.

Aronoff C. Newspapermen and Practitioners Differ Widely on PR Role // Public Relations Journal. 1975. Vol. 31, Aug. P. 24–25.

Baerns, Barbara. Öffentlichkeitsarbeit oder Journalismus?: Zum Einfluß im Mediensystem. Köln: Verlag Wissenschaft und Politik, 1985.

Bentele G., Liebert T., Seeling S. Von der Determination zur Intereffikation: Ein integriertes Modell zum Verhältnis von Public Relations und Journalismus // Aktuelle Entstehung von Öffentlichkeit: Akteure — Strukturen — Veränderungen / Hrsg. G. Bentele, M. Haller. Konstanz: UVK, 1997. S. 223–250.

Burkart, Roland. Public Relations als Konfliktmanagement: Ein Konzept fuer verstaendigungsorientierte Oeffentlichkeitsarbeit. Wien: Braumüller, 1993.

Frank, Georg. Jenseits von Geld und Information: Zur Ökonomie der Aufmerksamkeit: Vortrag, gehalten bei der Jahresgang des Ausschusses fuer Oekonomik des Vereins fuer Sozialpolitik. München: Kopaed Verlagsgmbh, 1999. URL: http://www.lmz-bw.de/fileadmin/user_upload/Medienbildung_MCO/fileadmin/bibliothek/franck_aufmerksamkeit/franck_aufmerksamkeit.pdf.

- Frank, Georg.* Ökonomie der Aufmerksamkeit: Ein Entwurf. München: Carl Hanser Verlag, 1998.
- Ronneberger F., Ruehl M.* Theorie der Public Relations: Ein Entwurf. Opladen: Springer-Verlag, 1992.
- Russ-Mohl S.* PR und Journalismus in der Aufmerksamkeits-Oekonomie // Quo vadis Public Relations?: Auf dem Weg zum Kommunikationsmanagement: Bestandteile und Entwicklungen / Hrsg. J. Raupp, J. Klewes. Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften, 2004. S. 52–65.
- Russ-Mohl S.* Symbiose oder Konflikt: Öffentlichkeit und Journalismus // Medien und Journalismus. Bd 1 / Hrsg. O. Jarren. Opladen: Westdeutscher Verlag, 1994. S. 313–327.
- Westerbarkey J.* Journalismus und Öffentlichkeitsarbeit: Aspekte publizistischer Interdependenz und Interpretation // Publizistik. 1995. Jg. 40, No. 2. S. 152–162.

REFERENCES

- Aronoff C.* Newspapermen and Practitioners Differ Widely on PR Role // Public Relations Journal. 1975. Vol. 31, Aug. P. 24–25.
- Baerns, Barbara.* Öffentlichkeitsarbeit oder Journalismus?: Zum Einfluß im Mediensystem. Köln: Verlag Wissenschaft und Politik, 1985.
- Bentele G., Liebert T., Seeling S.* Von der Determination zur Intereffikation: Ein integriertes Modell zum Verhältnis von Public Relations und Journalismus // Aktuelle Entstehung von Öffentlichkeit: Akteure — Strukturen — Veränderungen / Hrsg. G. Bentele, M. Haller. Konstanz: UVK, 1997. S. 223–250.
- Burkart, Roland.* Public Relations als Konfliktmanagement: Ein Konzept fuer verstaendigungsorientierte Öffentlichkeitsarbeit. Wien: Braumüller, 1993.
- Castells M.* The rise of the network society: the information age: economy, society and culture [Vazhodat na mrezhovoto obshtestvo: informatsionnata epoha: ikonomika, obshtestvo, kultura]. V. 1. Sofia, 2004.
- Dobrosklonskaya T. G.* Media linguistics: yesterday, today and tomorrow [Medialingvistika: vchera, segodnya, zavtra] // Current problems of contemporary Media linguistics and Media criticism in Russia and abroad [Aktualnyye problemy sovremennoy medialingvistiki i mediakritiki v Rossii i za rubezhom]. Belgorod, 2014. P. 8–15.
- Doueih M.* The Great Digital Conversion [Golemiyat digitalen obrat]. Sofia, 2011.
- Draganov M.* PR contribution to the confirmation of the postmodern relation to the conflict [Prinosat na vrazkite s obshtestvenostta za utvarzhdavaneto na postmodernoto otnoshenie kam konflikta] // PR and conflicts in the democratic society [PR i konflikti v demokratichtoto obshtestvo] / ed. by T. Petev and M. Zlateva. Sofia, 2000. P. 21–22.
- Duskaeva L. R.* Lingvo-praxeological dominance in the development of Russian Media linguistics [Lingvopraxiologicheskaya dominantata v razvitiy sovremennoy rossiyskoy medialingvistiki] // Current problems of contemporary Media linguistics and Media criticism in Russia and abroad [Aktualnyye problemy sovremennoy medialingvistiki i mediakritiki v Rossii i za rubezhom]. Belgorod, 2014. P. 17–22.
- Frank, Georg.* Jenseits von Geld und Information: Zur Ökonomie der Aufmerksamkeit: Vortrag, gehalten bei der Jahressitzung des Ausschusses fuer Oekonomie des Vereins fuer Sozialpolitik. München: Kopaed Verlagsgmbh, 1999. URL: http://www.lmz-bw.de/fileadmin/user_upload/Medienbildung_MCO/fileadmin/bibliothek/franck_aufmerksamkeit/franck_aufmerksamkeit.pdf.
- Frank, Georg.* Ökonomie der Aufmerksamkeit: Ein Entwurf. München: Carl Hanser Verlag, 1998.
- Kunczik M., Zipfel A.* Introduction to science of publicisism and communication [Vavedenie v naukata za publitsistika i komunikatsiya]. Sofia, 1997.
- Nikolov E.* Syneydethics: General theory of communication [Sineydetika: obshta teoriya na komunikatsiyata]. Varna; Sofia, 1999.
- Ronneberger F., Ruehl M.* Theorie der Public Relations: Ein Entwurf. Opladen: Springer-Verlag, 1992.
- Russ-Mohl S.* PR und Journalismus in der Aufmerksamkeits-Oekonomie // Quo vadis Public Relations?: Auf dem Weg zum Kommunikationsmanagement: Bestandteile und Entwicklungen / Hrsg. J. Raupp, J. Klewes. Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften, 2004. S. 52–65.

Russ-Mohl S. Symbiose oder Konflikt: Oeffentlichkeit und Journalismus // Medien und Journalismus. Bd 1 / Hrsg. O. Jarren. Opladen: Westdeutscher Verlag, 1994. S. 313–327.

Westerbarkey J. Journalismus und Oeffentlichkeitsarbeit: Aspekte publizistischer Interdependenz und Interpretation // Publizistik. 1995. Jg. 40, No. 2. S. 152–162.

Zlateva M. Bridging the space to consensus: PR, Journalism and Media: problem fields and conflict zones [Mostove kam konsensusa: PR, zhurnalistika i medii: problemni oblasti i konfliktni zoni]. Sofia, 2008.

**ПОНЯТИЯ, КАТЕГОРИИ,
МЕТОДИКИ АНАЛИЗА В МЕДИАЛИНГВИСТИКЕ**
.....

УДК 811.161.1'42;
ББК 81.2-5;
ГРНТИ 16.01.11;
КОД ВАК 10.02.02

Л. П. Иванова
Киев, Украина

МЕДИАЛИНГВИСТИКА В ЛИНГВОИМАГО- ЛОГИЧЕСКОМ АСПЕКТЕ

Людмила Петровна Иванова, доктор филологических наук, профессор кафедры русского языка Национального педагогического университета им. М. П. Драгоманова.
01054, Украина, Киев, Тургеневская ул., 8/14.
E-mail: lupiv@mail.ru.

© Иванова Л. П., 2017

Постановка проблемы. Лингвоимагология — новое разрабатываемое нами направление лингвистики, имеющее целью анализ образа (имиджа) одного народа или страны в глазах другого народа. Лингвоимагология восходит к имагологии — сфере сравнительного литературоведения [Орехов 2006; Наливайко 1998 и др.], предусматривающей зеркальное отображение имиджа (отсюда термин) одного народа в глазах другого. Так, например, В. В. Орехов проанализировал образ Франции в сознании русских и России в видении французов [Орехов 2006].

Подчеркнем, что образ (имидж) — категория отнюдь не константная, он может меняться на протяжении даже небольшого промежутка времени: ср. восприятие Германии и немцев в России XVIII (Петровская эпоха), начала и середины XX в. (Первая и Вторая мировые войны) и XXI в. (наши дни).

В формировании образа той или иной страны и ее народа заметная роль принадлежит средствам массовой информации, в частности медиатекстам. Последние, с нашей точки зрения, включают в себя как письменные, так и устные; определенную роль играют паралингвистические средства: фотографии и шрифты в газетных и журнальных публикациях интонация, мимика, жесты, внешний вид в телепередачах. Исходя из этого журналисты, ведущие должны чувствовать свою ответственность за развитие отношений между странами как на современном этапе, так и в перспективе. «Конструируя аксиологическую реальность путем трансляции ценностных доминант, СМИ предлагают аудитории определенную ценностную модель, которая может выполнять не только объединительную, но и разъединительную функцию, осуществляя деструктивное влияние на ценностные ориентации общества» (перевод наш. — Л. И.) [Кузнецова 2010: 241].

Одним из источников ретроспективной информации и прогнозирования перспек-

тив взаимоотношений стран и народов является лингвоимагология. О необходимости спецкурса по лингвоимагологии в процессе подготовки современных журналистов мы уже писали; в качестве основной проблемы настоящей статьи обозначим роль лингвоимагологических данных в формировании объективного образа народа или страны с учетом ретроспективной и перспективной информации. Попутно подчеркнем, что лингвоимагология дает важный материал для адекватной межкультурной коммуникации, что дало нам основания считать наше направление краеугольным камнем последней, а также теории коммуникации.

Поскольку специфика медиалингвистики, ее основные проблемы достаточно хорошо известны, обратимся к специфике лингвоимагологии на фоне медиатекста.

Последний традиционно укладывается в рамки публицистического стиля, для которого характерно, прежде всего, сочетание информативной и воздействующей функций языка, именно они определяют организацию языковых средств стиля [Солганик 2003: 312–313].

Анализ материала. Материалом для лингвоимагологического анализа являются путевые заметки, письма, дневники, реже журнальные статьи и художественные тексты. Обычно они пишутся для себя или для единомышленников, т. е. никого ни в чем убеждать не нужно, сообщается лишь нечто интересное с точки зрения автора. Таким образом, преобладает информационная функция, экспрессивная проявляется спорадически.

В выборе важного, интересного репрезентируется оценка автора, оформляемая различными языковыми средствами (отсюда — лингвоимагология), что описывается в процессе лингвоимагологического анализа. Таким образом, оценка сугубо индивидуальна (к данному положению мы вернемся несколько ниже). Г. Я. Солганик отмечает: «В отличие от художественной литературы автор публицистического текста — конкретная личность, подлинный, реальный, „частный“ человек. Отсюда документальность, эмоциональность, субъективность публицистической речи. Другая сторона личности автора публицистического текста — человек социальный, что обуславливает социально-политический, социально-оценочный подход к явлениям действительности... Взаимодействие двух сторон категории автора публицистического произведения (человек частный — человек социальный) определяет широкий спектр публицистических произведений» [Там же: 314]. В текстах, подвергающихся лингвоимагологическому анализу, социальная оценка либо отсутствует, либо она приглушена.

Закономерно может возникнуть вопрос: как на основании индивидуального мировидения можно говорить об имидже страны или народа в глазах другого народа? Отправной точкой наших размышлений явилась концепция В. М. Солнцева о соотношении инварианта и варианта [Солнцев 1972]. Инвариант — это народное восприятие, народная оценка, вариант — видение выдающимся представителем данного народа, воплотившим в силу свой одаренности и даже гениальности лучшие и главные черты своего народа и своей культуры. Именно поэтому материалом для нашего анализа послужили тексты А. С. Пушкина, Н. В. Гоголя, Н. М. Карамзина, Д. И. Фонвизина, Е. Р. Дашковой, Н. С. Гумилева и др. Подчеркнем, что, по нашим наблюдениям, оценка характеризует не столько оцениваемое, сколько оценивающего. Толчком к выявлению данной закономерности послужил следующий факт. Во время экскурсии по Арабским Эмиратам гид рассказывает: бедуины ничего не забывают. Они ненавидят англичан (понятно, англичане были колонизаторами; здесь и далее в скобках привожу свои суждения), арабов (тоже логично, они пришли на земли бедуинов), русских (а нас за что?)

ведь ни географически, ни исторически мы не связаны!). Гид поясняет: в XIX в. был заключен Кучук-Кайсацкий мир, как-то затронувший интересы бедуинов. Мой вывод: если народ ненавидит столько народов, не лучше ли поискать причину ненависти в себе? Почти по И. А. Крылову: «Чем кумушек считать трудиться, не лучше ль на себя, кума, оборотиться?» Следовательно, в лингвоимагологическом тексте эмоциональная и рациональная оценки как два основных вида [Баженова 2003: 140] тесно переплетаются и не всегда их можно разграничить, поэтому будем опираться на обобщенную оценку — «хорошо / плохо», а точнее «нравится / не нравится» [Арутюнова 1999; Вольф 2006].

Лингвоимагологический анализ, как правило, проводится в двух основных аспектах: видение разными писателями одной страны или народа (например, Франции и французов) либо восприятие одним писателем нескольких стран и народов (например, Европы и Африки Н. С. Гумилевым).

Обратимся к образу Англии и англичан в восприятии русских XIX в. Такой выбор обусловлен двумя основными факторами: 1) в последнее время Англия и англоязычная Америка занимают большое место в медиатекстах, что связано с рядом экстралингвистических факторов; 2) английский язык, став языком международного общения, активно изучается в учебных заведениях различного уровня, он является символом престижности и респектабельности. С опорой на мысль В. фон Гумбольдта об отражении в языке духа и мировоззрения народа [Гумбольдт 2008: 41–42] смеем утверждать, что с освоением английского языка в сознание вносятся ценности и фрагменты мировоззрения англичан и американцев. Поэтому важно проследить, как формировалось восприятие и оценка Англии и англичан в русском языковом сознании XVIII–XIX вв. Данный период — золотой век русской литературы. Прежде всего труды литераторов легли в основу нашего анализа, и таким образом мы избежим сиюминутности медиапродуктов. Результаты наших исследований позволяют более адекватно оценить взаимоотношения народов России и Англии и помогут избежать как низкопоклонства, так и превосходства одних по отношению к другим. Т. В. Кузнецова высказывает парадоксальную мысль: «Воспринимаемая позитивно оценочную информацию про „чужих“, реципиент подсознательно сравнивает ее с реалиями „своего“ социокультурного пространства, вследствие чего актуализируются негативные смыслы и появляется парадоксальная оценка всего материала» (перевод наш. — Л. И.) [Кузнецова 2010: 248]. В целом же, по мнению автора, «современный медиапростор как система ценностной информации отличается аксиологической несбалансированностью — смещением аксиологических векторов в негативную плоскость, что обусловлено прежде всего спецификой политико-экономической и социокультурной сферы общественной жизни... Глобализационные процессы и культурно-мировоззренческая концепция постмодернизма, способствуя тиражированию низкопробной массовой культуры, приводят к нивелированию национально-культурных доминант, абсолютизации гедонистических ценностей, трансформации традиционных стереотипов» [Там же: 241].

На протяжении длительного времени нашу страну и Англию связывали разнообразные отношения. В проанализированных текстах об Англии и англичанах первой писала Е. Р. Дашкова — сподвижница Екатерины II, Президент Российской академии.

Дашкова посетила Шотландию и Ирландию. Она демонстрирует прекрасное знание истории. Так, об Эдинбурге путешественница замечает (мы опираемся на репринтное издание, сохранившее графику, орфографию и пунктуацию XVIII в., в целях упрощения

работы с текстом адаптируем его к современным нормам): «В Эдинбурге я наняла себе квартиру в доме Голигод, в древнем дворце шотландских королей; здесь я часто вспоминала историю легкомысленной и несчастной Марии Стюарт; печальная судьба ее напечатлевается на каждом окружающем предмете» [Россия... 1990: 137].

Русская путешественница делает весьма благожелательное обобщение относительно ирландского характера: «Вечера наши всегда проходили в умном и благовоспитанном обществе, одушевленном свободой манеры, свойственной ирландскому характеру» [Там же: 140]. Представления ирландцев о русских ею мягко высмеиваются: «Ее желание было законом для меня, я составила арию в четыре голоса; после двухнедельного приготовления она была пропета в присутствии многочисленного собрания, которое с любопытством пришло послушать, на что способна русская медведица в музыкальном искусстве» [Там же: 141]. Асимметрия взаимных оценок передана автором заметок с блестящей иронией.

Характеризуя образ правителей Ирландии, Дашкова использует совершенно неожиданный образ, свидетельствующий о ее познаниях в естественных науках: «Какой чудной страной была бы Ирландия, если б правители ее не были слишком дальновидны, когда надо рассмотреть богатства, лежащие у них под носом и слишком близоруки, когда дело идет о том, что лежит от них подальше... За всем тем Англия так богата оптиками, что кто-нибудь верно изобретет средство против дальновидности и близорукости, и тогда все будет хорошо» [Там же: 346]. Следовательно, благополучие Ирландии Е. Р. Дашкова видит под покровом Англии.

Отдал дань Англии в своих путевых заметках и Н. М. Карамзин. Восприятие Англии в интерпретации Карамзина противоречивое, что проявляется в микротексте, построенном на антитезах и оформленном параллельными сложными синтаксическими конструкциями: «Мне (русскому путешественнику. — Л. И.) нравится Англия, но я не хотел бы провести здесь всю мою жизнь. Мне нравится вид ее великолепных городов и веселых деревень, ее парки и лужайки; но мне не нравится ее унылый климат, ее вечные туманы, заволакивающие солнце. Мне нравится твердый характер англичан и даже их странности, но мне не нравится, что они угрюмы и флегматичны. Мне нравится их просвещенность и безукоризненная честность в делах; но мне не нравится ни их расчетливая скупость, желающая разорения всех других народов, ни их презрение к бедности, что возмущает мое сердце. Мне нравится, что они горды своей конституцией, но не нравится, что они торгуют местами в парламенте. Мне нравится крылатое красноречие Шеридана и Фокса, но не нравится ни их холодное действие, ни однообразная интонация их фраз. Мне нравятся трагедии Шекспира, но мне не нравится, как безвкусно их играют в Лондоне. Нравится мне также английская кухня, но вовсе не нравятся необычайно длинные трапезы, во время которых изрядно пьют и мало забавляются, и, наконец, я больше люблю англичанок, чем англичан, потому что они в большинстве своем хорошо воспитаны, романтичны и чувствительны, что вполне отвечает моему вкусу. Я и в другой раз приехал бы с удовольствием в Англию, но выеду из нее без сожаления» [Карамзин 1984: 98]. В этом ярком отрывке мы отчетливо слышим всю противоречивость отношения писателя к Англии, англичанам и их характеру. В оценке англичанок Н. М. Карамзину вторит Н. С. Гумилев: «И нежные задумчивые леди» [Гумилев 1990: 158]. Об англичанине Карамзин судит сурово, сопоставляя его с французом: «...смешной каламбур радует его (француза. — Л. И.) не меньше, чем скупого англичанина — открытие нового острова, ибо англичанин рассматривает весь свет и всех людей как объект спекуляции на лондонской бирже» [Там же : 97].

Характеристика *скупой* однозначно негативная, но автор аргументирует ее с позиций геополитики.

Н. М. Карамзин высоко ценит патриотизм англичан и негативно отзываясь о звучании английского языка: «Язык важен для патриота; и я люблю англичан за то, что они лучше хотят свистать и шипеть по-английски с самыми нежными любовницами своими, нежели говорить чуждым языком, известным почти всякому из них» [Там же: 229]. В данном случае англичане противопоставляются русским дворянам, практически полностью перешедшим в быту на французский язык.

Таким образом, восприятие Англии Карамзиным амбивалентно: что-то нравится, что-то нет, но отрицательные характеристики не голословны, а, как правило, аргументируются.

Следующий автор, к наблюдениям которого обращаемся, — великий Пушкин. Если Е. Р. Дашкова и Н. М. Карамзин бывали в Англии и опирались в основном на собственные впечатления, то с А. С. Пушкиным ситуация иная. По политическим причинам он ни разу не выезжал за границу, поэтому оценки поэта базируются прежде всего на английских публицистических и литературных источниках. Обратимся к видению Пушкиным Англии и англичан, зафиксированному в его эпистолярной и публицистике.

Англия для русского поэта — место производства и торговли продукцией легкой промышленности: «...торгует Лондон щепетильный» («Евгений Онегин»), однако положение рабочих вызывает горячее сочувствие и одновременно возмущение: «Прочтите жалобы английских фабричных работников: волосы встанут дыбом от ужаса. Сколько отвратительных истязаний, непонятных мучений! Какое холодное варварство с одной стороны, с другой какая страшная бедность! Вы подумаете, что дело идет о строении фараоновых пирамид, о евреях, работающих под бичами египтян. Совсем нет: дело идет о сукнах г-на Смита или об иголках г-на Джаксона. И заметьте, что все это есть не злоупотребления, не преступления, но происходит в строгих пределах закона. Кажется, что нет в мире несчастнее английского работника, но посмотрите, что делается там при изобретении новой машины, избавляющей вдруг от каторжной работы тысяч 5 или 6 народу и лишавшей их последнего средства к пропитанию» [Пушкин 1962: 395].

Микротекст распадается на три части. Первая — эмоциональная оценка положения английских рабочих: фразеологизм *волосы встанут дыбом от ужаса* и его конкретизация в синонимическом ряду *истязания, мучения, варварство* с определениями *отвратительное, страшная, холодное*. Данный фактор соотносится с прецедентным символом жестокого подневольного труда — постройкой пирамид.

Вторая часть — возмущение по поводу обычности и даже узаконенности такого рабского труда, что проявляется, во-первых, в обобщенных номинациях промышленной продукции *сукна, иголки*; во-вторых, в самых распространенных английских фамилиях *Смит и Джаксон*. Интересно синтаксическое оформление: первое предложение с бессоюзной связью и обобщающим словом *нет*, второе предложение — присоединительная конструкция с союзом *и* и однородными членами предложения *злоупотребления, преступления*, затем противительный союз *но*, утверждающий законность происходящего.

Третья часть — горькое удивление по поводу создающегося противоречия: машины, призванные избавить от «каторжной» работы, «лишают 5 или 6 тысяч народа последнего средства к пропитанию» (об одежде, духовной пище и т. п. речь даже не идет).

А. С. Пушкин уделил много внимания как английской литературе в целом, так и творчеству наиболее ярких ее представителей — В. Шекспиру, Дж. Мильтону, В. Скотту, Дж. Г. Бай-

рону. Английский язык и культура широко представлены в главном произведении Пушкина — романе «Евгений Онегин» — «энциклопедии русской жизни» (В. Г. Белинский). Так, Англия в романе репрезентируется 9 именами: Байрон, Бентам, Гиббон, Прадт, Ричардсон, Сей, Скотт, Смит, Шекспир. Варваризмы и заимствования из английского языка выполняют следующие функции: цитаты и аллюзии, реалии быта, настроение, прецедентные имена и прецедентные тексты. Из-за ограниченности объема представить данный интереснейший материал не представляется возможным [Иванова 2006].

Обратимся к образу Англии и англичан в творческом восприятии Н. В. Гоголя.

Англию русский писатель воспринимает прежде всего сквозь призму архитектуры: «В Англии все новые церкви строят в готическом вкусе. Они очень милы, очень приятны для глаз, но, увы, истинного величия, дышащего в великих зданиях старины, в них нет. Они, несмотря на стрельчатые окна и шпицы, не сохраняют в целом готического вкуса и уклонились от образцов» [Гоголь 1950: 49–50].

Поясним, что английская архитектура рассматривается на фоне древней египетской, аравийской [Иванова 2015], поэтому она, естественно, выглядит молодой. В целом английская готика оценивается Гоголем отрицательно, хотя новые церкви *приятны для глаз, милы*. Самой лексикой подчеркивается его утверждение об отсутствии истинного величия. Это противопоставление выражено с помощью противительной конструкции и междометия *увы*.

Как и А. С. Пушкин, Н. В. Гоголь высоко оценивает творчество В. Скотта, Д. Г. Байрона, В. Шекспира.

Выводы. Таким образом, наши соотечественники в XVIII — XIX вв. обращали внимание на особенности составных частей Англии (Ирландия у Е. Р. Дашковой), на характер ее жителей, их обычаи и привычки, климат, на проблемы и противоречия в развитии промышленности, на архитектуру.

Все проанализированные нами тексты свидетельствуют о внимательном, не без критики, но всегда доброжелательном отношении русских писателей к другим народам и странам. В приведенных оценках нет умильного любования, но нет и критиканства. Всякая отрицательная оценка, как правило, аргументируется.

Таким образом, информация, извлеченная из лингвоимагологического анализа, должна служить надежным базисом для современных медиатекстов, призванных формировать общественное мнение, в частности, относительно Англии и англичан.

ЛИТЕРАТУРА

- Арутюнова Н. Д. Язык и мир человека. 2-е изд., испр. М.: Языки рус. культуры, 1999.
- Баженова Е. А. Категория оценки // Стилистический энциклопедический словарь русского языка / под ред. М. Н. Кожинной. М.: Флинта, Наука, 2003. С. 139–146.
- Вольф Е. М. Функциональная семантика оценки. 3-е изд., стереотип. М.: КомКнига, 2006.
- Гоголь Н. В. Собрание сочинений: в 6 т. Т. 6. Избранные статьи и письма. М.: Гос. изд-во худож. лит., 1950.
- Гумбольдт В. фон. О различии строения языков и его влияния на духовное развитие человеческого рода // Хрестоматия по общему языкознанию / сост. Л. П. Иванова. Киев: Освита Украины, 2008. С. 41–52.
- Гумилев Н. С. Стихи. Письма о русской поэзии. М.: Худож. лит., 1990.
- Иванова Л. П. Отображение языковой картины мира автора в художественном тексте: на матер. романа А. С. Пушкина «Евгений Онегин»: учеб. пособие к спецкурсу. 2-е изд., доп. Киев: Освита Украины, 2006.

Иванова Л. П. Синтез науки — архитектуры — религии как предмет лингвоимаглогического описания: на матер. публицистики Н. В. Гоголя // Мир русского слова: науч.-метод. иллюстрир. журн. 2015. № 1. С. 52–56.

Карамзин Н. М. Сочинения: в 2 т. Т. 2. Критика. Публицистика. Главы из «Истории государства Российского» / сост. Г. П. Макогоненко; коммент. Г. П. Макогоненко. Л.: Худож. лит., 1984.

Кузнецова Т. В. Аксиологічні моделі мас-медійної інформації. Суми: Університет. книга, 2010.

Наливайко Д. С. Очима заходу: рецепція України в Західній Європі XI–XVIII ст. Київ: Основи, 1998.

Орехов В. В. Русская литература и национальный имидж: имаголог. дискурс в рус.-фр. диалог. Симферополь: Антикава А, 2006.

Пушкин А. С. Собрание сочинений: в 10 т. Т. 6. Критика и публицистика. М.: Гос. изд-во худож. лит., 1962.

Россия XVIII столетия в изданиях Вольной русской типографии А. И. Герцена и Н. П. Огарева: записки княгини Е. Р. Дашковой: репринтное воспроизведение. М.: Наука, 1990.

Солганик Г. Я. Публицистический стиль // Стилистический энциклопедический словарь русского языка / под ред. М. Н. Кожиной. М.: Флинта, Наука, 2003. С. 312–315.

Солнцев В. М. Абстракции и проблема абстрактных сущностей в лингвистике // Энгельс и языкознание: сб. статей. М.: Наука, 1972. С. 81–106.

REFERENCES

Arutyunova N. D. Language and a Human's world [Yazyik i mir cheloveka]. 2nd ed., cor. Moscow, 1999.

Bazhenova E. A. The Category of Evaluation [Kategoriya otsenki] // Encyclopedic Dictionary of Stylistics of the Russian language [Stilisticheskiy entsiklopedicheskiy slovar russkogo yazyika / pod red. M. N. Kozhinoy]. Moscow, 2003. P.139–146.

Gogol N. V. Collected Works: in 6 vol. Vol. 6. Selected articles and letters [Sobranie sochinenij: v 6 t. T. 6. Izbrannyje statji i pisma]. Moscow, 1950.

Gumilev N. S. Poetry: letters of Russian poetry [Stihi: pisma o russkoj poezii]. Moscow, 1990.

Humboldt W. von. The Heterogeneity of Language and its Influence on the Intellectual Development of Mankind [O razlichii stroeniya yazyikov i ego vliyaniy na duhovnoe razvitie chelovecheskogo roda] // Reader on general linguistics [Hrestomatiya po obschemu yazykoznaniiyu / sost. L. P. Ivanova]. Kiev, 2008. P. 41–52.

Ivanova L. P. Display of the linguistic worldview of the author in a literary text: based on the novel by Alexander Pushkin “Eugene Onegin” [Otobrazhenije yazykovoj kartiny mira avtora v hudozhestvennom tekste: na mater. romana A. S. Pushkina “Evgenij Onegin”]: textbook for the course. 2nd ed. Kiev, 2006.

Ivanova L. P. Synthesis of science — architecture — religion as a subject lingvoimagological descriptions: on the material of N. Gogol's publicist works [Sintez nauki — arhitektury — religii kak predmet lingvoimagologicheskogo opisaniya: na materiale publitsistiki N.V.Gogolya] // World of Russian word [Mir russkogo slova]. 2015. No. 1. P. 52–56.

Karamzin N. M. Works: in 2 vol. Vol. 2. Criticism. Journalism. Chapters from “History of the Russian State” [Sochineniya: v 2 t. T. 2. Kritika. Publitsistika. Glavy iz «Istorii gosudarstva Rossiyskogo» / sost. G. P. Makogonenko; komment. G. P. Makogonenko]. Leningrad, 1984.

Kuznetsova T. V. Axiological models of mass media information [Aksiologichni modeli mas-medijnoj informatsii]. Sumi, 2010.

Nalyvayko D. S. By the eyes of the West: reception of Ukraine by Western Europe in XI–XVIII centuries [Ochima zahodu: retseptsiya Ukraini v Zahidnyy Evropi XI–XVIII st.]. Kiev, 1998.

Orekhov V. V. Russian literature and national image: imagological discourse in Russian-French dialogue [Russkaya literatura i natsionalnyiy imidzh: imaolog. diskurs v rus.-fr. dialoge]. Simferopol, 2006.

Pushkin A. S. Collected Works: in 10 vol. Vol. 6. Criticism and journalism [Sobranije sochinenij: v 10 t. T. 6. Kritika i publicistika]. Moscow, 1962.

Russia in XVIII century in editions of the A. I. Herzen's and N. P. Ogarev's Free Russian Printing: the Memoirs of Princess E. Dashkova [Russija XVIII stoletija v izdanijah Volnoj Russkoj tipografii A. I. Herzena and N. P. Ogareva: zapiski knyagini E. Dashkovej]: reprinted ed. Moscow, 1990.

Solganik G. Y. Journalistic style [Publitsisticheskiy stil] // Stylistic Encyclopedic Dictionary of the Russian language [Stilisticheskiy entsiklopedicheskiy slovar russkogo yazyika / pod red. M. N. Kozhinoy]. Moscow, 2003.

Solntsev V. M. Abstractions and the problem of abstract entities in linguistics [Abstraktsii i problema abstraknyih suschnostey v lingvistike] // Engels and linguistics [Engels i yazykoznanie: sb. statey]. Moscow, 1972. P.81–106.

Wolf E. M. Functional semantics of evaluation [Funksionalnaya semantika otsenki]. 3rd ed., stereotyp. Moscow, 2006.

УДК 81'42;
ББК 81.2-3;
ГРНТИ 16.21.33;
КОД ВАК 10.02.20

А. С. Макарова
Москва, Россия

РОЛЬ КРЫЛАТЫХ ВЫРАЖЕНИЙ- ГАЛЛИЦИЗМОВ В ПОСТРОЕНИИ ПУБЛИЦИСТИЧЕСКИХ ТЕКСТОВ

Александра Стефановна Макарова, кандидат филологических наук, старший преподаватель кафедры иностранных языков богословского факультета Православного Свято-Тихоновского гуманитарного университета.
115184, Москва, Новокузнецкая ул., 23Б.
E-mail: aleste_63@mail.ru.

Постановка проблемы. Изучению публицистического стиля, его особенностей и характерных черт посвящены труды многих видных ученых (М. М. Бахтин, Т. Г. Добросклонская, П. П. Каминский, В. Г. Костомаров, Н. Д. Бурвикова, Г. Я. Солганик, Л. В. Рацибурская, D. Weiss и др.). Но сегодня язык средств массовой коммуникации является одним из наиболее перспективных направлений для исследования, так как «этого требует не только всевозрастающая прагматическая и информационная значимость средств массовой информации, но и собственно лингвистическая ценность языка массмедиа — языка, насыщенного повышенной экспрессивностью» [Мокиенко 2016: 7]. Не последнюю роль в создании особой экспрессии и образности языка СМИ играют различные фразеоресурсы: паремии, крылатые выражения (КВ), цитаты, текстовые реминисценции и другие клишированные формы. Поэтому рассмотрение закономерностей использования КВ как части фразеологического фонда языка именно в СМИ способствует более полной характеристике особенностей развития массовой коммуникации в современную эпоху.

Публицистика конца XX в. — начала XXI в. переживает период стремительного развития. «Языковой вкус» (термин В. Г. Костомарова) современной эпохи отличается стремлением к выразительности и экспрессии, смешением стилевых уровней, использованием старых текстов во вновь создаваемых и пр. Всё это подталкивает журналистов вводить в контекст различные фразеологические средства и является проявлением интертекстуальности, под которой в широком смысле понимается использование компонента содержательной структуры одного текста в процессе создания нового. Однако, как показывают исследования, коммуниканты сегодня не довольствуются лишь готовыми образцами, они трансформируют их в рамках прагматической установки

высказывания. Различные устойчивые обороты вступают в межтекстовые связи, где подвергаются интертекстовой деривации. В результате на страницах периодической печати появляются трансформированные КВ (КВ- трансформы), выполняющие особую роль в языковой репрезентации общественной жизни. Нельзя не согласиться с мнением Н. Н. Семененко, что «современный публицистический дискурс... является чрезвычайно продуктивной областью для выявления актуальных в современном... языке механизмов смыслообразования, что обусловлено как значимостью общественно-политической составляющей массмедиа в информативном пространстве современного человека, так и спецификой публицистического и интернет-дискурсов» [Семененко 2016: 67].

Потенциал крылатологии проявляется в текстах, относящихся к различным функционально-стилистическим группам. Публицистика обладает большим разнообразием речевых средств, которые характеризуются яркой экспрессивностью и имеют, как правило, оценочный характер. А выбор языковых средств журналистикой объясняется ее способностью отразить состояние языка в определенный исторический период. Например, «в периодике России и Франции отчетливо прослеживается тенденция к расширению области функционирования не только КВ-инвариантов, но и их трансформов» [Макарова 2016: 9], что объясняется реализацией информативно-воздействующей функции КВ, характерной для публицистических текстов. Передачу информации КВ осуществляют экономными средствами, ярко, выразительно, а «обращение к интертекстуальным единицам подчёркивает стремление журналистов к интеллектуализации текстов» [Саютина 2012: 11]. Кроме того, КВ способствуют раскрытию авторского замысла и авторского «я», привлекают и / или активизируют внимание читателя, выделяют главную мысль, подчеркивают разные детали, создают комический эффект и т. д.

КВ в публицистике выполняют разнообразные функции, связанные непосредственно с функциями самой публицистики. Они воздействуют на читателя, оказывают влияние на эмоциональную сферу психики и поведение получателя информации, стимулируют прочтение материала, включают прогнозирующие механизмы, дают необходимое для данного издания толкование и оценку, создают настроение, формируют положительное или отрицательное отношение к определенным лицам, группам, событиям и пр. В публицистике КВ выполняют прежде всего прагматические функции, которые придают фразеологизмам, но наибольший прагматический эффект достигается в случае окказиональных трансформаций.

Исходя из принципа отбора и функционирования сверхсловных единиц, в том числе и КВ, язык публицистики представляет собой постоянный источник развития, чем вызывает несомненный интерес у исследователей. В. В. Федоров отмечает, что одним из существенных признаков публицистического дискурса является социально-оценочный характер используемых языковых единиц. Таким образом, все устойчивые обороты можно подразделить на актуально и потенциально оценочные, определяя категорию оценки как часть фразеологического значения, способную выражать оценку обозначаемого предмета или понятия. Отбор языковых средств в языке публицистики, совмещающих в себе функции номинации и оценки, обусловлен необходимостью воздействия на аудиторию и периодичностью осуществления коммуникации, ее оперативностью. Публицистический текст рассчитан на массовое воздействие и коммуникацию, что и определяет его социально-оценочный характер [Фёдоров 1998].

История вопроса. «Называя объекты крылатологии крылатыми единицами и деля их на однословные (крылатые слова, доля которых в общем фонде крылатых

единиц национальных языков равна примерно 10 %) и сверхсловные (крылатые выражения), мы обращаем особое внимание на КВ, которые в коммуникативном пространстве ведут себя как самостоятельные предложения» [Шулежкова, Макарова 2016: 67]. Формирование корпуса КВ, являющегося составной частью фразеологического фонда, рассматривается как период развития национальной и интернациональной культуры. Пути его формирования сложны, неоднозначны и проявляются в различных формах взаимодействия внутриязыковых тенденций и иноязычного влияния. Развитие крылатологии не сводится к процессу заимствования, но оно немыслимо и невозможно вне или без взаимодействия и взаимовлияния культур. Единицы французского происхождения занимают в интернациональном фонде КВ не последнее место: они широко используются во всех ведущих языках Европы. В России КВ-галлицизмы обычно выступают в русском переводе, что зафиксировано лексикографической практикой: *Гвардия умирает, но не сдаётся; Аппетит приходит во время еды; Труден только первый шаг; Один за всех и все за одного; делить шкуру неубитого медведя; Точность — вежливость королей; Положение обязывает; Игра не стоит свеч; Если бы Бога не существовало, Его следовало бы выдумать; Лучшее — враг хорошего; Мир хижинам, война дворцам! Свобода, равенство, братство!* и пр.

Ю. А. Гвоздарёв, анализируя пути проникновения иноязычных устойчивых оборотов в русский язык из европейских языков, подчеркивает, что «некалькированные иноязычные фразеологические единицы могут регулярно употребляться в русской речи и даже служить словообразовательной базой в русском языке, что способствует их закреплению во фразеологии» [Гвоздарёв 2010: 169]. Так, приводя в пример французскую фразеологическую единицу (ФЕ) с *est la vie*, учёный говорит о возникновении слова *селявизм*, от выражения *comme il faut* — слов *комильфотный, комильфотность*; от *dance macabre* образовалось целое гнездо: *макабрский танец, макабрская пляска, макабрский, макабры, макаберный* [Там же]. Однако необходимо помнить, что в русском языке одновременно употребляются трансфонационные формы КВ *шерше ля фам*, а также *селяви* и *комильфо*.

Многие КВ обладают содержанием, выходящим за пределы их плана выражения (не имеют свободных фраз-прототипов), используются в коммуникативных целях (для передачи информации), имеют определенные свойства и связаны между собой определенными отношениями (составляют корпус категориально однородных единиц), зависят в смысловом отношении от ситуации своего употребления (способны изменять свое значение в зависимости от контекста), воспроизводятся в речи, а не производятся каждый раз заново и т. д. Такие КВ обладают свойствами языковых знаков и входят в состав номинативных (строевых) единиц языка.

В лингвистике выделяют экстралингвистические и внутрилингвистические причины появления КВ. Последние, по мнению С. Г. Шулежковой, играют гораздо более существенную роль [Шулежкова 2002]. К ним можно отнести следующие: стремление к обобщению; необходимость более экспрессивно обозначить известные явления, сжато передать информацию и пр. По причине сильного отличия источников происхождения КВ, формы их существования в языке и речи, временных, социальных, политических и других факторов невозможно признать пути формирования данных языковых единиц универсальными. Пути проникновения КВ в язык или речь схожи с теми, которые в свое время предложил А. А. Потебня, описывая возникновение пословиц и поговорок из басни. С. Г. Шулежкова, ссылаясь на ученого, предлагает следующие:

1) оборот может быть детерминирован текстом и лексически, и семантически, т. е. крылатой становится цитата или название произведения, в котором развивается новое значение на основании исходного, связанного с содержанием текста (цитаты из Библии, басен, многих художественных текстов);

2) КВ лексически и структурно оформляется вне текста, хотя заложенный в нем образ и закрепляющееся в языковом узусе значение — результат «сжатия», «сгущения» содержания произведения;

3) крылатыми становится нравоучительная часть произведения, фрагмент поучения, проповеди, морально-этических установок, принадлежащих автору или приписываемых персонажам произведения-источника [Там же: 236].

Следует помнить, что корпус КВ непостоянен. Изменение общественных отношений, социальных условий, переориентация моральных ценностей, исчезновение каких-либо понятий и возникновение новых обуславливают подвижность состава КВ: одни из них устаревают и уходят из употребления, другие приобретают дополнительные значения, рождаются новые КВ, иногда в языке функционируют как инвариант, так и его трансформ (ср.: *Игра не стоит свеч. Игра стоит свеч*), который со временем может вытеснить первый (ср.: *Государство — это ты! Государство — это я!*).

Методологическая база. В отечественной лингвистике объектом исследования крылатологии являются крылатые единицы (КЕ; в их число входят КВ и КС — крылатые слова), которые до сих пор остаются на периферии фразеологической системы, так как среди фразеологов нет единого мнения об объеме фразеологии, ими по-разному решается вопрос о включении во фразеологический фонд языков или исключении из него разных языковых единиц. Нужно сказать, что споры по поводу того, является то или иное КВ фразеологизмом, отражают взгляды различных фразеологических школ, и объект исследования этими школами трактуется неодинаково. Анализ работ, посвященных фразеологической тематике, показывает, что сегодня ученые придерживаются широкого или узкого понимания фразеологии. С позиции узкого понимания фразеологии к ней относятся, по мнению С. И. Ожегова, «устойчивые словесные сочетания» и «фразеологические единицы языка», которые наряду с отдельными словами являются языковым материалом для построения предложений. Сторонники узкого понимания фразеологии (Н. Н. Амосова, А. М. Бабкин, В. П. Жуков, А. И. Молотков и др.) полноправным фразеологизмом считают КВ с общим переносным, метафорическим значением: *панургово стадо, синяя птица* и пр. Их оппоненты, сторонники широкого взгляда на фразеологию (В. Л. Архангельский, С. Г. Гаврин, А. М. Григораш, Л. П. Дядечко, А. Г. Назарян, Л. И. Ройзензон, В. Н. Телия, Н. М. Шанский, С. Г. Шулежкова и др.) склонны считать объектом фразеологического изучения любого рода устойчивые словесные комплексы (термин Л. И. Ройзензона). В связи с данной проблемой В. Н. Телия писала: «Фразеология в соответствии с различием фразеологизмов-идиом, фразеологических сочетаний и устойчивых фраз (поговорок, крылатых слов и других фразеологизмов-предложений) многими исследователями делится на фразеологию в узком смысле, исследующую фразеологизмы-идиомы и фразеологические сочетания, прежде всего связанные значения слов, и через них смыкающуюся с лексикологией, и на фразеологию в широком смысле, изучающую и устойчивые фразы разных структурных типов, обладающие различными семиотическими функциями (единицы фольклора, фрагменты художественных текстов, формулы приветствия и т. п.)» [Телия 1998: 560].

С. Г. Шулежкова подчеркивает, что главное отличие КВ от безымянной ФЕ состоит лишь в его связях с источником. Таким образом, данный подход к обозначенной про-

блеме позволяет назвать объектом нашего исследования все КВ, «ибо отличие крылатого выражения от безымянного фразеологизма при прочих совпадающих признаках состоит лишь в его связях с источником» [Шулежкова 2002: 20]. Более того, в 1975 г. С. Г. Шулежкова в соавторстве с О. Г. Сальниковой высказалась вполне определенно, назвав КВ одним из «самых богатых и выразительных пластов национальной фразеологии» [Сальникова, Шулежкова 1975]. В нашем исследовании термин фразеологизм или фразеологическая единица трактуется широко, т. е. он может быть использован для обозначения устойчивых сочетаний и предложений: пословиц и поговорок, КВ, речевых формул и пр.

Проведенный анализ базируется на объемном эмпирическом материале, взятом из медийных интернет-ресурсов. В отобранных контекстах дана характеристика функционального потенциала КВ-галлицизмов, который является одним из приоритетных направлений изучения «поведения» фразеосредств языка в дискурсе. Особое внимание уделено текстообразующей функции КВ на примере французской публицистики, и детально проанализированы комплексные приемы трансформации КВ.

Анализ материала. 1. Функции крылатых выражений-галлицизмов в публицистике. В исследовании мы опираемся на классификацию функций КВ, предложенную С. Г. Шулежковой. Проиллюстрируем данную типологию примерами из российского и французского публицистического дискурса. Итак, КВ могут выполнять в языке и речи:

1) характеризующую функцию, концентрированно выражая жизненную установку говорящего или того лица, о котором идет речь:

Пока же «Верофарм» выступает как дойная королева (РБК Daily. 2007. 30 июля);

...considérer son activité de romancier *comme une tour d'ivoire* [как башня из слоновой кости] (Le Point. 2011. 31 march);

2) аргументирующую функцию, в которой КВ приводится как аргумент развиваемой автором мысли, при этом служит ее подтверждением, а автор апеллирует к общепризнанному авторитету:

Король Испании Хуан Карлос, оправдывающий поговорку «Точность — вежливость королей», прибыл в Мадридский дворец Эль Пардо тютелька в тютельку (Комс. правда. 2006. 9 февр.);

«Tout le monde se plaint de sa mémoire, et personne ne se plaint de son jugement», disait La Rochefoucauld [Все жалуются на свою память, но никто не жалуется на свой разум] (Le Point. 2007. 11 oct.);

3) юмористическую функцию как «повод» и / или средство для словесной игры, которая позволяет рассмешить собеседника или читателя, вызвать комический эффект, с юмором оценить что-либо, кого-либо или какую-либо ситуацию:

Шершут, понимаете ли, ля фаммов (то бишь ищут женщин века напролёт) — и на тебе: верность им подавай (Комс. правда. 2004. 19 ноября);

Le malade imaginaire [Мнимый больной] (Le Point. 2007. 17 jan.). О находчивом итальянском сенаторе, который, опаздывая на съемки телепередачи со своим участием из-за уличных демонстраций, симулировал недомогание. Вызванная скорая помощь отвезла политика к его кардиологу, адрес которого оказался адресом телестудии;

4) композиционную функцию, когда КВ может завершить абзац, обобщая или углубляя мысль автора; отталкиваясь от КВ, автор часто начинает рассуждение на волнующую его тему; иногда КВ играет роль творческого импульса к созданию художественного произведения малой формы, где оно выносится в заглавие, становится зачином, а мысль, заложенная в КВ, пронизывает поэтический или прозаический текст и

служит заключительным аккордом; когда КВ, относящиеся к одному источнику, становятся композиционной основой газетной публикации, которая подчинена какой-либо идее, близкой по духу к произведению, породившему КВ:

Если же мы вновь погрязнем в спорах по поводу шкуры неубитого медведя, то окажемся в экономической изоляции, и делить нам будет нечего (Новый регион 2. 2007 8 ноября);

En Delumeau, le catholique et l'historien se rencontrent et font bon ménage [католик и историк сходятся и хорошо уживаются] (Le Point. 1997. 7 juin.);

5) заголовочную функцию, в которой КВ занимает сильную позицию, являясь одновременно и заглавием, и частью текста:

Ищите женщину [Известия]. (2005. 3 марта). О женщинах, которые, наконец, займутся недостойными настоящих мужчин делами;

«*Revenons à nos moutons*» [Вернёмся к нашим баранам] (Le Point. 2008. 25 jan.). Название отчета, представленного комиссии по экономическим делам двумя французскими сенаторами;

6) функцию контактоустанавливающей реплики, чтобы завязать знакомство, поддержать разговор, погасить ссору, поднять настроение окружающим, снять напряжение и т. д.:

Aimez-vous toujours Brahms? [Вы всё ещё любите Брамса?] (Le Point. 2008. 4 déc.);

Новый генсек ООН: шерше ля фам? (РИА Новости. 2006 19 сент.);

7) функцию лозунга, когда благодаря КВ лаконично формулируется суть какого-либо учения, доктрины, способ достижения цели, требования к противнику или оппоненту и т. д.:

«**Я не Шарли, я Су-24**»: читатели RT восхитились стихотворением о гибели российского бомбардировщика (RT на русском. 2015. 25 ноября. URL: <https://russian.rt.com/article/132681>);

Leuro est mort: vive le neuro! [Евро умер: да здравствует нордический евро!] (Mueurop info. 2011. 23 nov.);

8) функцию призыва, используемую для обращения к единомышленникам, для поддержания боевого духа, уверенности в победе, порой как заклинание-пожелание:

Когда страдают животные — ищите человека (Комс. правда. 2002. 22 апр.);

Ouvre-toi, sésame [Откройся, Сезам] (Le Point. 2008. 11 sept.);

9) текстообразующую функцию, когда КВ по-разному «обыгрывается» автором и становится семантической доминантой всего контекста. Прием нанизывания КВ, ФЕ и паремий нередко приводит к насыщенному фразеоконтексту.

Данная функция КВ, обнаруженная нами во французских СМИ, представляет особый интерес для исследователей публицистического дискурса.

1.1. Текстообразующая функция крылатых выражений во французской публицистике. В первом представленном примере использовано КВ *Du côté de chez Swann* [В направлении Свана]:

Les à-côtés de chez Swann [Места по соседству со Сваном]

Longtemps, vous vous êtes couchés de bonne heure sans avoir le temps de lire Proust, mais, de la Recherche du temps perdu, vous connaissez au moins le titre du premier volume: *Du côté de chez Swann*. Que va-t-on faire de ce côté-là, où est-ce, et y a-t-il des trains directs pour s'y rendre? *Le narrateur de la Recherche* répond assez clairement aux deux premières questions:

«Il y avait autour de Combray deux «côtés» pour les promenades... le côté de Méséglise-la-Vineuse, qu'on appelait aussi le côté de chez Swann parce qu'on passait devant la propriété de M. Swann pour aller par là, et le côté de Guermantes (Liberation. 2004. 28 juil. URL: http://www.liberation.fr/cahier-special/2004/07/28/les-a-cotes-de-chez-swann_487706).

В контексте наблюдается использование базового компонента КВ в текстообразующей функции в соединении с комплексным приемом преобразования КВ. О данном виде трансформации ФЕ, КВ и паремий писали многие ученые (О. В. Бойко, А. М. Григораш, О. В. Ломакина, А. С. Макарова, А. М. Мелерович, В. М. Мокиенко, Т. Г. Никитина и др.). Например, О. В. Бойко выделяет синтезированные, комбинированные и комплексные приемы окказионального преобразования ФЕ [Бойко 1981]. Этой же классификации придерживается украинский лингвист А. М. Григораш, подчеркивая, что если на газетной полосе встречается взаимодействие внутрифразеологических и контекстных приемов, то такие трансформации носят название «комплексные приемы индивидуально-авторской интерпретации» [Григораш 2008: 103]. Т. Г. Никитина изучает комбинированные структурно-семантические трансформации паремий русского языка, «т. е. использование нескольких трансформационных приемов одновременно» [Никитина 2008: 31].

В заглавии первой части романа писатель использует наречие или, в терминологии французской грамматики, наречный оборот *Du côté de* [в направлении]. В заголовке автор статьи меняет его на *à côté de*, что значит «возле, рядом с» [Гак, Ганшина 2005: 242]. Затем модифицированное наречие субстантивируется путем добавления определенного артикля множественного числа и буквы *s* на конце слова *côté*. В результате мы имеем трансформацию не только на морфологическом уровне, но и на семантическом. Ср.: *В направлении (в сторону) Свана и места по соседству со Сваном*. Публицист обыгрывает слово *le côté*. Оно встречается не только в заглавии, но и в самом контексте шесть раз. Упомянется не только роман «В поисках утраченного времени», первый том которого называется «*Du côté de chez Swann*», но и автор, известный французский писатель Марсель Пруст. Отсылка читателя к первоисточнику очевидна. В самой статье упоминаются места, по которым гуляли персонажи романа, и та сторона, где жил герой. В данном контексте слово *côté* имеет значение «сторона» или «направление» и употреблено как существительное. Таким образом, *côté* выступает как текстообразующий элемент, ключевое слово.

В следующем примере, кроме употребления текстообразующей функции, публицист комплексно преобразует КВ, используя экспликацию, субституцию и цитацию.

Прежде чем перейти к анализу представленного контекста следует привести целиком афоризм Н. Буало, так как «называть вещи своими именами» — лишь его часть. Выражение — калька с фр. *appeler les choses par leurs noms*, которое образовано по модели *J'appelle un chat un chat et Rolet un fripon* («Я называю кошку кошкой, а Роле — плутом»), которое и является крылатым афоризмом Н. Буало (Сатиры, 1, 57). Аналогичные обороты известны и другим европейским языкам, а также употреблялись античными авторами (Плутарх, Аристофан, Лукиан) в значении «говорить прямо (и часто — резко), без обиняков и этикетной любезности» [Берков и др. 2005: 295].

Dans un commentaire, Pierre demande une mise au point lexicale: les médias sont priés de ne pas appeler «jeunes» les «voyous». En revanche, vous jugez souvent qu'il n'y a pas de raisons de nommer plus par son âge que par sa taille ou sa coiffure une personne d'âge jeune qui

fait acte de violence — à la loi, aux biens, aux personnes. Le bon usage, rappelez-vous, est de nommer «les choses par leur nom», comme le préconise Boileau dans la première Satire, d'appeler «un chat un chat», et donc de dire voyou, ou délinquant (Le Point. 2011. 13 juin.).

Дélinquant, -e — правонарушитель, -ница, преступник, -ца;

Voyou — 1) проходимец, хулиган; 2) повеса [Гак, Ганшина 2005: 293;1131].

В контексте семантика инварианта конкретизируется тематикой публикации: не стоит называть молодежь хулиганами, а следует называть вещи своими именами, т. е. хулигана надо называть хулиганом или преступником (*voyou ou délinquant*). Насыщенный фразеоконтекст создаётся благодаря употреблению и инварианта, и трансформы, а использование кавычек для выделения базовых компонентов КВ «*un chat un chat*» и фразеологизма «*les choses par leur nom*» выглядит неожиданным и таким образом бросается в глаза. Вместе с тем употребление кавычек демонстрирует определенное уважение пишущего к источнику, а также придает контексту авторитетность. Ссылка на автора (Н. Буало) и произведение, из которого вышло КВ, само КВ, трансформированное комплексным приемом, использование глаголов-синонимов «называть» (*appeler, nommer, dire*) и графического выделения (кавычки) искусно «вплетено» автором в единый контекст, в котором стержневые компоненты КВ являются семантическими доминантами.

Выводы. Универсальность фразеологии и ее интегральной части — крылатологии — подтверждается высокой частотностью употреблений КВ в публицистике. Являясь объектом интенсивного исследования лингвистов, КВ, насыщенные особой экспрессивностью, всегда были востребованы журналистами, но в последнее время интерес к данным языковым единицам заметно вырос.

В языке современной французской и российской прессы активно функционируют различные КВ. Экспрессивность и образность КВ, большая сила эмоционального воздействия, способность ярко и сжато выразить мысль, метко и кратко охарактеризовать сложные явления и т. д. обуславливают их успешное использование как «одного из самых живописных элементов» языка [Rat 2007: 5] и в разговорной речи, и в языке художественной литературы, и в публицистике. Автор, настроенный на поиск экспрессии для привлечения читателя, прибегает к КВ-инвариантам или вводит их в образные сравнения, создает каламбур, играя словами, наконец, трансформирует КВ, используя незначительные лексические замены (лексическая субституция) или полную деформацию. Как французские, так и российские публицисты используют ресурсы крылатологии, которые являются одним из самых ярких и действенных средств воздействия на читателя. Широкое использование КВ, особая лингвопрагматическая роль КВ-трансформов увеличивают силу воздействия текста, способствуют реализации коммуникативно-прагматической цели публикации, а «в общепринятой в наше время публицистической „битве за умы“ читателя роль актуальной фразеологии сложно переоценить, так как ее функция безусловного аргумента рождается фактически на глазах читателя и подкрепляется эффектом совместной с автором публикации памяти о неких фоновых событиях... а для читателя... аргумент подкрепляется еще и „узнаваемостью“ данной неофраземы как излюбленного прецедентного акцента» [Семененко 2016: 77].

КВ, будучи элементами коллективных фоновых знаний лингвокультурного сообщества, исследуются в рамках лингвострановедческого подхода к изучению языка и культуры и являются существенным элементом культурной грамотности языковой личности, так как данные языковые единицы представляют собой сгустки

зашифрованной информации, что подтверждается широкой употребительностью КВ в информационных источниках, мгновенно улавливающих и отражающих все движения политической, социальной, культурной жизни, и что заставляет по-новому взглянуть на феномен крылатологии.

ЛИТЕРАТУРА

Берков В. П., Мокиенко В. М., Шулежкова С. Г. Большой словарь крылатых слов русского языка: ок. 4000 единиц. М.: АСТ, Астрель, 2005.

Бойко О. В. Приёмы реализации экспрессии устойчивых словесных комплексов в сатирико-юмористических жанрах: в сопоставлении с украинским языком: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Днепропетровск, 1981.

Гак В. Г., Ганшина К. А. Новый французско-русский словарь. 10-е изд., стереотип. М.: Рус. яз. Медиа, 2005.

Гвоздарев Ю. А. Основы русского фразообразования: моногр. Ростов-н/Д: Логос, 2010.

Григоращ А. М. Фразеологические инновации в современной публицистике Украины: на матер. русскоязычной и украиноязычной прессы 1990-х — 2000-х годов: моногр. Киев: Знання України, 2008.

Макарова А. С. Особенности функционирования крылатых выражений-галлицизмов в современной французской и российской публицистике: дис. ... канд. филол. наук. М., 2016.

Мокиенко В. М. Функции фразем в современных СМИ // Медиалингвистика. 2016. № 3(13). С. 7–18.

Никитина Т. Г. Русские паремии: новые формы, новые смыслы, новые аспекты изучения. Псков: Псков. гос. пед. ун-т, 2008.

Сальникова О. Г., Шулежкова С. Г. Приемы преобразования фразеологизмов в произведениях А. Н. Толстого // Рус. язык в школе. 1975. № 1. С. 57–62.

Саятина Н. В. Трансформация фразеологизмов: общее и национально-характерное в русских и немецких публицистических текстах: дис. ... канд. филол. наук. Саратов, 2012.

Семененко Н. Н. Дискурсивное смыслообразование в аспекте варьирования актуальной фразеосемантики: на матер. интернет-публикаций // Медиалингвистика. 2016. № 3(13). С. 67–80.

Телия В. Н. Фразеология // Языкознание: бол. энцикл. сл. / гл. ред. В. Н. Ярцева. 2-е изд. М.: Бол. Рос. энцикл., 1998. С. 560–561.

Фёдоров В. В. Реализация коммуникативно-прагматической функции в газетной передовице // Филологические заметки: межвуз.: сб. науч. тр. Ч. 2. Саранск: Изд-во Морд. гос. пед. ин-та им. М. Е. Евсевьева, 1998. С. 86–91.

Шулежкова С. Г. Крылатые выражения русского языка, их источники и развитие. М.: Азбуковник, 2002.

Шулежкова С. Г., Макарова А. С. Крылатые выражения французского происхождения в интернациональном блоке лозунгов современной Европы // Вестн. Рос. ун-та дружбы народов. Сер. Теория языка. Семиотика. Семантика. 2016. № 4. С. 65–73.

Rat M. Dictionnaire des expressions et locutions traditionnelles. Paris: Larousse, 2007.

REFERENCES

Berkov V. P., Mokienko V. M., Shulezhkova S. G. The Big Dictionary of the Catch-Words of the Russian Language [Bol'shoj slovar' krylatyh slov russkogo jazyka: ok. 4000 edinic]. Moscow, 2005.

Bojko O. V. Devices of realization of expression of stable word complexes in humoristic and satire genre: versus Ukrain language [Prijomy realizacii jekspressii ustojchivyh slovesnyh kompleksov v satiriko-jumoristicheskikh zhanrah: v sopostavlenii s ukrainskim jazykom: Avtoref. dis. ... kand. filol. nauk]. Dnepropetrovsk, 1981.

Fjodorov V. V. The realization of communicative-pragmatic functions of newspaper editorial [Realizacija komunikativno-pragmaticesknoj funkcii v gazetnoj peredovice] // Philological notes [Filologicheskie zametki. 1997: mezhvuz. sb. nauch. tr.]. Pt 2. Saransk, 1998. P. 86–91.

Gak V. G., Ganshina K. A. New French-Russian dictionary [Novyj francuzsko-russkij slovar']. 10th ed., stereotip. Moscow, 2005.

Grigorash A. M. The phraseological innovations in modern journalism of Ukraine : exemplified in Russian and Ukraine presse in 1990–2000) [Frazelogicheskie innovacii v sovremennoj publicistike Ukrainy: na mater. russkojazychnoj i ukrainojazychnoj pressy 1990-h — 2000-h godov]. Kiev, 2008.

Gvozdarjov Ju. A. Bases of Russian phrase formation [Osnovy russkogo frazoobrazovanija]. Rostov-on-Don, 2010.

Makarova A. S. The Features of Phraseologisms-Gallicisms Functioning in Modern French and Russian Publicism [Osobennosti funkcionirovanija krylatyh vyrazhenij-gallicizmov v sovremennoj francuzskoj i rossijskoj publicistike: dis. ... kand. filol. nauk]. Moscow, 2016.

Mokienko V. M. The phrases' functions in modern media [Funkcii frazem v sovremennyh SMI] // Medialingvistika. 2016. No. 3 (13). S. 7–18.

Nikitina T. G. The Russian proverbs: new forms, new meanings, new aspects of studying [Russkie paremii: novye formy, novye smysly, novye aspekty izuchenija]. Pskov, 2008.

Rat M. Dictionnaire des expressions et locutions traditionnelles. Paris: Larousse, 2007.

Sajutina N. V. The phraseological units' transformation: the general and the national in Russian and German journalist texts [Transformacija frazeologizmov: obshhee i nacional'no-harakternoe v russkikh i nemeckih publicisticheskikh tekstah: dis. ... kand. filol. nauk]. Saratov, 2012.

Sal'nikova O. G., Shulezhkova S. G. Techniques transforms laid idioms in the works of A. N. Tolstoy [Priomy preobrazovanija frazeologizmov v proizvedenijah A. N. Tolstogo] // Russian language at school [Russkij jazyk v shkole]. 1975. No. 1. P. 57–62.

Semenenko N. N. Discursive meaning-making in terms of variation of actual phrase-semantic : based on the Internet publications [Diskursivnoe smysloobrazovanie v aspekte varjirovanija aktual'noj frazeosemantiki: na mater. internet-publikacij] // Medialingvistika. 2016. No. 3(13). S. 67–80.

Shulezhkova S. G. The Catch-Expressions of the Russian Language, their sources and development [Krylatye vyrazhenija russkogo jazyka, ih istochniki i razvitie]. Moscow, 2002.

Shulezhkova S. G., Makarova A. S. The French winged-units in international slogan block of modern Europe [Krylatye vyrazhenija francuzskogo proishozhdenija v internacional'nom bloke lozungov sovremennoj Evrop] // Bul. of the Russian Univ. of friendship of peoples [Vestnik Ros. un-ta druzhby narodov. Ser. Teorija jazyka. Semiotika. Semantika]. 2016. No. 4. S. 65–73.

Telija V. N. Phraseology [Frazelogija] // Linguistics: Big encycl. dictionary [Jazykoznanie: Bol. en-cikl. slovar' / gl. red. V. N. Jarceva]. 2 ed. Moscow, 1998. S. 560–561.

МЕДИАТЕКСТ КАК ОБЪЕКТ ОБУЧЕНИЯ

УДК 81`42; 81`24;
ББК 81.2Рос;
ГРНТИ 16.31.51;
КОД ВАК 10.02.01; 13.00.02

Т. В. Чернышова
Барнаул, Россия

**МЕДИАТЕКСТ И ЕГО МЕСТО
В СТРУКТУРЕ КУРСА
«ОСНОВЫ
ЛИНГВОКОНФЛИКТОЛОГИИ»**

Татьяна Владимировна Чернышова, заведующая кафедрой общей и прикладной филологии, литературы и русского языка Алтайского государственного университета.
656049, Барнаул, ул. Димитрова, 66, к. 407.
E-mail: labrlexis@mail.ru.

© Чернышова Т. В., 2017

Постановка проблемы и теоретические предпосылки исследования. Объектом нашего рассмотрения является медиатекст как инструмент обучения в совокупности своих тексто- и стилообразующих, коммуникативных, семиотических, прагматических, риторических и пр. качеств.

Разноаспектность использования медиатекста в методической работе обусловлена его полифункциональной природой как средства информации, инструмента создания общественного мнения, инструмента власти и воздействия и т. п. Резервы использования медиатекста в методической деятельности чрезвычайно широки и обусловлены его социальной природой и возможностью вовлечения в коммуникацию большого числа участников.

Так, массово-информационный дискурс является естественной площадкой, на которой проходят апробацию новые слова и выражения; медиаречь в целом отражает активные процессы, происходящие в языке, и влияет на их развитие — отсюда интерес к использованию медиатекстов такими филологическими дисциплинами, как современный русский язык, стилистика, теория и стилистика текста, культура речи и др.

Отношение к языку СМИ никогда не было однозначным. Негативные и позитивные тенденции формирования стилистического облика текстов СМИ с момента их возникновения до наших дней неоднократно привлекали внимание исследователей и становились предметом обсуждения как в научной литературе, так и в социуме [Русский язык... 2009; Медиатекст 2010; Язык и дискурс... 2011 и др.]. Так, еще в 30-х годах XX в. авторы школьных учебников по русскому языку — А. М. Земский и С. Е. Крючков — отмечали факты негативного влияния газетной речи на развитие речи учащихся. В частности, отмечалось, что речь учащихся (в том числе и взрослых) имеет существен-

ные особенности, отличающие ее от общепринятого литературного языка, и в некоторых случаях «характеризуется полной беспомощностью выразить мысль четко и ясно», причиной чего служит ряд факторов: 1) влияние на речь условий рабоче-крестьянской среды; 2) воздействие на нее образности и лексики «остраненной» речи современных литературных произведений и 3) поверхностное и бессистемное усвоение говорящими и пишущими терминологии и оборотов газетного языка [Земский, Крючков 1931: 3].

Иное отношение к медиатекстам в целом как инструменту обучения находим в публикации Л. Г. Лисицкой, которая отмечает, что в настоящее время «именно медиатексты составляют ядро современной русской культуры в силу своего безраздельного господства в информационном пространстве общества, созданном на базе как традиционных СМИ — печать, радио, телевидение, так и новейших, связанных с появлением и распространением Интернета» [Лисицкая 2014: 103]. Современные медиатексты служат базой для изучения медийной фразеологии, метафорики, различных текстовых категорий на материале не только русского, но и украинского, болгарского, белорусского, итальянского и других языков; см. исследования Д. Ю. Сизонова, Е. В. Стояновой, П. Уго, М. И. Конюшкевич и др. (Медиалингвистика. 2015. № 1(6); № 4(10); 2016. № 1(11); № 4(14) и др.).

По замечанию Л. Г. Лисицкой, оценочный потенциал текстов СМИ «позволяет получить ценностную информацию не только о состоянии языковой культуры общества, но и о его морально-нравственном статусе», вкусах и жизненных приоритетах, особенностях образа жизни, поведения, в том числе и речевого [Там же: 103]. Не случайно поэтому особая (социальная) оценочность медиатекстов (особенно текстов СМИ) позволяет использовать их в практике преподавания таких курсов, как лингвоконфликтология, юрислингвистика, основы лингвистической экспертизы и пр. [см.: Голев 1999; 2004; 2005; 2006; Чернышова 2013; Приходько 2016 и др.].

Прагматический аспект развертывания массово-информационного дискурса, особенности интерактивного взаимодействия медиаавтора и медиаадресата становятся объектом рассмотрения таких филологических дисциплин, как теория и практика речевой коммуникации, теория речевого воздействия, риторика [Уразаева, Чернышова, Чувакин 2016 и др.].

Многообразие жанровой природы медиатекстов открывает простор для использования их в преподавании таких курсов, как жанроведение, генристика, журналистика и др.; об этом пишут Л. Р. Дускаева, Лу Тинтин, Чжоу Синью, Б. Боголебска и др. (Медиалингвистика. 2014. № 1(4); 2015. № 1(6); 2016. № 4(14)).

Медиатекст и его место в структуре курса «Основы лингвоконфликтологии». Наш взгляд, проблемы использования медиатекста в процессе преподавания связаны со следующими аспектами:

- 1) характер преподаваемой дисциплины,
- 2) цель и задачи курса,
- 3) качество отбираемых для занятия текстов, их структура, жанровая природа и композиционная сложность,
- 4) этические и юридические аспекты.

Остановимся на всех этих аспектах подробнее и проиллюстрируем их своеобразие на материале курса «Основы лингвоконфликтологии», который уже четыре года читается в Алтайском государственном университете. Его слушателями являются студенты магистратуры, обучающиеся по направлению 42.04.02 — «Журналистика». Чем вызва-

на необходимость такого курса в учебном плане будущих магистров журналистики, каково его содержание и какие тексты используются для освещения содержания курса и отработки языковых и исследовательских навыков студентов-журналистов? Ответу на эти вопросы и посвящена данная публикация.

Журналистика определяется исследователями как «одно из важнейших социальных явлений современной жизни, вид массово-информационной деятельности, обеспечивающей бесперебойное взаимодействие между личностью, группой людей и обществом в целом, а также между различными общественными сферами и даже между поколениями. Процесс журналистской деятельности состоит из сбора, обработки, хранения и периодического распространения актуальной общественно-значимой информации» [Цвик 2000]. Собранная и обработанная информация распространяется через устный или письменный текст, точнее — медиатекст, обладающий рядом дискурсивных признаков. Одним из таких важных признаков является признак публичности медиатекста [Чернышова 2011].

Общение между коммуникантами в данной институциональной сфере носит публичный характер. По замечанию Ю. В. Рождественского, «оратор (говорящий публично! — Т. Ч.) всегда отвечает за последствия своей речи, так как то, что он говорит, касается не воображаемых обстоятельств, а реальности, и он сам — действующее лицо среди других лиц в его аудитории» [Рождественский 1997: 178]. Однако говорить публично — «это большой и благородный риск», а использование речи, особенно в сфере массово-информационного дискурса, сопряжено с риском вдвойне: «знак может быть неверно истолкован; знак может служить средством обмана. Говорящий может ошибаться; он может оказаться не в состоянии членораздельно передать то, что он имеет в виду» [Розеншток-Хюсси 1994: 50.]. При этом следует заметить, что любой текст СМИ, содержащий те или иные утверждения о каком-то лице или организации, может в принципе быть оспорен в судебном порядке, даже если автор текста (например, журналист) будет соблюдать все меры предосторожности и избегать «зоны риска». Причина этого — в особенностях публичного речевого общения как одной из форм социального взаимодействия, носящего нередко конфликтный характер. Поэтому правила речевого поведения в сфере медиакommunikации предписывают автору соблюдать некие институциональные рамки, необходимые нормы — и не только языко-стилевые, но и морально-этические, правовые, социальные, «в большинстве случаев неписанные, но достаточно строгие и общеобязательные» [Седов 2007: 12]. Их существование обнаруживается в том случае, если они нарушаются, что также может привести к созданию конфликтных ситуаций в информационной сфере. В частности, многократно отмечалось увеличение в современном российском обществе конфликтных ситуаций, которые порождены речевой продукцией СМИ.

Именно предотвратить эти и многие другие риски, связанные с журналистским творчеством, и призван курс «Основы лингвоконфликтологии».

Лингвоконфликтология — новая, еще только формирующаяся лингвистическая дисциплина прикладной направленности, изучающая языковые (речевые) конфликты. Актуальность данной филологической дисциплины обусловлена ее междисциплинарным характером и сопряженностью с такими гуманитарными дисциплинами, как психология, юриспруденция, социология, лингвокультурология и др.

Цель дисциплины — дать обучаемым целостное представление о характере конфликтного функционирования языка в сфере массовой коммуникации, сформировать и развить у будущего специалиста комплекс знаний, умений, способностей, инициатив, необходимых для успешного выполнения профессиональных задач в СМИ.

Говоря о задачах курса, можно назвать три наиболее важные.

Прежде всего, в задачи обучения входит знакомство студентов с конфликтной природой языка и его использованием пишущими и говорящими для реализации инвективной и манипулятивной функций. Речь идет о таких речевых актах, как введение в заблуждение, оскорбление, угроза, дискредитация и т. п. По мнению Н. Д. Голева, «конфликтность языка и речи — отнюдь не периферийное их свойство, а некоторый принцип внутреннего их устройства, функционирования и развития» [Голев 2005: 3]. В речи для осуществления подобных функций не только используются уже готовые средства, но и «вырабатываются специализированные подсистемы такого рода средств, что позволяет говорить о них как о своеобразных функционально-семантических языковых категориях...» [Там же]. Знание природы подобных языковых средств, особенностей их употребления в речи, а также последствий их использования в публичной коммуникации (в том числе и в медиатекстах) представляется важным в подготовке журналиста — как практика, так и теоретика.

Вторая задача состоит в углублении знаний обучаемых о природе медиакоммуникации, о свойствах и отличительных особенностях медиатекста и его дискурсивных признаках, о требованиях, предъявляемых к пишущему в этой публичной сфере, а также о конфликтных «ловушках», которые таит в себе данная сфера коммуникации.

Одна из потенциально конфликтных «ловушек» обусловлена таким стилиобразующим признаком медиатекстов как повышенная оц е н о ч н о с т ь, благодаря которой отображаемая действительность (факт, событие, субъект) квалифицируется относительно определенного стандарта по признаку «хорошо / плохо». Именно повышенная оценочность газетных текстов часто приводит к развертыванию речевого конфликта [Чернышова 2013]. Представляется, что одна из причин порождения ситуации речевого конфликта на базе оценочного суждения состоит в том, что оценочность в обыденном сознании тесно связана с критическим осмыслением действительности, а критическое высказывание, даже если оно справедливое, часто приводит к возникновению и развитию речевого конфликта. Еще большую актуальность это приобретает в текстах СМИ, где оценочное высказывание воспринимается не как частное, субъективное мнение, а как мнение, социально одобренное, устоявшееся — как некое общественное мнение, способное повлиять на судьбу человека и оттого особенно болезненно воспринимаемое [Чернышова 2011].

Третья задача видится в том, чтобы дать обучаемым представление о сути и характере конфликтного взаимодействия автора, адресата и субъекта речи через медиатекст и последствия такого взаимодействия.

Известно, что реализация конфликтного потенциала языка предупреждается различными способами, среди которых можно назвать следующие ограничения: морально-этические, естественно-языковые и правовые.

Морально-этические ограничения зафиксированы в национальных пословицах, афоризмах, крылатых словах и реализуются через позитивное и негативное оценочное отношение к правилам речевого поведения русских в целом и к использованию бранных слов в частности; при этом аксиологическая оценка может варьироваться от крайне отрицательной до умеренной и даже одобрительной: *Бранью и криком к согласью не придешь; Кстати бранись, кстати мирись; Не выругавшись, дела не сделаешь* и др.

Естественно-языковые ограничения формируются и устанавливаются как языковые нормы и нормы речевого поведения, регулирующие правила употребления языка

в разных сферах общения, чему в немалой степени способствует разработка в современной отечественной лингвистике дискурсивных аспектов исследования продуктов речевой деятельности человека [см.: Дускаева 2012; Стилистика как речеведение 2013; Филолого-коммуникативные исследования 2014; Дискурс и стиль 2014 и др.].

Наконец, важно помнить и о **правовых ограничениях**, которые регулируются законодательством Российской Федерации и вступают в силу в тех случаях, когда конфликт не предотвращен другими способами. Сфера медиакommunikации включает в себя области публичного и публицистического общения, рекламную и политическую коммуникацию. Конфликтный (спорный) медиатекст или конфликтное (спорное) высказывание — это продукт медиакommunikации, попавший в сферу судебного разбирательства, который в судебном процессе может быть квалифицирован как речевое правонарушение. В связи с этим правовое регулирование речевых конфликтов в СМИ осуществляется посредством уголовного и гражданского законодательства Российской Федерации.

Чаще всего это происходит в ситуациях злоупотребления словом, т. е. в случаях использования слова как инструмента «преступного посягательства», к сфере которого относятся, в частности, следующие: диффамационные речевые действия: распространение не соответствующих действительности порочащих честь, достоинство и деловую репутацию сведений (ст. 152 ГК РФ); клевета (ст. 128.1 УК РФ); оскорбление (ст. 5.61 КоАП РФ); неуважение к суду (ст. 297 УК РФ); экстремистские речевые действия (публичные призывы к осуществлению террористической деятельности или публичное оправдание терроризма) (ст. 205.2 УК РФ); публичные призывы к осуществлению экстремистской деятельности (ст. 280 УК РФ); возбуждение ненависти либо вражды, а равно унижение человеческого достоинства (ст. 282 УК РФ); пропаганда наркотических средств, психотропных веществ или их прекурсоров (ст. 6.13 КоАП РФ); незаконное использование тождественного или сходного до степени смешения словесного средства индивидуализации (ст. 1515 ГК РФ, ст. 14.10 КоАП РФ, ст. 180 УК РФ); ненадлежащая реклама (ст. 14.3 КоАП РФ); оскорбление религиозных чувств верующих (ст. 148 УК РФ) и др. [Чубина 2015: 341].

По данным Ассоциации лингвистов-экспертов и преподавателей «Лексис» более 60% спорных текстов, прошедших через лингвистическую экспертизу в 2014–2016 гг., — это тексты СМИ по спорным речевым произведениям в связи с гражданскими делами о защите чести, достоинства и деловой репутации и компенсации морального вреда. Среди них — тексты таких изданий Алтайского края и Республики Алтай, как газеты «Каменские известия», «Ленинец» (Усть-Калманский район), «Чемальский вестник», «Родина Алтайым», «Листок» (Майминский район), телепрограмма «Res publika» (Республика Алтай) и др.

Таким образом, знание законов, регулирующих деятельность СМИ, и умение ими пользоваться в процессе создания медиатекстов — это важная компетенция, которой необходимо овладеть студентам, обучающимся по направлению «Журналистика».

С учетом профессиональной занятости студентов-журналистов обучение осуществляется как в традиционной (аудиторной), так и в дистанционной форме. Дистанционная форма обучения реализуется через «Единый образовательный портал», расположенный на сайте Алтайского государственного университета (<http://portal.edu.asu.ru>), позволяющий студентам самостоятельно осваивать лекции и отвечать на вопросы к ним, выполнять домашнее задание, участвовать в интерактивных обсуждениях наиболее сложных проблем, связанных с функционированием конфликтных медиатекстов, и т. п.

Перечисленные задачи во многом решаются с помощью правильно подобранного для обучения медиаматериала.

Тексты, используемые в курсе лингвоконфликтологии, имеют разную стилистическую и жанровую природу — на наш взгляд, нельзя ограничиваться при отборе текстового материала только медиапродукцией. Отбор текста обусловлен темой занятия, перечнем ключевых понятий (терминологическим минимумом) и задачами, которые решаются в ходе освоения темы.

1. Например, одно из первых занятий посвящено общим проблемам речевого конфликта, в частности его структурным элементам.

Чтобы студенты получили общее представление о структуре конфликта, требуется текст, обладающий яркой сюжетной линией, четко очерченными образами персонажей, социально определенной линией поведения, художественной изобразительностью. Этим задачам в полной мере отвечает художественный текст. Поэтому перед практическим занятием студентам предлагается прочитать повесть Дж. Оруэлла «Скотный двор» и охарактеризовать перечисленные в плане домашнего задания устойчивые элементы конфликта.

Приведу пример ответа на вопрос, представленный студентом в виде развернутого текста:

«Мной рассматривался конфликт, возникший в пятой главе „Скотного двора“. Конфликт возник между двумя свиньями, которые руководили скотным двором, — между Сноуболлом и Наполеоном. Причиной конфликта явилось нараставшее между ними противоречие. Последней каплей стало собрание, посвященное строительству ветряной мельницы. Сноуболл утверждал о необходимости ее строительства, а Наполеон был против ее возведения, считая это не первоочередной задачей. В итоге лагерь животных во мнении разошелся.

Стороны конфликта:

1) Наполеон — организатор, активный участник этого конфликта, Визгун — пособник Наполеона, который постоянно подстрекал животных, половина лагеря животных — группа поддержки, пассивные участники конфликта (наблюдатели, занимающие ту или иную сторону);

2) Сноуболл тоже активный участник конфликта, но он жертва, потерпевшая сторона, вторая половина лагеря животных — группа поддержки Сноуболла, пассивные участники (наблюдатели). По социальному статусу: в начале конфликта стороны имеют равную силу и власть, пока Наполеон не прибегает к использованию силовых средств (нападение щенков на Сноуболла и его изгнание). Реализовать потенциал возможностей и способностей больше у Наполеона, так как он подавляет Сноуболла и держит в страхе лагерь животных, так как у него в подчинении есть щенки, слушающиеся только его. К политическому вектору ресурсов можно отнести факторы власти, силы, знаний и навыков, материальных ресурсов. Конфликт объективно начинает осознаваться всеми участниками в момент наивысшего напряжения — появления агрессивных дрессированных щенков, благодаря которым Наполеону удалось устранить соперника.

<...> Объект конфликта — власть; предмет конфликта — обладание властью. Окружающая среда: лагерь животных, находящихся в подчинении Сноуболла и Наполеона. Одна половина на стороне Наполеона, другая — на стороне Сноуболла, но вынуждена подчиниться Наполеону.

Прогноз относительно развития конфликта. Конфликт не угаснет, появится недовольство диктатурой Наполеона среди животных, которые вполне могут его не слушать. Их больше, они могут одолеть его и щенков только с применением грубой физической силы.

Разрешить конфликтную ситуацию можно было до появления щенков. Тогда все бы решилось, благодаря проведению голосования по поводу строительства мельницы».

2. Структурные элементы конфликта, усвоенные студентами через образы художественного текста, затем рассматриваются на примере текстов массово-информационного дискурса. Речевой конфликт в медиатекстах обладает более сложной природой — он не всегда лежит на поверхности, часто носит опосредованный характер (конфликтная направленность медиатекста проявляется уже в процессе его функционирования) и обусловлен разнообразными факторами (как языковыми, так и неязыковыми).

Речевые проявления конфликта рассматриваются на практических занятиях, посвященных знакомству студентов с основными понятиями лингвоконфликтологии, особенностями коммуникативно-речевого взаимодействия в медиакommunikации, дискурсивными признаками медиатекста, речевыми конфликтами в сфере массовой коммуникации и их разновидностями, а также способами регулирования речевых конфликтов в медиасфере.

3. Практические занятия строятся на основе принципа усложнения.

Например, изучение темы «Современный медиадискурс в коммуникативно-стилистическом аспекте» предполагает опору на изученные ранее курсы русского языка, стилистики и редактирования. Для отработки данной темы можно использовать как заранее заготовленные преподавателем тексты, так и те, которые студенты выберут самостоятельно, с учетом формулировок домашнего задания:

1) Охарактеризуйте произвольно выбранные газетно-журнальные тексты (не менее двух) с позиций их стилеобразующих признаков. Есть ли различия в стилеобразующих признаках текстов в зависимости от статуса издания, его жанровой формы, аудитории, на которую они ориентированы?

2) Для справки используйте следующие источники: *Чернышова Т. В.* Современный публицистический дискурс (коммуникативно-стилистический аспект). Барнаул, 2014. Гл. 1, с. 7–32; *Кожин А. Н., Крылова О. А., Одинцов В. В.* Функциональные типы русской речи. М., 1982; *Кожина М. Н.* и др. Стилистика русского языка. М., 2010, и др.

3) На примере произвольно выбранных текстов (не менее двух) дайте характеристику стилистически окрашенной лексики и фразеологии и определите ее функции в тексте.

4. Последующие занятия посвящены знакомству студентов с разными видами медиаконфликтов с точки зрения их правовой квалификации, например: «Спорные тексты в СМИ», «Конфликтный потенциал речевого акта призыва», «Реклама и речевой конфликт».

Обучение студентов-магистрантов осуществляется на базе Региональной общественной организации Алтайского края Ассоциация лингвистов-экспертов и преподавателей «Лексис», эксперты которой имеют большой опыт работы с конфликтными (иначе — спорными) текстами в различных сферах деятельности и по разным категориям дел. Для аудиторной работы по указанным темам предлагаются медиатексты, уже ставшие предметом судебного разбирательства, что позволяет студентам на практике увидеть, какие именно элементы подобных текстов могут провоцировать конфликт и оцениваться следствием и судом как речевое правонарушение. Полагаем, что подобное «погружение» в ситуацию судебного спора является весьма эффективным.

Так, по теме практического занятия «Спорные тексты в СМИ» студентам предлагается познакомиться с медиатекстом, уже ставшим предметом судебного разбирательства, и ответить на ряд вопросов:

1) Содержится ли в статье под названием «В Барнауле продают хлеб с камнями», опубликованной на сайте ИА «Атмосфера», негативная информация о хлебулочной

продукции, выпускаемой ООО «Хлебозавод № 4»? Если имеется негативная информация, то в какой форме она выражена — сведений о фактах или оценочных суждений? В каких конкретно высказываниях содержится негативная информация и может ли она повлиять на негативное отношение потребителя к хлебобулочной продукции ООО «Хлебозавод № 4»?

2) Содержится ли в статье, указанной в первом вопросе, негативная информация о деловой репутации ООО «Хлебозавод № 4»?

3) Заметили ли вы какие-либо неточности в тексте и изображении, не соответствующие содержанию текста?

Обсуждение ответов студентов проходит коллективно на практических занятиях, в ходе которых студенты имеют возможность оценить спорный текст, его структуру и стилевую организацию. Важным является приобретение навыка формулирования своей точки зрения на основе системы аргументов, доказывающих истинность критических замечаний, например:

«1. Да, я считаю, что в тексте „В Барнауле продают хлеб с камнями“ есть негативная информация о хлебобулочной продукции упоминаемого завода. Эта информация — и фактологическая, и оценочная.

Фактологическая информация — это фото и рассказ пострадавшей о том, как она повредила эти хлебом зуб. А оценочная — это ее эмоции после инцидента. В письме девушка заявила, по сути, что скорее всего во всей остальной продукции этого хлебозавода есть камни.

Например: „...где и был сотворен „кулинарный шедевр“ с каменной начинкой“, „но перспектива еще раз отведать камни меня не впечатлила“. Эта информация, безусловно, может повлиять на негативное отношение потребителя к хлебобулочной продукции ООО „Хлебозавод № 4“.

2. На мой взгляд, нет негативной информации о деловой репутации Хлебозавода. Разве что зря редакция не вырезан фрагмент текста, где девушка предполагает, что над ней смеются, он выглядит спорным.

3. Текст составлен не совсем грамотно. Журналисты пропустили кавычки в последнем предложении (забыли их открыть). Кроме того, письмо девушки составлено странно. Так „витиевато“ не станет писать возмущенный человек. Письмо больше похоже на самопрезентацию, нежели на возмущение».

Важной является также выработка навыков работы с изображением (иллюстрациями) к журналистскому тексту. Так, при оценке иллюстрации к тексту «В Барнауле продают хлеб с камнями» практически все отметили несоответствие изображения описанию, например:

«В тексте говорится, что девушка успела откусить кусочек хлеба, значит, камень должен был находиться в месте надкуса (если изображенное на фото темное пятно является действительно камнем). Однако на изображении следы зубов находятся далеко от камня (темного пятна), из чего можно сделать вывод, что камень (темное пятно), изображенный на фото, никак не мог повредить зуб читательницы.

<...> Следовательно, фото является подложным, не соответствующим действительности, что ставит под сомнение всю публикацию. Этому способствует и тот факт, что администрация ООО „Барнаульский хлебозавод № 4“ отрицает данный инцидент» и т. п.

Полезным оказывается и привлечение в качестве учебных материалов итоговых документов по рассматриваемым спорным делам — в частности, решений судебных ор-

ганов (см., например, решение Арбитражного суда Алтайского края по делу о «камнях в хлебе»: <https://rospravosudie.com/court-as-altajskogo-kрая-s/judge-atyunina-m-n-s/act-303417376/>), позволяющих на практике убедиться в последствиях нарушений, допущенных журналистом в ходе подготовки материала к печати.

Выводы. Итак, медиаматериалы, используемые в курсе «Основы лингвоконфликтологии», позволяют решить целый спектр задач, связанных как с освоением нового предмета — учения о речевых конфликтах в медиакommunikации и способах их преодоления, так и с закреплением уже имеющихся навыков работы с медиатекстом, его структурно-логической, композиционной и стилистической организацией.

Введение в учебный процесс текстов различной жанровой и стилиевой природы (художественных, информационно-публицистических, официально-деловых и т. д.) позволяет сделать процесс обучения разнообразным и способствует выработке у студентов умения анализировать и понимать различные тексты, тем самым расширяя кругозор обучаемых и оттачивая языковое чутье, столь необходимые будущим теоретикам и практикам сферы массово-информационного дискурса.

ЛИТЕРАТУРА

Голев Н. Д. О специфике языка права в системе общенародного русского языка и ее юридического функционирования // Юрислингвистика-5: юридические аспекты языка и лингвистические аспекты права / под ред. Н. Д. Голева. Барнаул: Изд-во Алтайск. ун-та, 2004. С. 39–57.

Голев Н. Д. От редактора: инвективная и манипулятивная функция языка // Юрислингвистика-6: инвективное и манипулятивное функционирование языка. Барнаул: Изд-во Алтайск. ун-та, 2005. С. 3–12.

Голев Н. Д. От редактора: правовая коммуникация в зеркале естественного языка // Юрислингвистика-7: язык как феномен правовой коммуникации. Барнаул: Изд-во Алтайск. ун-та, 2006. С. 8–38.

Голев Н. Д. Юридический аспект языка в лингвистическом освещении / Юрислингвистика-1: проблемы и перспективы. Барнаул: Изд-во Алтайск. ун-та, 1999. С. 12–59.

Дискурс и стиль: теоретические и прикладные аспекты : кол. моногр. / под ред. Г. Я. Солганика, Н. И. Клушиной, Н. В. Смирновой. М.: Флинта, Наука, 2014.

Дускаева Л. Р. Стилистика медиатекста: избр. статьи 2010–2012 гг. СПб., 2012. URL: http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:MbYC35s6840J:jf.spbu.ru/upload/files/file_1354569906_8832.pdf+&cd=1&hl=ru&ct=clnk&gl=ru.

Земский А. М., Крючков С. Е. Задачник по стилистике для школ взрослых повышенного типа: пособие по развитию речи. М.: Гос. изд-во, 1931.

Лисицкая Л. Г. Современный медиатекст и его роль в языковой подготовке бакалавра // Высшее образование в России. 2014. № 4. С. 101–106.

Медиатекст: стратегии — функции — стиль: кол. моногр. / под ред. Л. И. Гришаевой, Т. В. Чернышовой, А. Г. Пастухова. Орел: Горизонт, 2010.

Приходько А. И. Оценочность как социокультурный признак журналистского текста // Медиалингвистика. 2016. № 1(11). С. 73–82.

Рождественский Ю. В. Теория риторики. М.: Добросвет, 1997.

Розеншток-Хюсси О. Речь и действительность. М.: Лабиринт, 1994.

Русский язык в современном медиапространстве: междунар. науч.-практ. конф. Белгород, 23–26 сент. 2009 г.: сб. науч. тр. / отв. ред. А. В. Полонский. Белгород: Белгород. гос. ун-т, 2009.

Седов К. Ф. Человек в жанровом пространстве повседневной коммуникации // Антология речевых жанров: повседневная коммуникация / под ред. К. Ф. Седова. М.: Лабиринт, 2007. С. 7–38.

Стилистика как речеведение: сб. науч. трудов слав. стилистов, посв. памяти проф. М. Н. Кожиной / под ред. Л. Р. Дускаевой. М.: Флинта, 2013.

Уразаева К. Б., Чернышова Т. В., Чувакин А. А. Концептуальные основания учебной книги по риторике для подготовки магистров филологии в условиях полиэтнической среды // Риторика и речеведческие дисциплины в условиях реформы образования: матер. XX междунар. науч. конф. 4–6 февр. 2016 г. / под ред. Ю. В. Щербининой, Е. Л. Ерохиной. М.: Моск. гос. пед. ун-т, 2016. С. 257–261.

Филолого-коммуникативные исследования: ежегодник-2014 / науч. ред. А. А. Чувакин, И. В. Силантьев. Барнаул: Алтайск. гос. ун-т, 2014.

Цвик В. Л. Введение в журналистику: учеб. пособие. 2-е изд., доп. и перераб. М.: Изд-во Моск. независ. экол.-политол. ун-та, 2000. URL: <http://www.twirpx.com/file/102080/>.

Чернышова Т. В. Современный медиа-текст сквозь призму оценочности: на матер. текстов, вовлеченных в сферу судебного разбирательства // Журналистика и культура русской речи: науч.-практ. журн. 2011. № 1. С. 68–85.

Чернышова Т. В. Типологические признаки медиатекстов с псевдосоциальной оценочностью // Филология и человек. 2013. № 3. С. 161–174.

Чубина Е. А. Использование специальных лингвистических знаний в арбитражном судопроизводстве: проблемные моменты // Русский язык и литература в пространстве мировой культуры: матер. XIII Конгресса МАПРЯЛ (г. Гранада, Испания, 13–20 сент. 2015 г.) / ред. кол.: Л. А. Вербицкая, К. А. Рогова, Т. И. Попова и др.: в 15 т. Т. 8. СПб.: МАПРЯЛ, 2015. С. 342–345.

Язык и дискурс средств массовой информации в XXI веке: кол. моногр. / под ред. М. Н. Володиной. М.: Академ. Проект, 2011.

REFERENCES

Chernyshova T. V. Modern media text in the light of the Evaluation: based on texts involved in the scope of the trial [Sovremennyy media-tekst skvoz' prizmu otsenochnosti: na mater. tekstov, vovlechennykh v sferu sudebnogo razbiratel'stva] // Journalism and Culture of Russian speech: sci. journ. [Zhurnalistika i kul'tura russkoy rechi: nauch.-prakt. zhurn.]. 2011. No. 1. S. 68–85.

Chernyshova T. V. Typological features of media texts with a pseudo social value [Tipologicheskie priznaki mediatekstov s psevdosotsial'noy otsenochnost'yu] // Philology and person [Filologiya i chelovek]. 2013. No. 3. S. 161–174.

Chubina E. A. The use of special linguistic knowledge in arbitration proceedings: the problem points [Ispol'zovanie spetsial'nykh lingvisticheskikh znaniy v arbitrazhnom sudoproizvodstve: problemnye momenty] // Russian language and literature in the space of world culture [Russkiy yazyk i literatura v prostranstve mirovoy kul'tury: mater. XIII Kongressa MAPRYaL (g. Granada, Ispaniya, 13–20 sent. 2015 g.) / red. kol.: L. A. Verbitskaya, K. A. Rogova, T. I. Popova i dr.: v 15 t.]. Т. 8. St Petersburg, 2015. S. 342

Discourse and style: theoretical and applied aspects [Diskurs i stil': teoreticheskie i prikladnye aspekty: koll. monogr. /pod red. G. Ya. Solganika, N. I. Klushinoy, N. V. Smirnovoy]. Moscow, 2014.

Duskaeva L. R. The style of media text: selected articles 2010–2012 gg. [Stilistika mediateksta: izbr. statji 2010–2012 gg.]. St Petersburg, 2012. URL: http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:MbYC35s6840J:jf.spbu.ru/upload/files/file_1354569906_8832.pdf+&cd=1&hl=ru&ct=clnk&gl=ru.

Golev N. D. Editor's note: invective and manipulative function of language [Ot redaktora: invektivnaya i manipulyativnaya funktsiya yazyka] // Yurilingvistika-6: Invective and manipulative language operation [Invektivnoe i manipulyativnoe funktsionirovanie yazyka]. Barnaul, 2005. S. 3–12.

Golev N. D. Editor's note: the legal communication in the mirror natural language [Ot redaktora: pravovaya kommunikatsiya v zerkale estestvennogo yazyka] // Yurilingvistika-7: Language as a phenomenon of legal communication [Yazyk kak fenomen pravovoy kommunikatsii]. Barnaul, 2006. S. 8–38.

Golev N. D. Legal language in the linguistic aspect of lighting [Yuridicheskiy aspekt yazyka v lingvisticheskom osveshchenii] // Yurilingvistika-1: Problems and Prospects [Problemy i perspektivy]. Barnaul, 1999. S. 12–59.

Golev N. D. On the specifics of the language rights of the whole people in the system of the Russian language and its legal operation [O spetsifike yazyka prava v sisteme obshchenarodnogo russkogo yazyka i ee yuridicheskogo funktsionirovaniya] // *Yurislilingvistika-5: Legal aspects of the language and linguistic aspects of the law [Yuridicheskie aspekty yazyka i lingvisticheskie aspekty prava]*. Barnaul, 2004. С. 39–57.

Language and discourse of the media in the 21st century [Yazyk i diskurs sredstv massovoy informatsii v XXI veke: kol. monogr. / pod red. M. N. Volodiny]. Moscow, 2011.

Lisitskaya L. G. Modern media text and its role in language training bachelor: Higher education in Russia [Sovremennyy mediatekst i ego rol' v yazykovoy podgotovke bakalavra: vysshee obrazovanie v Rossii]. 2014. No. 4. S. 101–106.

Media text: strategies — functions — style [Mediatekst: strategii — funktsii — stil': koll. monogr. / pod red. L. I. Grishaevoy, T. V. Chernyshovoy, A. G. Pastukhova]. Orel, 2010.

Philological-communication studies: Yearbook 2014 [Filologo-kommunikativnye issledovaniya: ezhegodnik-2014 / nauch. red. A. A. Chuvakin; I. V. Silantjev]. Barnaul, 2014.

Prikhod'ko A. I. Evaluation as social and cultural mark at journalism text [Ochenochnost' kak sociokul'turnyj priznak zhurnalistskogo teksta] // *Media Linguistics*. 2016. No. 1(11). 2016. P. 73–82.

Rozenshtok-Khyussi O. Speech and reality [Rech' i deystvitel'nost']. Moscow, 1994.

Rozhdestvenskiy Yu. V. Rhetoric theory [Teoriya ritoriki]. Moscow, 1997.

Russian in modern media space [Russkiy yazyk v sovremennom mediaprostranstve: mezhdunar. nauch.-prakt. konf. (g. Belgorod, BelGU, 23–26 sent. 2009 g.): sb. nauch. tr. / otv. red. A. V. Polonskiy]. Belgorod, 2009.

Sedov K. F. The man in the genre space everyday communication [Chelovek v zhanrovom prostranstve povsednevnoy kommunikatsii] // *Anthology of speech genres: Casual communication [Antologiya rechevykh zhanrov: povsednevnyaya kommunikatsiya]*. Moscow, 2007. S. 7–38.

The style of both rechevedenie: collection of sci. works of the Slavic stylists, dedicated to the memory M. N. Kozhina [Stilistika kak rechevedenie: sb. nauch. trudov slavyanskikh stilistov, posvyashchenny pamyati M. N. Kozhinoy / pod red. L. R. Duskaevoy]. Moscow, 2013.

Tsvik V. L. Introduction to Journalism [Vvedenie v zhurnalistiku: ucheb. posobie]. 2nd ed. Moscow, 2000. URL: <http://www.twirpx.com/file/102080/>.

Urzaeva K. B., Chernyshova T. V., Chuvakin A. A. Conceptual bases of educational books on rhetoric to prepare philology masters under a multi-ethnic environments [Kontseptual'nye osnovaniya uchebnoy knigi po ritorike dlya podgotovki magistrrov filologii v usloviyakh polietnicheskoy sredy] // *Rhetoric and speech discipline in terms of education reform [Ritorika i rechevedcheskie distsipliny v usloviyakh reformy obrazovaniya: mater. XIII mezhdunar. nauch. konf. (4–6 fevr. 2016 g.) / pod red. Yu. V. Shcherbinoy, E. L. Erokhinoy]*. Moscow, 2016. S. 257–261.

Zemskiy A. M., Kryuchkov S. E. Book of problems in school style for adult advanced: manual for the development of speech [Zadachnik po stilistike dlya shkol vzroslykh povyshennogo tipa: posobie po razvitiyu rechi]. Moscow, 1931.

УДК 81`42; 81`24;
ББК 8;
ГРНТИ 16.31.51;
КОД ВАК 10.02.01; 13.00.02

Н. Г. Нестерова, С. В. Фащанова
Томск, Россия

РАДИОТЕКСТ В АСПЕКТЕ МЕДИАОБРАЗОВАНИЯ

Наталья Георгиевна Нестерова, доктор филологических наук, доцент кафедры русского языка Томского государственного университета.

634050, Томск, пр. Ленина, 36.

E-mail: nesterovatomsk@mail.ru.

Светлана Владимировна Фащанова, кандидат филологических наук, доцент кафедры русского языка Томского государственного университета.

634050, Томск, пр. Ленина, 36.

E-mail: faschanova@gmail.com.

© Нестерова Н. Г., Фащанова С. В., 2017

Постановка проблемы. Современные социокультурные и информационно-коммуникационные условия вызвали всплеск медиаобразования. Так, база данных eLIBRARY.RU на запрос «медиаобразование» показывает более 3600 работ, значительное место среди которых занимают публикации, отражающие зарубежный опыт медиаобразования. Научные источники на английском, немецком и китайском языках, привлеченные в рамках данного исследования, свидетельствуют о том, что вопросы медиаобразования за рубежом стали обсуждаться гораздо раньше и что активное внимание в медиаобразовании обращается на возможности радио [напр.: Allen, Anzalone 1978; Моетекка 1983; Schütt 1962].

В медиаобразовании, как нам видится, выделяются три основных аспекта.

Первый аспект находит отражение в исследованиях, посвященных формированию высокообразованной личности, профессионально занятой в сфере массовой коммуникации [Захарьев 1998; Зеленова 2013; Исакова 2012; Шестёркина 2013 и др.]. Акцентируя внимание на радио как носителе массовой информации, отметим работы, в которых утверждается, что обозначенная проблема является следствием современных технических изменений, повысивших рейтинг радио как канала СМИ [см.: Hu Juan 2014; Nan Zhujun, Xiong Zhonghui 2013] и вызвавших интерес к радио со стороны интернет-пользователей [Liu Ting 2015: 5]. Интерес представляют также статистические данные, содержащиеся в статьях американских и немецких авторов: примерно 90% населения США слушают аудиоматериалы каждый день по три часа, из них примерно полтора часа отводится радио [Perkins 2011], 72% молодежи Германии (12–19 лет) радио слушают несколько раз в неделю [Moser 2010]. Авторами отмечается, что в потреблении СМИ радио имеет преимущества перед телевидением: подростки могут слушать его

вне семьи, вместе с ровесниками. И хотя примерно две трети молодежи предпочитают музыкальные программы разговорным, молодые слушатели «адаптируются» к языку ведущих, что выражается, в частности, в использовании сленговых единиц, употребляемых ведущими [Ibid.], т. е. речь ведущих становится образцом и играет для молодежи нормотворческую роль.

Российские и зарубежные специалисты, работающие в области радиожурналистики, констатируют, что престиж работы в качестве радиоведущего остается высоким, при этом меняются стандарты и критерии, предъявляемые к ведущим, диджеям. Это выдвигает в число приоритетных проблему профессиональной подготовки современного радиожурналиста и радиоведущего. Эффективность решения обозначенной проблемы напрямую зависит от мотивации будущих журналистов к решению задач, нацеленных на профессиональное, компетентностное развитие личности. В этом контексте особое внимание обращаем на включенность в обсуждение проблемы лингвистов [Антонова 2013; Каминская 2014; Шмельёва 2015].

Ответственность радиоведущих исследователи связывают с тем, что радиопрограммы должны не только выступать в качестве эталона языка, но и выполнять культуроформирующую функцию [Ma Shuci 2013: 154]. Китайские лингвисты обращают внимание на то, что язык просветительской программы помогает сформировать представление о культурном наследии, поэтому он должен быть доступным для понимания и красивым [Huang Rui 2016: 127]. Ведущий должен использовать литературный язык и разнообразные «уникальные» средства языка, которые будут демонстрировать его эстетическую природу [Yuan Fang 2014: 173].

Второй аспект связан с формированием медиаграмотной личности. В публикациях, монографиях, учебных пособиях, размещенных в eLIBRARY.RU, рассматриваются теоретические и практические проблемы медиаобразования детей дошкольного и школьного возраста, молодежи. Многочисленные публикации посвящены роли сетевых СМИ в личном и семейном медиаобразовании.

В качестве ключевой концепции медиаобразования в рамках данного аспекта рассматривается медиакомпетентность личности [Арутюнян, Возчиков 2014; Паранина 2014; Чельшева 2013; Фатеев 2013; Фёдоров 2009]. Значимость медиаобразования исследователи связывают с повышением информационной культуры, со способностью критически анализировать информацию, с умением интерпретировать медиатексты. Так, ключевой идеей ряда работ немецких исследователей является необходимость включать в социальную работу с детьми и подростками формирование компетенций в области СМИ [Alfert 2014]. Н. Алферт подчеркивает актуальность сформированных компетенций не только для данного периода развития личности, но и на будущее.

В научной литературе выделяются два этапа развития медийных компетенций у детей и подростков. Первый этап — когда дети используют СМИ под наблюдением и управлением родителей, второй этап — когда взаимодействие со СМИ осуществляется в среде ровесников. Указывается на особую значимость начальной медийной компетенции, которая в дальнейшем влияет на потребление СМИ подростками [Friedrichs, Sander 2010].

С целью подтверждения воспитательного потенциала радио исследователи проводят эксперименты, участниками которых становятся дети и подростки [Flagg 1994]. Автором указанной работы выявлено, что дети и подростки, слушавшие в течение нескольких недель тридцатиминутные научно-популярные радиопрограммы, более склонны к науке и домашним научным экспериментам, чем те, которые не слушали

данные выпуски. Зарубежные исследования показывают также, что культурно-просветительские программы квалифицируются как сложные, по сравнению с «простыми» форматами телепрограмм, и заставляют слушателей задуматься над общечеловеческими проблемами, способствуют их интеллектуальному развитию [Nan Zhujun, Xiong Zhonghui 2013: 17].

Значительное место занимают работы, в которых рассматривается состояние медиапедагогике в разных странах. Например, изучаются вопросы о формах участия в деятельности СМИ молодежи Вьетнама, Кыргызстана, Индии [Asthana 2009]. Анализируя примеры создания радиопрограмм школьниками, специалисты настаивают на том, что для эффективной медиапедагогике важно участие детей в процессе создания медиатекста — тогда из пассивных слушателей они превращаются в компетентных пользователей СМИ [Schöwer 1990].

Третьим аспектом медиаобразования является лингвометодический, связанный с изучением возможностей средств массовой коммуникации в обучении языкам. В число значимых задач выдвигается необходимость сделать доступным для понимания учащегося пространство радио- и телеэфира, русскоязычного Интернета. Обращение к материалам интернет-сети, видео, радио в учебном процессе актуально, так как они являются ежедневно обновляющимся источником аутентичных текстов, представляющих реальные речевые ситуации, и потому всегда актуальны. По наблюдениям методистов, обучение с применением медиаресурсов создает условия «для повышения результативности процесса обучения, творческих, коммуникативных способностей, умений полноценного восприятия, анализа и оценки медиатекстов» [Чумаколенко 2013: 89].

В данной статье представлены некоторые результаты применения радиоресурсов в обучении русскому языку как иностранному.

История вопроса. В других публикациях нами уже обращалось внимание на то, что в методической литературе XXI в. отражается активный поиск новых технологий обучения языкам и на то, что методистами и авторами учебников, ориентированных на обучение русскому языку как иностранному на материале российских СМИ, раскрываются возможности интернет-технологий, актуальных для лингводидактики [Нестерова, Фащанова 2013; Nesterova, Fashchanova 2015 и др.]. В указанных публикациях представлен опыт обучения русскому языку как иностранному, описаны разработанные методики и варианты работы с медиатекстом, и прежде всего с радиотекстом.

В условиях развития Интернета, расширившего возможности для получения социокультурной информации, методисты говорят о появлении нового эффективного технического средства обучения [Азимов 2008; Perkins 2011]. Однако для данной публикации важно подчеркнуть не значимость Интернета как такового, а то, что его появление и развитие стало импульсом для расширения форм существования радио. Благодаря Интернету сегодня можно слушать не только прямой радиоэфир, но и архивные записи; можно посмотреть видеотрансляции радиопрограмм и прочитать стенограмму; можно познакомиться с комментариями на сайте радиостанции и самому написать мнение о передаче и обсуждаемых в ней вопросах.

Г. Кавалиаускиене описывает опыт использования подкастов (аудиоматериалов, опубликованных в Интернете) в обучении английскому языку. В числе основных достоинств онлайн-коммуникационной технологии с применением подкастов автор отмечает доступность радиоматериалов, удобство работы с ними, возможность использовать в аудиторной и самостоятельной работе [Kavaliauskienė 2015]. Автор отмечает, что даже очень короткое прослушивание звучащей речи (до пяти минут ежедневно)

позволяет студентам получить более полное представление об изучаемом языке и речи. Заметим в дополнение к наблюдениям литовского коллеги, что благодаря подкастам у студентов появляется возможность слушать разные голоса: мужские и женские, с разной тембровой окраской и другими фонетико-интонационными особенностями.

Обоснованные результаты применения подкастов англоязычного радио в организации самостоятельной работы студентов при обучении английскому языку представлены также в публикации Н. А. Игнатенко [Игнатенко 2016].

Выше обращалось внимание на то, что современные информационно-коммуникационные технологии обеспечивают разные формы размещения радиоматериалов: в виде эфирных записей, видеотрансляций радиозаписей, а также в виде стенограмм. В зарубежной лингвометодической практике стенограммы уже давно используются в качестве учебного материала [Reske 2005]. Ценность радиоскриптов видится нам в том, что они могут выступать в качестве дополнительного текстового материала при изучении разных тем, в качестве вспомогательного (печатного) варианта помогают в восприятии прослушанного в эфире радиотекста. Аутентичный характер стенограмм расширяет представление о разговорных моделях и помогает понять их при восприятии радиоречи на слух.

В обзоре работ, предложенном в публикации Р. Говон [Gowon 2009], отмечается ценность телевидения и радио как источника аутентичной речи и акцентируется внимание на необходимости постоянного развития методик использования радиоматериала, соответствующих стремительно развивающимся технологиям СМИ.

Радиоматериалы в практике преподавания русского языка как иностранного. Радиоматериалы нашли широкое применение в учебной работе с иностранными студентами Томского государственного университета. Радиотексты вводятся в программу практических и теоретических курсов русского языка как иностранного, в их числе: практикум по речевому общению, практикум по аудированию, фонетика современно-русского языка, спецкурсы «Русский язык в текстах СМИ» и «Культура и общество современной России».

В качестве материала для упражнений и творческих заданий используются звучащие файлы и стенограммы культурно-просветительских радиопрограмм: «Говорим по-русски», «Книжное казино», «Непрошедшее время», «Дифирамб», «Культурный шок» (радиостанция «Эхо Москвы»), «Смыслица» («Русский мир»), «Действующие лица» («Культура») и др. Выбор материала для упражнений обусловлен несколькими факторами. Во-первых, указанные радиопрограммы обладают лингвострановедческой значимостью: изучающие русский язык как иностранный могут не только повысить уровень владения языком, но и познакомиться с современными фактами культурной и общественной жизни России, известными представителями сферы искусства и культуры, новыми книгами и произведениями искусства. Во-вторых, используются материалы радиопрограмм о русском языке («Говорим по-русски», «Смыслица»), которые помогают иностранным студентам понять и освоить употребление фразеологизмов, пословиц и поговорок, склонение трудных имен существительных — фамилий, топонимов, иноязычных слов и т. п., узнать занимательные факты о современном русском языке, прослушать информацию о проблемах современной речевой культуры. В-третьих, ведущими культурно-просветительских радиопрограмм являются филологи (в том числе кандидаты наук), профессиональные журналисты с большим опытом работы, представители сферы культуры, что отражается на качестве радиоречи. Речь ведущих, несмотря на совмещение разговорного и публицистического стилей, носит полуспонтанный

или спонтанный характер, как правило, не содержит ошибок, сленговых или жаргонных слов, обладает богатым лексическим составом. Отмеченные факты служат основанием для квалификации таких звучащих текстов в качестве образца хорошей русской разговорной речи и использования их в дидактических целях.

При разработке упражнений на основе радиоматериалов учитывался опыт создания подобного рода заданий, отраженный в учебных пособиях «В мире новостей» [Москвитина 2009; 2013], «Новости из России» [Богомолов 2016], «В газетах пишут...» [2012] и др. Основная задача радиотекстов — развить у иностранных студентов аудирование как самый сложный вид речевой деятельности. Для решения указанной задачи используются различные типы упражнений.

В практическом курсе русского языка задания по аудированию направлены на тренировку понимания аутентичной русской речи. Наиболее эффективны такие задания в обучении студентов на среднем и продвинутом уровнях владения языком, т. е. ориентированные на студентов с достаточно высоким уровнем коммуникативной компетенции во всех сферах общения. Использование радиоматериалов для аудирования способствует формированию у иностранных студентов навыков понимания диалогов на разные темы с ярко выраженными коммуникативными намерениями и оценками говорящих. Задания по аудированию построены в формате тестовых заданий. Каждый аудиофрагмент сопровождается тестовыми заданиями и стенограммой для самопроверки. Рекомендуемая длительность звучания аудиозаписи — не более двух-трех минут.

Методика работы с тестовыми заданиями представляет несколько этапов. 1. После прослушивания аудиозаписи студент отмечает варианты ответа в тестовых заданиях. 2. Студент слушает запись звучащего текста еще раз и исправляет ошибки, если сможет обнаружить их сам. 3. Преподаватель сообщает правильные ответы и дает инструкцию по выполнению работы над ошибками. 4. Работа над ошибками строится с использованием письменного текста (стенограммы) и звучащего радиотекста. Студенты слушают запись радиоэфира, сверяют услышанное с печатным текстом, после чего комментируют причины допущенных ошибок. 6. Освоив под руководством преподавателя порядок нахождения на сайте радиостанции радиопрограмм интересующей тематики и методику работы со стенограммой и звучащим текстом, студенты переходят на этап самостоятельной работы с радиотекстом.

После работы по аудированию на базе радиотекста продолжается работа по развитию навыков говорения: как правило, предлагается формат дискуссии по обсуждаемой в радиопрограмме проблеме.

Развитие навыков говорения может быть не только завершающим этапом работы по аудированию, но и непосредственной задачей при обращении к радиоматериалам. Например, в курсе «Русский язык в текстах СМИ» осуществляется следующее задание. При изучении радио как разновидности СМИ иностранные студенты самостоятельно знакомятся с сайтами радиостанций, слушают радиопрограммы по предварительно составленному преподавателем списку, в котором содержатся радиостанции разного формата и радиопрограммы разных жанров с обязательным включением программ о культуре. После самостоятельной работы каждый студент получает задание подготовить презентацию радиостанции в PowerPoint: с использованием фотографий, картинок, списка источников. Регламент выступления ограничивается семью-восемью минутами. План подготовки устного выступления содержит следующие типовые фразы:

- Я хочу представить радиостанцию, которая называется...
- Эта радиостанция начала вещание...

— Аудитория радиостанции — широкий / узкий круг слушателей: молодёжь/бизнесмены/политики...

— О популярности радиостанции свидетельствует то, что аудитория составляет... слушателей.

— В радиопрограммах обсуждаются политические (социальные...) темы.

— Хочу остановиться на оформлении сайта радиостанции. На этом сайте много / мало / несколько фотографий (рисунков...)...

— Слушатели могут / не могут оставить свои комментарии на сайте после каждой программы/в общем форуме.

— В эфире радиостанции есть программы, которые помогают лучше понять такую проблему, как...

— Я хочу рассказать о радиопрограмме, которая представляет для меня интерес, потому что...

— Я рекомендую / не рекомендую данную радиопрограмму, потому что...

Устные выступления с презентацией обеспечивают возможность всей группе познакомиться с российскими радиостанциями в течение одного учебного занятия, а выступающим — оценить свои навыки говорения на русском языке. По отзывам иностранных студентов, такая форма работы создает более целостное представление о российском радио, чем пассивное прослушивание лекции преподавателя. Важно отметить, что многие студенты выбирают для презентации культурно-просветительские программы, мотивируя выбор их значимостью для общей языковой подготовки.

Радиоматериалы используются не только для улучшения навыков аудирования и говорения, но также для пополнения лексического запаса студентов и развития грамматических навыков и умений. Наиболее активно внимание этой работе уделяется в рамках спецкурсов «Русский язык в текстах СМИ» и «Практикум по аудированию».

Работа с лексикой, как правило, связана с предтекстовой работой (перед прослушиванием аудиофрагмента) и направлена на снятие трудностей в понимании радиотекста. Упражнения варьируются: это может быть список незнакомых слов с заданием найти их значения в словаре или список слов и значений с заданием соотнести их, работая в парах. Предтекстовые задания позволяют начать знакомство с темой занятия, подготовиться к аудированию, развить навык групповой работы.

В упражнения по развитию лексики включаются также задания на понимание и употребление синонимов и антонимов, связанных со сферой радиокommunikации. Задания предусматривают самостоятельный поиск синонимов / антонимов или поиск соответствий из двух групп слов. Например, требуется подобрать синонимы к словам из первой группы, используя слова второй группы:

1) радиоведущий, слушатели, радиотрансляция, радиопрограмма...

2) аудитория, радиовещание, радиодиджей, радиопередача...

Развитие умений и навыков в области словообразования достигается выполнением специальных упражнений, предполагающих образование новых слов по модели. В качестве образца выступают общеупотребительные слова.

М о д е л ь: *каждый день = ежедневный; ежедневно*

каждую неделю

каждый год

каждую минуту...

Для более эффективного освоения студентами курса «Русский язык в текстах СМИ» предлагаем слова, связанные с радиокommunikацией.

Модель: **радио + ведущий = радиоведущий**

радио + программа...

радио + передача...

радио + текст...

радио + слушатель...

На примере такого рода упражнений иностранные студенты осваивают основные словообразовательные закономерности в образовании существительных, прилагательных, закономерности образования сложных слов.

Выводы. Радиоресурсы предоставляют широкие возможности для медиаобразования, в том числе для эффективного обучения иностранных студентов русскому языку на базе аутентичных текстов. Привлечение культурно-просветительских радиоматериалов к занятиям по русскому языку как иностранному повышает мотивацию студентов к изучению языка и способствует лучшему пониманию русской культуры. Важным достоинством самостоятельной работы с данным типом аутентичных текстов является то, что студенты не ограничены в выборе материала для аудирования, а работа с эфирной записью и стенограммой обеспечивает возможность самоанализа относительно собственных успехов в аудировании.

Апробация разных типов заданий и методик работы с радиотекстом в иностранной аудитории убедила в успешности полученных результатов. По данным опроса студентов из разных стран (КНР, Германия, Италия, Чешская Республика) радиоресурсы помогли им улучшить навыки аудирования и стали источником информации о современной России, российских традициях и российских СМИ. Использование для аудирования аутентичных источников, отобранных на основе радиопрограмм о культуре, является практически значимым приемом для методики преподавания русского языка как иностранного.

ЛИТЕРАТУРА

Азимов Э. Г. Методика применений компьютерных технологий в обучении русскому языку как иностранному // Методика преподавания русского языка как иностранного: хрестоматия. Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2008. С. 2–14.

Антонова Л. Г. О медиаграмотности современной языковой личности // Медиаобразование 2013: сб. тр. междунар. форума конф. «Медиаобразование 2013». Москва, 31 октября — 2 ноября 2013 г. М.: Моск. гос. гуманитар. ун-т, 2013. С. 82–89.

Арутюнян А. Ю., Возчиков В. А. Медиаобразование — введение в медиакультуру // Гуманизация образования. 2014. № 1. С. 21–25.

Богомолов А. Н. Новости из России: русский язык в средствах массовой информации: учеб. пособие для изучающих рус. яз. как иностранный. М.: Рус. яз. Курсы, 2016.

В газетах пишут...: [учеб. пособие для иностранцев, изучающих рус. язык] / С. И. Дерягина, Е. В. Мартыненко, И. И. Гадалина и др. М.: Рус. яз. Курсы, 2012.

Захарьев А. Я. Я б на радио пошел, пусть меня научат! // Юношеская газета. 1998. № 34–35. URL: http://pryski.ucoz.com/news/ja_b_na_radio_poshjol_pust_menja_nauchat/2015-11-20-43.

Зеленова А. Е. Медиаобразование будущих журналистов как основа медиабезопасности // Вестн. Челябин. ун-та. 2013. № 21 (312). С. 215–218.

Игнатенко Н. А. Подкасты англоязычного радио в самостоятельной работе студентов на продвинутом этапе обучения иностранному языку // Язык и культура. 2016. № 1 (33). С. 148–159.

Исакова Т. Б. Методы проблемного обучения в практике организации самостоятельной работы студентов-журналистов // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2012. № 1 (9). С. 56–59.

- Каминская Т. Л. Новгородское медиаполе: актуальные тенденции // Вестн. Новгор. ун-та. 2014. № 1 (83). С. 4–7.
- Москвитина Л. И. В мире новостей: учеб. пособие по развитию навыков аудирования на матер. средств массовой информации (продвинутый этап). Ч. 1. СПб.: Златоуст, 2009; ч. 2. 2013.
- Нестерова Н. Г., Фащанова С. В. Интернет и интернет-СМИ как средства инновационных технологий в обучении лингвистическим дисциплинам // Открытое и дистанционное образование. 2013. № 3 (51). С. 22–27.
- Паранина Н. А. Медиаобразование как средство развития медиакультуры студентов // Педагогическое образование и наука. 2014. № 1. С.80–83.
- Фатеев В. Н. О соотношении понятий «медиакомпетенция» и «медиакомпетентность» в контексте массового медиаобразования в вузе // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2013. № 1. С. 18–23.
- Фёдоров А. В. Медиаобразование: вчера и сегодня. М.: Информация для всех, 2009.
- Чельшьева И. В. Человек в современном медиапространстве: социокультурные феномены медиаобразования // Вестн. Челябин. ун-та. 2013. № 22 (313). С. 254–260.
- Чумаколенко Н. А. Зарубежный опыт медиаобразования в художественном образовании и воспитании школьников // Вестн. Краснояр. гос. пед. ун-та. 2013. № 1 (23). С. 89–92.
- Шестёркина Л. П. Медиатекст как целевой элемент журналистского образования в условиях конвергенции СМИ. Челябинск: РЕКПОЛ, 2013.
- Шмелёва Т. В. Медийное речеведение: сб. статей за 2010–2012 гг. СПб., 2015. URL: http://jf.spbu.ru/upload/files/file_1354569984_6705.pdf.
- Alfert N. Medienbildung junger Menschen: Über den Auftrag der Kinder- und Jugendarbeit in einer mediatisierten Gesellschaft // Sozial Extra. 2014. Vol. 4. P. 42–46.
- Allen D. W., Anzalone St. Learning by Radio: The First Step to Literacy // Prospects. 1978. Vol. 8, No. 2. P. 202–210.
- Asthana S. A Study of Media Pedagogies in Three Asian Societies // Cheung Ch. Media Education in Asia. London: Springer, 2009. P. 107–120.
- Flagg B. N. Learning Science from Children's Radio: Summative Evaluation of Kinetic City Super Crew // Educational Technology Research and Development. 1994. Vol. 42, No. 3. P. 29–43.
- Friedrichs H., Sander U. Peers und Medien — die Bedeutung von Medien für den Kommunikations- und Sozialisationsprozess im Kontext von Peerbeziehungen // Freundschaften, Cliques und Jugendkulturen: Peers als Bildungs- und Sozialisationsinstanzen. Wiesbaden: VS-Verlag, 2010. P. 283–307.
- Gowon Rahila P. Effects of Television and Radio on Speaking and Writing Skills of Senior Secondary School Students in Jos Metropolis // An International Multi-Disciplinary Journal, Ethiopia. 2009. Vol. 3 (2), Janu. P. 92–108.
- Hu Juan. 基于新媒体的广播转型研究: 硕士论文. 浙江理工大学, 2014.
- Huang Rui. 电视教育节目中语言的作用 // 新闻战线. 2016. No. 15. P. 127–128.
- Kavaliauskienė G. Podcasting: a tool for improving listening skills // Teaching English with Technology. Vilnius: Mykolas Romeris Univ., 2015. URL: http://cejsh.icm.edu.pl/cejsh/element/bwmeta1.element.desklight-aa648d8c-e935-4f9f-b987-3107a34a61b3/c/A_WORD_FROM_A_TECHIE.pdf.
- Liu Ting. 刘婷. 网络广播的传播特征及优化策略 // 吉林大学, 硕士论文. 2015.
- Ma Shuci. 网络语言对广播电视语言的影响探析 // 青春岁月. 2013. No. 7. P. 154–155.
- Moeteka A. A. Radio's Role in Non-Formal Education // Prospects. 1983. Vol. 8, No. 4. P. 517–527.
- Moser H. Einführung in die Medienpädagogik: Aufwachsen im Medienzeitalter. Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften, 2010.
- Nan Zhujun, Xiong Zhonghui. 文化教育类节目的现状与未来 // 声屏世界. 2013. No. 11. P. 15–18.
- Nesterova N. G., Fashchanova S. V. Cultural-Moulding Potential of the Russian Radio and its Application in Teaching Russian Language // Procedia — Social and Behavioral Sciences. 2015. T. 200. The XXVI Annual International Academic Conference, Language and Culture, 27–30 October 2015. P. 337–343. URL: <file:///C:/Users/%D0%98%D1%80%D0%B8%D0%BD%D0%B0/>

Downloads/Cultural-moulding%20potential%20of%20the%20Russian%20radio%20and%20it.pdf.

Perkins R. A. The Persistence and Evolution of Educational Radio // *TechTrends*. 2011. Vol. 55, No. 3. P. 12–13.

Reske, Skip. Using Radio Scripts in English Language Learning // *Proceedings of the CATESOL State Conference*. 2005. P. 1–5.

Schöwer Chr. *Kinderalltag — Medienalltag: Praxisbeispiele für medienpädagogische Arbeit mit Kindern*. Berlin: Spiess, 1990.

Schütt H. Neuere Entwicklungen im Unterricht der lebenden Fremdsprachen. 2. Seminar des Eurorates in London, 12–23. März 1962 // *International Review of Education*. 1962. Vol. 8. P. 246–247.

Yuan Fang. 节目主持人的语言艺术 // 金田 (勵志). 2014. No. 7. P. 128–131.

REFERENCES

Alfert N. Medienbildung junger Menschen: Über den Auftrag der Kinder- und Jugendarbeit in einer mediatisierten Gesellschaft // *Sozial Extra*. 2014. Vol. 4. P. 42–46.

Allen D. W., Anzalone St. Learning by Radio: The first Step to Literacy // *Prospects*. 1978. Vol. 8, No. 2. P. 202–210.

Antonova L. G. About media literacy of modern language identity [O mediagramotnosti sovremennoy yazykovoy lichnosti] // *Media education 2013: Collection of International Forum «Media education 2013»* [Mediaobrazovanie 2013: sb. tr. mezhdunar. foruma konf. «Mediaobrazovanie 2013». Moskva, 31 okt. — 2 noyabrya 2013 g.]. Moscow, 2013. S. 82–89.

Arutyunyan A. Yu., Vozchikov V. A. Media education — introduction in media culture [Mediaobrazovanie — vvedenie v mediakulturu] // *Humanization of education* [Gumanizatsiya obrazovaniya]. 2014. No. 1. S. 21–25.

Asthana S. *A Study of Media Pedagogies in Three Asian Societies* // Cheung Ch. *Media Education in Asia*. London: Springer, 2009. P. 107–120.

Azimov E. G. Methodology of computer technology applications in teaching Russian as a foreign language [Metodika primeneniya kompyuternykh tekhnologiy v obuchenii russkomu yazyku kak inostrannomu] // *Methodology of Teaching Russian as a Foreign language* [Metodika prepodavaniya russkogo yazyka kak inostrannogo: hrestomatiya]. Ekaterinburg, 2008. S. 2–14.

Bogomolov A. N. *News from Russia: Russian in mass media: textbook for students studying Russian as a foreign language* [Novosti iz Rossii: russkiy yazyk v sredstvakh massovoy informatsii: ucheb. posobie dlya izuchayuschih russkiy yazyk kak inostrannyiy]. Moscow, 2016.

Chelysheva I. V. Man in the modern media zone: social and cultural phenomena of media education [Chelovek v sovremennom mediaprostranstve: sotsiokulturnyye fenomeny mediabrazovaniya] // *Digest of Chelyabinsk State University* [Vestn. Chelyabin. un-ta]. 2013. No. 22 (313). S. 254–260.

Chumakolenko N. A. International experience of media education in art education of schoolchildren [Zarubezhnyy opyt mediabrazovaniya v hudozhestvennom obrazovanii i vospitanii shkolnikov] // *Digest of Krasnoyarsk State Pedagogical University* [Vestn. Krasnoyar. gos. ped. un-ta]. 2013. No. 1 (23). S. 89–92.

Fateev V. N. About “media competence” and “media adequacy” in the context of mass media education in the university [O sootnoshenii ponyatiy «mediakompetentsiya» i «mediakompetentnost» v kontekste massovogo mediabrazovaniya v vuze] // *Sign: Problem Zone of Media Education* [Znak: problemnoe pole mediabrazovaniya]. 2013. No. 1. S. 18–23.

Flagg B. N. *Learning Science from Children’s Radio: Summative Evaluation of Kinetic City Super Crew* // *Educational Technology Research and Development*. 1994. Vol. 42, No. 3. P. 29–43.

Friedrichs H., Sander U. Peers and Medien — die Bedeutung von Medien für den Kommunikations- und Sozialisationsprozess im Kontext von Peerbeziehungen // *Freundschaften, Cliques und Jugendkulturen: Peers als Bildungs- und Sozialisationsinstanzen*. Wiesbaden: VS-Verlag, 2010. P. 283–307.

- Fyodorov A. V.* Media education: yesterday and today [Mediaobrazovanie: vchera i segodnya]. Moscow, 2009.
- Gowon Rahila P.* Effects of Television and Radio on Speaking and Writing Skills of Senior Secondary School Students in Jos Metropolis // An International Multi-Disciplinary Journal, Ethiopia. 2009. Vol. 3 (2), Janu. P. 92–108.
- Hu Juan.* Jiyou xinmeitide guangbo zhuanxing yanjiu: shuoshi lunwen // Zhejiang ligong daxue. 2014.
- Huang Rui.* Dianshi jiaoyu jiemuzhong yuyande zuoyong // Xinwen zhanxian. 2016. No. 15. P. 127–128.
- Ignatenko N. A.* Podcasts of English language radio in student's self-studying for advanced level [Podkasty angloyazychnogo radio v samostoyatel'noy rabote studentov na prodvnutom etape obucheniya inostrannomu yazyku] // Language and Culture [Yazyk i kultura]. 2016. No. 1 (33). C. 148–159.
- In the newspapers they write ...: textbook for students studying Russian as a foreign language [V gazetah pishut...: ucheb. posobie dlya inostrantsev, izuchayuschih russkiy yazyk] /S. I. Deryagina, E. V. Martynenko, I. I. Gadalina et al. Moscow, 2012.*
- Isakova T. V.* Methodology of problem's studying in real student's self-studying in journalistic [Metody problemnogo obucheniya v praktike organizatsii samostoyatel'noy raboty studentov-zhurnalistov] // Sign: Problem Zone of Media Education [Znak: problemnoe pole mediaobrazovaniya]. 2012. No. 1 (9). S. 56–59.
- Kaminskaya T. L.* Novgorod media zone: actual trends [Novgorodskoe mediapole: aktualnyie tendentsii] // Digest of Novgorod State University [Vestn. Novgor. gos. un-ta]. 2014. No. 1 (83). S. 4–7.
- Kavaliuskienė G.* Podcasting: a tool for improving listening skills // Teaching English with Technology. Vilnius: Mykolas Romeris Univ., 2015. URL: http://cejsh.icm.edu.pl/cejsh/element/bwmeta1.element.desklight-aa648d8c-e935-4f9f-b987-3107a34a61b3/c/A_WORD_FROM_A_TECHIE.pdf.
- Liu Ting.* Wangluo guangbode chuanbo tezheng ji youhua celue // Jilin daxue, shuoshi lunwen. 2015.
- Ma Shuci.* Wangluo yuyan dui guangbo dianshi yuyande yingxiang fenxi // Qingchun sui Yue. 2013. No. 7. P. 154–155.
- Moemeka A. A.* Radio's Role in Non-Formal Education // Prospects. 1983. Vol. 8, No. 4. P. 517–527.
- Moser H.* Einführung in die Medienpädagogik: Aufwachsen im Medienzeitalter. Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften, 2010.
- Moskvitina L. I.* In the world of news: Textbook for listening mass media texts [V mire novostey: ucheb. posobie po razvitiyu navyikov audirovaniya: na mater. sredstv massovoy informatsii]. Ch. 1. St Petersburg, 2009; ch. 2. 2013.
- Nan Zhujun, Xiong Zhonghui.* Wenhua jiaoyulei jiemude xianzhuang yu weilai // Shengping shijie. 2013. No. 11. P. 15–18.
- Nesterova N. G., Fashchanova S. V.* Cultural-Moulding Potential of the Russian Radio and its Application in Teaching Russian Language // Procedia — Social and Behavioral Sciences. 2015. T. 200. The XXVI Annual International Academic Conference, Language and Culture, 27–30 October 2015. P. 337–343. URL: <file:///C:/Users/%D0%98%D1%80%D0%B8%D0%BD%D0%B0/Downloads/Cultural-moulding%20potential%20of%20the%20Russian%20radio%20and%20it.pdf>.
- Nesterova N. G., Fashchanova S. V.* Internet and Internet mass media as a tool of innovative methodology in linguistic education [Internet i internet-SMI kak sredstva innovatsionnykh tekhnologiy v obuchenii lingvisticheskimi distsiplinami] // Open and Online Education [Otkryitoe i distantsionnoe obrazovanie]. 2013. No. 3 (51). S. 22–27.
- Paranina N. A.* Media education as a tool of student's media culture developing [Mediaobrazovanie kak sredstvo razvitiya mediakulturyi studentov] // Pedagogical Education and Science [Pedagogicheskoe obrazovanie i nauka]. 2014. No. 1. S. 80–83.
- Perkins R. A.* The Persistence and Evolution of Educational Radio // TechTrends. 2011. Vol. 55, No. 3. P. 12–13.
- Reske, Skip.* Using Radio Scripts in English Language Learning // Proceedings of the CATESOL State Conference. 2005. P. 1–5.

Schöwer Chr. Kinderalltag — Medienalltag: Praxisbeispiele für medienpädagogische Arbeit mit Kindern. Berlin: Spiess, 1990.

Schütt H. Neuere Entwicklungen im Unterricht der lebenden Fremdsprachen. 2. Seminar des Europarates in London, 12–23. März 1962 // International Review of Education. 1962. Vol. 8. P. 246–247.

Shestyorkina L. P. Media text as the target element of journalist education in media convergence [Медиа́текст как тселевой элемент журналистского образования в условиях конвергенции СМИ]. Chelyabinsk, 2013.

Shmelyova T. V. Media speech science [Медийное исследование: сб. статей за 2010–2012 гг.]. St Petersburg, 2015. URL: http://jf.spbu.ru/upload/files/file_1354569984_6705.pdf.

Yuan Fang. Jiemu zhuchirende yuyan yishu // Jintian (lizhi). 2014. No. 7. P. 128–131.

Zaharjev A. Ya. I'd radio I went, let me teach! [Ya b na radio poshel, pust menya nauchat!] // Youth Newspaper [Yunosheskaya gazeta]. 1998. No. 34–35. URL: http://pryski.ucoz.com/news/ja_b_na_radio_poshjol_pust_menja_nauchat/2015-11-20-43.

Zelenova A. E. Media education of future journalists as a base for media safety [Медиаобразование будущих журналистов как основа медиabezопасности] // Digest of Chelyabinsk State University [Vestn. Chelyabin. un-ta]. 2013. No. 21 (312). S. 215–218.

**МЕДИАТЕКСТ: СТРУКТУРА, КОМПОЗИЦИЯ,
ВЕКТОРЫ ОБНОВЛЕНИЯ**
.....

УДК 821.511.1;
ББК 83.3(2Рос);
ГРНТИ 17.09.91;
КОД ВАК 10.01.01

Ю. С. Подлубнова
Екатеринбург, Россия

НАРОДЫ СЕВЕРА В ТРАВЕЛОГАХ УРАЛЬСКИХ ПИСАТЕЛЕЙ 1930-Х ГОДОВ*

* Статья выполнена в русле программы фундаментальных исследований УрО РАН «Формирование национальных художественных систем пермских литератур в социокультурном ландшафте России конца XIX — первой половины XX века».

Юлия Сергеевна Подлубнова, научный сотрудник сектора истории литературы Института истории и археологии Уральского отделения Российской академии наук; заведующий музеем «Литературная жизнь Урала XX века» Объединенного музея писателей Урала.
620990, Екатеринбург, ул. С. Ковалевской, 16;
620075, г. Екатеринбург, ул. Толмачева, 41.
E-mail: tristia@yandex.ru.

© Подлубнова Ю. С., 2017

Постановка проблемы. 1930-е годы — время активного обращения советского искусства к тематике Севера, моделирования образа малых народностей, населяющих полярные и приполярные территории СССР. Это время антиколониальной риторики на уровне государства и разнообразных действий по включению коренного населения Севера в универсальную структуру советской национальной матрицы, время «внутренней колонизации», если следовать концепции А. М. Эткинды [Эткинд 2013]. Какова специфика изображения коренных народов Урала и Сибири в текстах советских писателей и журналистов, выполнявших государственный заказ? Есть ли принципиальное расхождение травелогов 1930-х годов, обращавшихся к образам инородцев, с предшествующей этнографической традицией?

История вопроса. Стоит напомнить, что отнюдь не советские авторы были первопроходцами и описателями земель Урало-Сибирского края и народностей, проживающих на этих территориях. Еще со времен формирования государственности Российская империя была нацелена на геокультурную экспансию. В литературе геокультурный экспансионизм стал особенно актуален на рубеже XIX и XX вв. Как пишет Е. К. Созина, «Серебряный век заново открывал для культурного освоения многие регионы мира и Российской империи. Именно в этот период в русской культуре оформляется своя мифопоэтика и этнотопика Севера, уже не связанного с Северной столицей — Петербургом (как преимущественно было в поэзии XVIII–XIX вв.), и происходит это благодаря, главным образом, запискам путешественников...» [Созина 2012: 184]. Такие писатели, как М. Пришвин, К. Жаков, К. Носилов, П. Инфантьев, внесли значительный вклад в создание образа Севера, описание народностей, населяющих его.

Современные исследователи также не раз обращались к образу инородца, пони-

мая его как «другого», отраженного в «зеркале культуры», соседа, данника, должника [Слезкин 2017]. На примере литературных произведений выявляли колониальную проблематику в текстах, посвященных малым народностям [Литовская 2005]. Обозначали специфику этнографической беллетристики писателей, отправлявшихся в путешествие на Север [Созина 2014].

Настоящее исследование представляет собой социокультурный и художественный анализ литературного материала. Его методику, строящуюся в культурологическом плане на применении идеи «внутренней колонизации» [Эткинд 2013], во многом определили работы Е. К. Созиной и М. А. Литовской. Кроме того, обращаясь к травелогу, мы опираемся на работы, широко представляющие путешествия в зеркале культурных отражений [Милюгина, Строганов 2013; Русский травелог... 2015] и самые разные традиции жанра [Русский травелог... 2015], в том числе уральский травелог [Власова 2015] и северные нарративы [Созина 2012].

Материалы исследования. Интерес журналистов и писателей 1930-х годов к малым народностям Урала и Сибири был связан с глобальными процессами, шедшими в СССР, в частности, с промышленным освоением районов Крайнего Севера, богатых природными ресурсами и имеющими стратегическое значение. «Освоение Арктики и Северного морского пути советским правительством с самого начала представлялось в качестве важнейшей задачи, решение которой было необходимо для развития экономики страны и укрепления военно-стратегического положения государства на северных границах. Проблемы хозяйственного развития северных территорий рассматривались в связи с подготовкой планов индустриализации СССР. На I Всесоюзной конференции по размещению производительных сил, которая проходила в Москве осенью 1932 г., председатель Госплана СССР В. И. Межлаук сказал, что государство придает большое значение решению проблем Севера и „уже готово наступать по всему фронту“» [Тимошенко 2013: 150]. Во Второй пятилетний план развития народного хозяйства СССР был включен раздел «Освоение Арктики», где было заявлено о широком изучении и промышленном использовании заполярных районов Советского Союза. Проблема индустриализации Севера стояла на повестке дня в течение всех 1930-х годов: осваивался Северный морской путь, строились Игарка и Магадан, возводился Норильский горно-металлургический комбинат, работал целый ряд разведывательных и промышленных экспедиций.

Политический и экономический экспансионизм как выбранный для страны курс проявлялся в перераспределении на Север людских потоков; полярники: ученые, специалисты различного профиля, летчики, моряки, рабочие — неизменно становились героями эпохи. Как отмечает К. Кларк, «хотя полярники фактически занимались научными измерениями, рассказ об их работе переводится на язык риторики возвышенного и неизмеримого. Изучение океана экспедицией Папанина оказалось связано с эпистемологией высшего порядка и параметрами возвышенного (в силу необычайной глубины), а также с овладением территорией и господством над физическими ресурсами» [Кларк 2009]. Работа в условиях Крайнего Севера в социальной риторике расценивалась как героическая и жертвенная и одновременно предельно полезная для всей страны.

Искусство 1930-х годов вслед за официальной прессой превозносило мужество и храбрость покорителей «Арктической Сахары» — вспомним, насколько популярны были кинолента «Семеро смелых» (1936) С. Герасимова и роман «Два капитана» (1938–1944) В. Каверина. Нередкими были и поездки литераторов в северные районы СССР.

Советские писатели попадали на Север по-разному. Так, уральский писатель и журналист А. Климов¹ откликнулся на призыв ЦК ВЛКСМ принять участие в освоении Арктики в 1931 г. В Арктике он «делал все, что поручали: организовывал первые национальные советы, организовывал колхозы. Был редактором газет по ловле рыбы в море. Летал вместе с Молоковым, Водопьяновым, Головиным, Алексеевым на первых авиатрассах Севера» [Капитонова, Метелева]. На оленьих упряжках и на собаках А. Климов проехал по Заполярью, работал в Салехарде, Норильске, Игарке, Березове, на Диксоне и Новой Земле. Его наблюдения легли в основу очерков и рассказов, которые охотно публиковала региональная и центральная пресса. В 1934 г. его утвердили корреспондентом «Правды» по Ямальскому округу, а в 1935 г. он напечатал избранное в книге «Сердце тундры», вышедшей в Омске.

Другой уральский писатель С. Морозов-Уральский², если верить информации, приведенной в альманахе «Тагильский краевед», в 1930 г. вместе с тагильчанами Н. Г. Масальским и В. А. Симоновым и псом-медвежатником по кличке Фунтик отправился на Север по собственному почину. «Путешествию на Север нужна была подготовка. Масальский съездил в Свердловск, в отделение Комитета Севера. Там посоветовали вести записи об увиденном и собирать этнографический материал. Нижнетагильский окружной совет профсоюзов дал на дорогу 1000 рублей, Союз охотников — порох, дробь и другие припасы для ружей: у Морозова было одноствольное охотничье ружье, у Масальского — двустволка. Осавиахим выделил винтовку с патронами, а радиоузел — довольно громоздкий радиоприемник...» [Из старых публикаций 1989]. В начале апреля путешественники доехали на поезде до Надеждинска (ныне Серов), дальше по узкоколейке — до поселка лесорубов, где взяли лошадей и оправились в Бурмантово, становиче остояк, откуда и начали вести свои записи. Все трое озаглавили свои очерки «В стране Манси», однако Масальский и Симонов написали не очень большие по объему тексты (их материалы опубликовал журнал «Уральский охотник» в номерах за сентябрь и октябрь — ноябрь 1930 г.), а уже имевший публикации в региональной прессе С. Морозов-Уральский, напечатавшись по результатам поездки в свердловском журнале «Рост» (1930, № 7–8), выпустил полноценную книгу в ГИХЛе.

Наконец, еще один уральский писатель И. Панов³ был просто одержим Севером. Он не раз выезжал в экспедиции и командировки на север Урала и Сибири. Из архивных материалов известно, что в 1928 г. он присоединился к экспедиции, отправившейся из Тобольска [Объедин. музей писателей Урала: д. 30], в 1932 г. поехал в творческую командировку от «Уралохотсоюза» в Остяко-Вогульский и Ямало-Гыдаямский округа с целью сбора материалов для журнала «Уральский охотник» [Там же: д. 29, л. 74], в 1937 г. — в еще одну творческую командировку от Союза писателей СССР [Там же: д. 29, л. 77], в 1939 г. работал на плавучей базе экспедиции «Советский Север» [Там же: д. 28, л. 14]. О поездке 1939 г. сохранилось некоторое количество архивных материалов. Из автобиографии 1941 г.: «В январе 1939 года уехал на Обский Север заканчивать роман о рядовых героях Севера и вернулся оттуда 26 мая 1940 года. Кроме работы над романом я редактировал бассейновую газету Политотдела Облгосрыбтреста „Северный рыбак“, читал лекции по истории партии, участвовал в Тобольской газете „Тобольская правда“» [Там же: д. 21, л. 3]. Из воспоминаний сына писателя: «Суточных отцу на Севере явно не хватало, потому он согласился с предложением политуправления Нижнеобского пароходства Наркомата пищевой промышленности и Омского обкома партии возглавить плавучую культурную базу, предназначенную для обслуживания рыбзаводов и рыбацких поселков, расположенных вдоль Оби до ее

впадения в Ледовитый океан. <...> Он проводил лекции о международном положении, работал в „Тобольской правде“, ездил по местным колхозам и стойбищам. Агитатор, пропагандист, отец проводил разъяснительную работу с местным населением по пережиткам племенного быта. Лошади, олени, самолет Обьтреста — вот в те дни средства его перемещения» [Панов 2000: 34]. И. С. Панов создал целый ряд статей и очерков, посвященных проблемам Севера, роман «Урман», остались также фрагменты незаконченного романа «В песцовой пустыне».

Мобильность писателей, не задерживающихся, как правило, в какой-либо одной местности, подвигала их к фиксации дорожных наблюдений и впечатлений. Травелоги или тексты, близкие к ним по своим структурно-содержательным характеристикам, не редкость в их творческом наследии. Так, своеобразным травелогом является очерк И. Панова «Письмо из Надыма» (1933); сквозным сюжетом книги «В стране Мань-си» (1932) С. Морозова-Уральского стало путешествие героя по территориям туземцев; элементы дорожных дискурсов найдем в пионерской книге «Мы из Игарки» (1938), составленной А. Климовым. Кроме того, перу Климова принадлежит очерк «По пороше» (1939), описывающий длительное путешествие по северному лесу с охотниками-белковщиками.

Анализ материала. Показательно, что чем более художественным были произведения авторов-путешественников, тем менее в них была выражена сама структура травелога. Например, нет никакой возможности нарисовать схему перемещений героя в тундре по книге С. Морозова-Уральского. Для сравнения, спутники Морозова-Уральского, не имевшие писательских амбиций, лишь документировавшие путешествие, очень четко обозначили движение от Бурмантово к Северной Сосьве, поселку Усть-Маньи, Саранпаулю, селу Няксимволю, горе Тел-Поз-Из (где Морозов-Уральский их покинул, поскольку его ждала беременная жена), а затем отправились по речному пути Березов — Тобольск — Тюмень. Содержанием их очерков стали непосредственно дорожные впечатления:

По дороге мы часто вылезаем из саней, чтобы согреться, и идем по насту, который свободно держит человека.

Дорога почти все время идет по болоту, поросшему мелким сосняком — карандашником. Пересекаем очень много следов: куропаток, заячьих, белчих и двух недавно прошедших росамах.

Проехав около 30 километров, делаем привал на реке Сосьве [Масальский, Симонов 1989].

В книге С. Морозова-Уральского дорожных впечатлений крайне мало, его не очень интересует наблюдаемый ландшафт, не возникает желания рассказать об особенностях самого путешествия. На первый план закономерно выходят процессы советизации региона.

Другие писатели 1930-х годов, командированные на Север и выступавшие в качестве инструментов проведения внутренней политики власти, также вживляли советский дискурс в тексты любых жанров. Травелоги в таком случае зачастую превращались в гибриды путевых и производственных очерков. *Создание мощного социалистического хозяйства... вопрос, за решение которого взялись массы, и им надо в этом решительно помочь [Морозов-Уральский 1932: 66], —* убежденно заканчивал свой очерк о рыболовецком колхозе «Заря советов» С. Морозов-Уральский, двумя абзацами ранее запечатлевший картину: *группа грязных, оборванных туземцев, как милости, просит школы и учебы [Там же].*

Направление путешествия, как пишет Е. Г. Власова, наблюдающая за дорожной литературой Перми начала XX в., определяло выбор персонажей для произведений: «Ключевыми героями северных путешествий становятся коми-пермяки, чаще явленные в образе ямщиков и проводников...» [Литературный процесс... 2016: 157]. Это замечание справедливо и для советского времени. На севере Сибири и уральских территорий писателей и журналистов 1930-х годов неизбежно ожидали встречи с коренным населением. В этой связи система персонажей в очерках и рассказах советских авторов, увлеченных Севером, приобретала яркий национальный колорит: ханты, манси, ненцы, эвенки, кеты и другие малые народности оказывались в центре внимания путешественников. *Прежнее название Сале-Харда — Обдорск. Старый Обдорск умер так же, как умерло презрительное название — самоед. Сейчас нет самоедов — есть ненцы. Не стало остяков — есть хантэ, нет вогулов — есть манси* [Панов 1950: 11], — писал И. Панов в «Письме из Надыма». Или здесь же: *Вот Павел Тайбори, ненец — старший пастух второго стада. В его чуме с железной печкой, с досками, начищенными до желтизны, чисто как в больнице. Тайбори не сделает ни одного лишнего перегона. Он никому не разрешит без надобности беспокоить стадо. Тайбори пятьдесят лет, но он учится грамоте и выполняет партийную работу* [Там же: 14].

Поскольку удельный вес персонажей-инородцев в текстах советских авторов, исследовавших Север, был предельно высок, туземцы здесь уже не могли быть ограничены лишь ролями ямщиков и проводников. Задача писателей 1930-х годов состояла в представлении малых народностей как части большого советского народа: инородцы представляли как колхозники, комсомольцы, ударники труда и даже потенциальные ленинградские студенты.

Марик Сенг, Сельмин Андрей, Янгайко Тер, Чупров Алексей, Хантанзеев Терентий, Ясовой Серотетто, Окотетто Мартин, Тусида Вера — все они комсомольцы. С этими людьми можно строить совхоз [Там же: 15]; *Тундра, побережье суровых холодных ледяных морей, изменятся. Растет там из года в год социалистическое строительство, и шагает через многие века бывший дикарь-кочевник — ныне сын единой трудовой семьи народов нашей великой Родины* [Климов 1950: 97] (рассказ «Ядко из рода Сегоев»).

Не секрет, что подобное отношение писателей к малым народностям Севера было обусловлено общей национальной и геокультурной парадигмой СССР, закрепленной Конституцией 1936 г., которая давала право народам на культурную идентичность (использование национальных языков), но при этом включала их в общее братство народов, где все равны и унифицированы. Национальное в риторике 1930-х годов прочно связывалось с советским и последовательно встраивалось в универсальную матрицу моноэтнического государства, где основным этносом становился советский народ [Мартин 2011]. В рамках этой концепции национальные особенности народов СССР представляли, скорее, как преодолеваемая данность.

В этой связи перед советскими писателями, осваивавшими тему Севера, стояли задачи не столько этнографического, сколько интеграционного характера: аккуратное включение национальной специфики коренных народностей в общую советскую парадигму. Мало кто из пишущих путешественников детально разбирался в особенностях быта туземцев, выделяя их племенные отличия — такое знание демонстрирует разве что мальчик Веня Вдовин (книга «Мы из Игарки»), отправившийся с отцом в поездку по Туруханскому району:

За факторией Черный Остров начался край эвенков. Эвенки — охотники и оленеводы. Отличаются они от кетов Подкаменной Тунгуски прежде всего тем, что разводят

олений. На собаках эвенки не ездят. Одеваются они лучше, чем кеты, наряднее, любят украшать одежду бисером [Мы из Игарки 1987: 124].

Детский взгляд, не столь политизированный, как у взрослых, более внимателен к деталям, в то время как советские писатели и журналисты в своих текстах, как правило, не особенно разбирались в том, с представителями какой конкретной народности им довелось повстречаться: манси, ханты, самоеды, зыряне, ненцы, эвенки, кеты и т. д., — за общим им не было необходимости видеть частное. Не удивительно, что аборигены Севера в травелогах 1930-х годов нередко представляли лишенными этнического колорита советскими гражданами:

Вон каков Алексей, заведующей шорной мастерской. Он первый из туземцев назвал своего сына по-советски — Май.

А Ямзин Федор? Днем он сидит за столом заместителя директора. Ночи проводит над букварем и таблицей умножения. Теперь он ходит по пятам за мной и просит об одном:

— Слушай, секретарь партии, отпусти в Свердловск, учиться надо [Панов 1950: 14–15].

Советские писатели имели возможность унаследовать антропологический подход и уже сложившиеся беллетристические традиции, развить их и дополнить новым материалом, однако наследование происходило лишь частично и весьма специфическим образом. Отказываясь от фиксации этнографических особенностей жителей Севера, зачастую игнорируя проявления национальной идентичности, писатели 1930-х годов уходили от антропоцентрических дискурсов и конвенций путевого очерка, демонстрируя через свои тесты приверженность идее «внутренней колонизации», институтами которой в рамках советского имперского проекта являлись колхозы и культурная революция [Эткинд 2013].

Советский имперский проект строился хоть и на несколько иных основаниях, чем предшествовавший ему царский, но суть его оставалась экспансионистской и колониальной: центр подчинял периферию и стремился максимально расширить зоны влияния, его инструментами выступали монополия государства на насилие, экономика и культура. При этом очевидно, что спецификой советской колонизации являлось активное использование антиколониальной риторики [см. об этом: Литовская 2005], клеймящей «темное прошлое» и действия прежней власти. В качестве альтернативы предлагалось светлое настоящее и будущее в рамках братства народов СССР. Вместо насилия — привлекательная утопия. Таким образом происходило символическое дистанцирование от многих ошибок в отношении малых народностей, допущенных прежней властью, а также от колониальных амбиций, что вовсе не означало, что их нет на самом деле, ибо риторика и практика в СССР существенно расходились.

Журналисты и писатели 1930-х годов четко осознавали предлагаемые правила игры и охотно маскировали советские колониальные интенции антиколониальными клише. *Советская власть вернула народу родное название* [Панов 1950: 11], — писал, например, И. Панов, прославлявший обновленный Север. Это утверждение верифицируется: власть, действительно, вернула народу название. *Север перерождается. Люди потянулись к свету, к знаниям, к новой творческой жизни* [Морозов-Уральский 1932: 9], — убеждал С. Морозов-Уральский. Имеются в виду целенаправленные усилия власти по ликвидации безграмотности, организация Северного института Ленинградского государственного университета, работа по основанию письменности северных народностей и т. д. Однако для сравнения пассаж из очерков его спутников: *Культработа среди*

остяков, не говоря уж об остяцких женщинах, не ведется. На 600 километров в окружности, единственный культурный человек — учительница. Что она может сделать своими силами? [Масальский, Симонов 1989].

Изображая коренные народности Севера, советские авторы даже в травелогах прибегали к идеологической схеме: из «темного прошлого» в «светлое будущее», предполагающее полную включенность северной периферии в советский цивилизационный проект.

Из рассказа того же пионера Вени Вдовина, заставшего в одном из сел Туруханского района сцену обсуждения проекта новой Конституции:

Помню, как выступил старик-кет и сказал:

— Новой дорогой жизнь ходить будет. Новый «красный закон» — шибко хороший закон. Бывало, при царе промышленяешь зверя и ждешь, когда из Верхне-Имбатска придут за ним купцы. Те люди водку привезут, пить дают, шкуры берут. Худо мы жили. Теперь другой жизнь пришел в тайгу, хороший жизнь [Мы из Игарки 1987: 121–122].

Через год-два здесь будут выстроены многоэтажные дома, клуб, кино, большая больница, большая школа, лаборатория, электростанция. Среди лесистой тундры вырастет большой город, — убежденно перечислял И. Панов [Панов 1950: 12], вовсе не обязательно веривший в утопию (хотя города в это время закладывались и строились), но знавший, что и когда следует писать в тексте, рассчитанном на публикацию в советской прессе.

«Темным прошлым» зачастую объяснялись нелицеприятные стороны быта малых народностей Севера, их привычки, далекие от норм цивилизации. В частности, очерки С. Морозова-Уральского и очерки его спутников наполнены натуралистическими подробностями повседневной жизни остяков.

Так, внимание авторов останавливается на униженном положении женщины в тундре:

Остяцкий быт во всех его проявлениях современной культурой почти не тронут. Остяк остался верен священному сундуку, стоящему на полатах над мужской половиной, в котором хранятся «пупы» (идолы), покрытые дорогими подарками. Законы пупов крепко владеют берегами «тант» (Северной Сосьвы) и снежными вершинами «Нера» (Урала).

Вот один из старых законов: женщина во время родов и месячника не должна находиться в юрте. Если женщина родит в юрте, нужно строить новую, так как старая считается поганой.

Крепок старый закон, так крепок, что даже Кирилл, комсомолец из Яны-пауля не решился преступить его. Его жена уходит родить в поганый чум... [Масальский, Симонов 1987]; Страшная догадка. Мы попали в «поганую» юрту, — к родильнице, и теперь никто нас не пустит в жилую юрту. <...> Тщетно я пытался объяснить всю нелепость их закона. Тщетно я пытался рассказать ей, в каких условиях рожат наши женщины [Морозов-Уральский 1932: 9]. Даже самые приятные в общении остяки безжалостно бьют своих жен: Вот передо мной стоит, как живой, Манькас с добродушным, глуповатым выражением лица. Но этот добродушный человек превращается в разъяренного зверя, когда топчет ногами жену и словно кувалдой бьет по полу ее головой, рвет за волосы, бросает на пол [Там же: 65].

Ни С. Морозов-Уральский, ни А. Климов не скрывали настороженного и местами брезгливого отношения к подобному рода традициям и особенностям быта малых народностей. Морозов-Уральский, к примеру, называет некоторые моменты праздника

медведя безумием, безумной оргией [Там же: 25]. Он недоумевает даже по поводу фольклора туземцев, лишенного привычной для него ценностной составляющей. Пример тому — опубликованная в его книге сказка про слабоумного брата, который хотел съесть руку покойного отца, а затем варил обед в проруби, за что был бит старшими братьями, после чего пришел на могилу отца жаловаться, и мертвец наделил его недюжинной силой, позволившей отомстить братьям и забрать их жен. Приводя этот текст в очерках, автор артикулирует потенциальную негуманность мира остяков, указывает на отсутствие этической системы координат. Пожалуй, только традиция слагать песни вызывает у Морозова-Уральского одобрение: инородец Койк попадает в Тагил, дивится *большому паулю* (городу) и на обратном пути, погоня оленей, поет про *славный красный народ*, который принесет в тундру *много тепла* [Там же: 81]. Новый советский фольклор оказывается для писателя предпочтительнее традиционного.

Являясь носителями идеи «внутренней колонизации», советские писатели предлагали читателю не просто образ героя-путешественника, описывающего периферийные территории и внимательно наблюдающего за жизнью аборигенов, но образ миссионера, активиста, обращающего всякого встречного в свою веру. Снова посмотрим на травелог мальчика Вени Вдовина:

Вдруг я услышал какой-то приглушенный возглас за своей спиной. Я оглянулся. В двух метрах от меня стояло пять мальчиков-кетов. Трое были совсем маленькие, а двое по старше. Самый маленький мальчуган был одет в одни только замшевые штанишки. Когда я обернулся, он задорно показал мне язык. Ребята подошли ко мне, я встал. Долго мы присматривались друг к другу, и вдруг один из мальчиков спросил:

— Ты Ленина знаешь?

Минуты две я молчал, потому что не ожидал такого вопроса, затем опустился на землю и начал рассказывать им обо всем, что знал сам: о Ленине, о Москве, об Игарке, о самолетах, о трамваях и метро [Мы из Игарки 1932: 122–123].

Образы советских миссионеров: комсомольцев и организаторов красных чумов, юртсоветов, первых тузхозов, людей, посылить улучшающих быт малых народностей, борющихся с «пупами» и приучающих выверять мнение по советской газете, — нередки для очерков и рассказов 1930-х годов, посвященных Советскому Северу, однако ребенок, ведущий пропагандистскую деятельность, даже в таком контексте довольно экзотичен, хотя экзотика эта закономерная. Как пишет М. А. Литовская, «со второй половины 1920-х годов советское общество вступило в фазу строительства „реального социализма“, и подрастающему поколению предназначили принимать в этом процессе самое активное участие» [Литовская 2013: 272]. Пример маленького активиста Вени Вдовина — самая яркая реализация идеи миссионерства, востребованного в дискурсах, связанных с народами, населявшими советскую периферию.

Герой книги Морозова-Уральского, третий месяц скитающийся на оленях и собаках по просторам тундры, также действует как принципиальный советский миссионер, отстаивающий веру в социальную справедливость и обучающий всякого, попавшегося на пути правильной жизни. Это касается как быта, так и идеологии. *Я вырвал у него бутылку, достал из походной аптеки борную кислоту, научил его, как разводить, и велел раствором мыть глаза, больные трахомой, а лекарство, выданное бурмантовским фельдшером, вынес на улицу и бросил бутылку в ближайшее дерево [Морозов-Уральский 1932: 11]. Или, например, герой убеждает шамана Кириллу, комсомольца, отказаться от шаманства и начать учиться. Политическая грамота и просвещение являются самыми действенными инструментами миссионера.*

В свою очередь, реакция туземцев на подобного рода героев и деятельность, осуществляемую ими, также схематизирована: в книгах советских авторов они оказываются благодарными учениками, не всегда осознающими свое невежество, но восторженно принимающими новые правила жизни. *Ефимка не любит шамана. Ефим любит умных русских. Ефиму охота учиться, и он не лечится у шамана* [Там же]. Все иные туземцы, оказывающие сопротивление колхозам и культурной революции, автоматически попадают в разряд врагов.

Отказ от позиции миссионера в отношении малых народностей Севера в текстах советских писателей был очень редок и показателен. К примеру, очерк А. Климова «По пороше», повествующий о путешествии героя по тунгусскому лесу в компании эвенков-белковщиков, включает в себя элементы травелога, охотничьих нарративов и производственного очерка, где охота подается как одна из отраслей народного хозяйства. Тем не менее советский дискурс в очерке сводится лишь к отдельным упоминаниям Великого Красного Закона в качестве водораздела между «темным прошлым» и «светлым настоящим», в то время как повествование сосредоточивается на длительном процессе охоты:

...Чем дальше от Енисея в глубь тайги на восток, тем гуще и неприступнее леса. Места здесь нехоженые, неезженные, никем не мереные. Урманы. Глушь. По берегам рек разнолесье: кедры, сосны, ели, лиственница, пихтачи, березы, осины растут вперемешку. Дальше от рек, в глубь материка смешанная тайга исчезает. Глухие хвойные леса сурово оберегают вечно зеленую иглистую семью свою от смешения с лиственными. Колючей грудью наступают они на березу, лиственницу и теснят их к открытым водоемам рек, к горам.

Охотничий аргыш движется сквозь тайгу, пробираясь к заветным, богатым звериным местам. Аргыш проходит мимо хаотических страшных кокор; обходит черные, оголенные, мишистые пуржала выдувных мест; мимо последних следов человека — холодных, черных кострищ; минуя святые жертвенные места эвенков, где вперемешку с деревянными и костяными идолами развешаны белые потрескавшиеся черепа оленей, иссушенные шальми ветрами и солнцем [Климов 1950: 121].

Традиционный образ туземца-проводника дополняется здесь функционалом следопыта, которому ведомы скрытые от посторонних глаз знаки лесной жизни. В очерке Климова таков не только Бенетося, старый охотник, но и его одиннадцатилетний сын Ялэ, который в условиях тайги оказывается опытнее взрослого героя: *Одиннадцатилетний мальчик — уже охотник, к его мнениям прислушиваются старые следопыты звериных жизней, его слово на суглане звучит веско. Возмужалость, опыт, авторитет у жителей Севера приходит не с годами, а с охотой, с промыслом. Охота на зверя показывает мужество, знание тайги и тундры, жизненный опыт. Звериный клык у пояса — доказательство зрелости, силы и смелости* [Там же: 104–105]. И это уже не Веня Вдовин, имеющий миссионерский функционал, но не посягающий на авторитет и статус взрослых.

Кроме того, приведенные фрагменты очерка демонстрируют уважительное отношение к традициям туземцев, прямо противоположное ранее отмеченной нами безразличности носителя идеи «внутренней колонизации». Путешествие здесь предстает не как выезд миссионера из метрополии на периферию, но в качестве архетипического путешествия-открытия, когда герой познает самого себя, в том числе через соприкосновение с «другими», которыми в русской культуре нередко выступали народы Севера [Слезкин 2017]. А. Климов, обращаясь к охотничьим нарративам, практически

минует схемы советской риторики и непроизвольно возвращается к антропологическому письму:

Мы ожидали появления виновника необычайного шума в дремотной тишине тайги. Бенетоса быстро отбежал под прикрытие старого кедра. Я последовал его примеру и укрылся за группой сосен с противоположной стороны. А Ялэ, маленький охотник Ялэ, проворно вытащив из санок упругое пальмо, храбро приготовился встретить опасность. Узкие глазенки его прищурились еще больше, и добрый пытливый ребячий взгляд стал холодным, мужественным и жестоким [Климов 1950: 115]. Автор очерка открывает целый мир, мир северной охоты, и эвенки оказываются более органичны в условиях тундры, чем их цивилизованный спутник, не наделенный навыками выживания в лесу и испытывающий по этой причине комплекс неполноценности.

Существование в творческом наследии Климова подобного очерка, столь контрастирующего с доминирующим в 1930-х годах трендом в изображении коренных народностей Севера, говорит о том, что вышедший в относительно свободную от идеологических конструкторов зону охотничьей литературы советский автор внезапно обратился к гуманистической традиции русской и — шире — европейской культуры, отказываясь воспринимать аборигена как дикаря. Это некоторым образом свидетельствует о наличии художественного зрения у советских литераторов второго или третьего ряда.

Результаты исследования. Таким образом, в научный оборот были введены и впервые проанализированы очерки А. Климова, И. Панова, С. Морозова-Уральского и его спутников Н. Г. Масальского и В. А. Симонова, а также травелог мальчика Вени Вдовина, опубликованный в пионерской книге «Мы из Игарки», композиционно и тематически срежиссированной А. Климовым. На примере произведений советских писателей далеко не первого ряда наиболее явными становятся общие тенденции осмысления места малых народностей Урало-Сибирского региона в национальной парадигме СССР, их бытовых и культурных особенностей, моделирования их будущего в рамках концепции «внутренней колонизации».

Выводы. Итак, 1930-е годы — время наиболее активного обращения советского искусства к тематике Севера, принципиального реформатирования ее в тематику Советского Севера. Мобильность писателей и журналистов, связанная с запущенными процессами индустриализации полярных и приполярных территорий СССР, приводит не только к открытию новых географических пространств, скудно или совсем не представленных в литературе, но и к моделированию образов туземцев, уже получивших отражение в предшествующей травеложной традиции. Советские авторы, сориентированные на обслуживание внутривосточных запросов, уходят от антропоцентризма и этнографизма травелогов XIX — начала XX в. и активно вживляют в тексты советский дискурс, существенно ограничивающий любые проявления национального. Малые народы за редким исключением предстают в травелогах как часть большого советского народа, они включены в общие процессы освоения / индустриализации / советизации Севера. Писатели 1930-х годов даже в случае активного использования антиколониальной риторики оказываются вынужденными трансляторами идеи «внутренней колонизации» в рамках советской пространственной модели.

Травелог 1930-х годов демонстрирует существенную редукцию этнографического начала: оптика очерка корректируется идеологическими установками и расхожими схемами. Травелог превращается в жанровый гибрид путевых и производственных очерков, вообще-то нередкий для 1930-х, активно вживляющих советский дискурс в любые устойчивые образования.

Примечания

¹ Анатолий Матвеевич Климов (1910–1945), родился в поселке Тирлян недалеко от Белорецка, детство провел в г. Троицке. Работал журналистом, в 1931 г. по комсомольскому призыву поехал осваивать Арктику. В 1935 г. стал одним из авторов книги «Сердце тундры», вышедшей в Омске. В 1938 г. подготовил к печати книгу «Мы из Игарки». В 1937 г. его арестовали, но лагеря удалось избежать. В 1938 г. он вернулся с семьей на Урал, жил у родителей в Троицке. Перегрузки, которые сопровождали деятельность Климова на Севере, и месяцы, проведенные в тюрьме, привели к инвалидности. В 1939 г. он приехал в Свердловск и выступил в облоно с предложением создать из детских сочинений книгу об Урале. Книга увидела свет в 1944 г. В связи с инвалидностью А. М. Климов на фронт не попал. Он взял на себя обязательство составить третью книгу, написанную детьми, — «В огне народной войны» (другое название «Слушай нас, Родина!»). В книгу должны были войти детские воспоминания о войне, которые он собирал на прифронтовых и освобожденных территориях. Издать эту книгу он не успел из-за болезни. В Челябинске вышла только малая ее часть — «Твои сверстники» (1943). Писатель умер в июне 1945 г. [Писатели Челябинской области 1992: 92–95].

² Степан Артемьевич Морозов-Уральский (наст. фамилия Морозов) родился в 1896 г. в Вятской губернии. Получил начальное образование. В 1916–1917 гг. состоял в партии анархистов. В 1917–1924 гг. служил в авиации. В конце 1920-х годов поселился в Нижнем Тагиле, где начал публиковаться в газетах в качестве фельетониста. Дебютом писателя в литературе можно назвать рассказ «Ход конем», напечатанный в № 1–2 журнала «Рост» в 1930 г. Активно публиковался вплоть до 1934 г. 25 марта 1938 г. был арестован, 13 мая приговорен к расстрелу и через два дня расстрелян. Реабилитирован в 1956 г. [Екатеринбург литературный 2016: 235].

³ Иван Степанович Панов родился в 1899 г. в деревне Мокино Пермской губернии в семье крестьянина. В 1916 г. экстерном сдал экзамены на звание учителя, работал в земской школе. В 1919 г. добровольцем ушел в Красную Армию. В 1920-е годы работал в военном комиссариате, боролся с бандитизмом, учился в Урало-Сибирском коммунистическом университете, работал в тобольской газете «Северянин» и в свердловском «Уральском рабочем». Один из организаторов литературного движения на Урале в 1920-е годы. В 1929–1932 гг. руководил Свердловской, а затем Уральской писательской организацией. Был в нескольких командировках в Заполярье. Собранный материал лег в основу ряда очерков и романа «Урман». Весной 1942 г. добровольно ушел на фронт рядовым саперного полка. Тяжело ранен в бою под Сталинградом. Умер в 1942 г. в госпитале, похоронен в братской могиле [Екатеринбург литературный 2016: 264–265].

ЛИТЕРАТУРА

Власова Е. Г. Маршруты путешествий и особенности формирования образа пространства в уральском травелогге конца XVIII — начала XX в. // Лабиринт. 2015. № 1. С. 57–65.

Екатеринбург литературный: энцикл. сл. Екатеринбург: Кабинетный ученый, 2016.

Из старых публикаций: от редакции // Тагильский краевед. 1989. № 6. URL: http://historyn-tagil.ru/kraeved/tk_06_15.htm.

Капитонова Н. А., Метелева Н. Ф. Климов Анатолий Матвеевич. 2010. URL: http://old.chelreglib.ru:6005/el_izdan/kalend2010/klimov.htm.

Кларк К. Имперское возвышенное в советской культуре второй половины 1930-х годов / пер. с англ. Н. Мовниной // Нов. лит. обозр. 2009. № 95. URL: <http://magazines.russ.ru/nlo/2009/95/kk8.html>.

Климов А. М. Северные рассказы. Челябинск: Челяб. обл. гос. изд-во, 1950.

Литературный процесс в региональной периодической печати 1830–1930-х гг.: от «Заволжского муравья» к «Уральскому рабочему»: моногр. / под общ. ред. Е. К. Созиной, Т. А. Снигиревой. Екатеринбург: Кабинетный ученый, 2016.

Литовская М. А. Детский журнал «Делай все сам» (1928–1931) и приоритеты советской индустриализации // Литература Урала: история и современность. Вып. 7. Литература и история — грани единого (к проблеме междисциплинарных связей): в 2 т. Т. 1. Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2013. С. 272–280.

Литовская М. А. Колониальная проблематика в творчестве Татьяны Молдановой // Космос Севера. Вып. 4. Екатеринбург: Сред.-Урал. кн. изд-во, 2005. С. 79–92.

Мартин Т. Империя «положительной деятельности». Нации и национализм в СССР, 1923–1939. М.: РОССПЭН, 2011.

Масальский Н. Г., Симонов В. А. В стране Манси // Тагильский краевед. 1989. № 6. URL: http://historyntagil.ru/kraeved/tk_06_16.htm.

Милюгина Е. Г., Строганов М. В. Русская культура в зеркале путешествий. Тверь: Изд-во Твер. гос. ун-та, 2013.

Морозов-Уральский С. В стране Мань-си. М.; Л.: ГИХЛ, 1932.

Мы из Игарки / сост. А. М. Климов. Челябинск: Юж.-Урал. кн. изд-во, 1987.

Объединенный музей писателей Урала. Ф. 8. И. С. Панов. Оп. 1. Д. 21–30.

Панов В. И. Иван Панов: последние годы жизни (1939–1942 гг.). Екатеринбург: Старт, 2000.

Панов И. Рассказы и повести. Молотов: Молотовгиз, 1950.

Писатели Челябинской области: биобиблиогр. справ. Челябинск: Редактор, 1992.

Русский травелог XVIII–XX веков: кол. моногр. Новосибирск: Изд-во Новосиб. гос. пед. ун-та, 2015.

Слезкин Ю. Арктические зеркала: Россия и малые народы Севера. М.: Нов. лит. обзор., 2017.

Созина Е. К. Северные нарративы начала XX века // Дергачевские чтения-2011. Русская литература: национальное развитие и региональные особенности. Т. 3. Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2012. С. 184–189.

Созина Е. К. «Цельный новый для меня мир»: этнографическая беллетристика К. Д. Носилова в русской литературе рубежа XIX–XX вв. // Quaestio Rossica. 2014. № 2. С. 193–211.

Тимошенко А. И. Советский опыт мобилизационных решений в освоении Арктики и Северного морского пути в 1930–1950-е гг. // Арктика и Север. 2013. № 13. С. 150–168.

Эткинд А. М. Внутренняя колонизация: имперский опыт России / пер. с англ. В. Макарова. М.: Нов. лит. обзор, 2013.

REFERENCES

Clark K. The imperial sublime in Soviet culture of the second half of the 1930-ies [Imperskoe vozvyshennoe v sovetskoj kul'ture vtoroj poloviny 1930-h godov] // The New Literary Review [Nov. lit. obozr.]. 2009. No. 95. URL: <http://magazines.russ.ru/nlo/2009/95/kk8.html>.

Etkind A. M. Internal Colonization: Russia's Imperial Experience. Moscow, 2013.

From the old publications: by the editor [Iz staryh publikacij: ot redakcii] // Tagil'skij ethnographer [Tagil'skij kraeved]. 1989. No. 6. URL: http://historyntagil.ru/kraeved/tk_06_15.htm.

Kapitonova N. A., Meteleva N. F. Klimov Anatoly Matveevich [Klimov Anatolij Matveevich]. 2010. URL: http://old.chelreglib.ru:6005/el_izdan/kalend2010/klimov.htm.

Klimov A. M. The Northern stories [Severnye rasskazy]. Chelyabinsk, 1950.

Literary process in regional periodicals, of the 1830–1930-ies: from “The Zavolzhsky Ant” to “The Ural Worker” [Literaturnyj process v regional'noj periodicheskoj pečati 1830–1930-h gg.: ot «Zavolzhskogo murav'ja» k «Ural'skomu rabochemu»]. Ekaterinburg, 2016.

Litovskaya M. A. The children magazine “Do It Yourself” (1928–1931) and priorities of the Soviet industrialization [Detskij zhurnal «Delaj vse sam» (1928–1931) i priority sovetskoj industrializacii] // The Literature of Ural: History and Modernity [Literatura Urala: istoriya i sovremennost']. Vol. 7. Pt 1. Ekaterinburg, 2013. P. 272–280.

Litovskaya M. A. The colonial problems in the works by Tatiana Moldanova [Kolonial'naya problematika v tvorčestve Tat'jany Moldanovoj] // The Space of North [Kosmos Severa]. Vol. 4. Ekaterinburg, 2005. P. 79–92.

Martin T. The Affirmative Action Empire: Nations and Nationalism in the Soviet Union. 1923–1939= [Imperiya «polozhitel'noj deyatelnosti»: nacii i nacionalizm v SSSR. 1923–1939]. Moscow, 2011.

Masalsky N. G., Simonov V. A. In the country of mansi [V strane Mansi] // Tagil's ethnographer [Tagil'skij kraeved]. 1989. No. 6. URL: http://historyntagil.ru/kraeved/tk_06_16.htm.

Milugina E. G., Stroganov M. V. Russian culture in the mirror of travels [Russkaya kul'tura v zerkale puteshestvij]. Tver, 2013.

Morozov-Uralsky S. In the country of mansi [V strane Mansi]. Moscow; Leningrad, 1932.

Panov I. Stories and novels [Rasskazy i povesti]. Molotov, 1950.

Panov V. I. Ivan Panov: the last years of his life (1939–1942) [Ivan Panov: poslednie gody zhizni (1939–1942 gg.)]. Ekaterinburg, 2000.

Russian travelogue XVIII–XX centuries: a col. monogr. [Russkij travelog XVIII–XX vekov]. Novosibirsk, 2015.

Slezkin Yu. Arctic mirrors: Russia and the Small Peoples of the North [Arkticheskie zerkala: Rossiya i malye narody Severa]. Moscow, 2017.

Sozina E. K. “A whole new world for me”: the ethnographic fiction by K. D. Nosilov in Russian literature abroad XIX–XX centuries [«Celyj novyj dlya menya mir»: etnograficheskaya belletristika K. D. Nosilova v russkoj literature rubezha XIX–XX vv.] // Quaestio Rossica. 2014. No. 2. P. 193–211.

Sozina E. K. Northern narratives of the early XX century [Severnye narrativy nachala XX veka] // The Dergachevsky conference-2011. Russian literature: the national development and regional particularities [Dergachevskie chteniya-2011. Russkaya literatura: nacional'noe razvitiye i regional'ye osobennosti]. Vol. 3. Ekaterinburg, 2012. P. 184–189.

The literary Ekaterinburg: encycl. dictionary [Ekaterinburg literaturnyj: ehncikl. slovar']. Ekaterinburg, 2016.

The United museum of the Urals writers. Fund 8. I. S. Panov. Shed. 1. Vol. 21–30.

Timoshenko A. I. The Soviet experience of mobilization solutions for Arctic exploration and the Northern Sea Route in the 1930–1950-ies [Sovetskij opyt mobilizacionnyh reshenij v osvoenii Arktiki i Severnogo morskogo puti v 1930–1950-e gg.] // Arctic and North [Arktika i Sever]. 2013. No. 13. P. 150–168.

Vlasova E. G. Routes of travel and features of the formation of space image in the Ural travelogue of the late XVIII — early XX century [Marshruty puteshestvij i osobennosti formirovanija obraza prostranstva v ural'skom traveloge kontsa XVIII — nachala XX v.] // Labyrinth. 2015. No. 1. P. 57–65.

We are from Igarka [My iz Igarki]. Chelyabinsk, 1987.

Writers of Chelyabinsk Region: bio-bibliographical reference book [Pisateli Chelyabinsknoj oblasti: biobibliogr. sprav.]. Chelyabinsk, 1992.

УДК 81'42;
ББК 81.2;
ГРНТИ 16.21.55;
КОД ВАК 10.02.01

И. А. Пушкарева
Новокузнецк, Россия

СПЕЦИФИКА РЕГИОНАЛЬНОГО МЕИАДИСКУРСА: ЛИНГВОАКСИОЛОГИЧЕСКИЙ АСПЕКТ*

* Публикация подготовлена в рамках поддержанного РГНФ научного проекта № 15-04-00216.

Ирина Алексеевна Пушкарева, кандидат филологических наук, доцент кафедры русского языка, литературы и методики обучения Новокузнецкого института (филиала) Кемеровского государственного университета.
654007, Новокузнецк, Пионерский пр., 29, к. 208.
E-mail: pia11@yandex.ru.

© Пушкарева И. А., 2017

Постановка проблемы. Представляет- ся целесообразным комплексное осмысление феномена регионального медиадискурса на основе взаимодействия подходов функциональной стилистики, дискурса- анализа и аксиологической лингвистики. В соответствии с традициями отечественного краеведения край рассматривается как «носитель аксиологического ядра», «способ существования смысловнесущей доминанты российского социума — Родина» [Киселев 2013: 252]. «В последние два десятилетия в России наблюдается очередной рост интереса к истории краев и областей, больших и малых городов, при этом активно идет переосмысление прошлого, поиск собственной региональной идентичности» [Гуркин 2006: 3]. Отмечается резкое повышение частотности слова *регион* в публицистике: показатели частотности 1950–1960-х, 1970–1980-х и 1990–2000-х годов соответственно — 0,0, 12,5 и 290,5 [Ляшевская, Шаров 2009], что свидетельствует о значимости концепта «Регион» в медиадискурсе. Осмысление региональной идентичности является важным аксиологическим признаком регионального медиадискурса, нуждающимся в филологическом изучении.

Выбор в качестве материала для исследования регионального медиадискурса городской газеты обусловлен важной ролью данного типа СМИ в системе периодической печати [Воронова 2007: 61]. Динамический подход к изучению отражения ценностной картины мира в медиадискурсе позволяет реализовать опора на хронологический принцип в описании материала, в связи с чем материалы городской газеты конца XX в. были рассмотрены в соответствии с периодизацией перестройки В. В. Согрина [Согрин 1992].

История вопроса. Феномену региона посвящены социологические исследования. Так, согласно характеристике социолога Н. И. Лапина, «регион возникает на основе этнокультурной идентичности на-

селения, заселившего данную территорию, существует и изменяется в результате деятельности его жителей, которые сконцентрированы в городских и сельских поселениях, связаны экономическими интересами (разделения труда, обмена) и социальной организацией (структурой, институтами)» [Лапин 2006: 25]. Географ М. П. Крылов подчеркивает необходимость комплексного подхода к изучению региональной идентичности как социокультурного феномена [Крылов 2010]. Особое внимание к проблеме «Язык и регионы» в отечественной лингвистике определяется географическими характеристиками России. Еще в работе 1844 г. Ф. И. Буслаев говорил о необходимости знакомства с «филологической географией» России как важной задаче стилистики [Буслаев 1992: 372]. Современная отечественная лингвистика активно обращается к исследованию региолектов [см.: Мишанкина, Филь 2015].

Теоретической базой для изучения регионального медиадискурса являются работы по типологии СМИ и истории сибирской журналистики, авторы которых стремятся определить место городской газеты в социокультурном пространстве (В. П. Андреев, А. Г. Борин, А. В. Винныйчук, О. А. Воронова, С. И. Гольдфарб, Н. В. Жилиякова, А. А. Кажикин, Л. С. Любимов, А. В. Пузынин, М. В. Шкондин и др.), краеведческие исследования и социологические работы о региональной идентичности (П. В. Бандаков, И. П. Басалаева (Рещикова), М. В. Дорофеев, Ю. А. Дроздова, А. В. Киселев, П. Н. Полосин и др.), работы, раскрывающие понятие «мемориальная функция», связанное с характеристикой не только деятельности музея и библиотеки, но и коммуникативной сущности текста [Викулова 2008; Тикунова 2006; Швецова-Водка 2009 и др.]. Положено начало исследованию лингвистических аспектов регионального медиадискурса [Костяшина 2012; Купина 2016; Нестерова 2006; Орлова 2012; Печетова 2012; Чепкина 2016; Черпанова 2007; Чернышова 2009 и др.].

Специфика коммуникативной природы регионального медиадискурса во второй половине XIX в. была отмечена Г. Н. Потаниным, который выделил особый тип издания — «идейная» областная газета, отличающаяся от справочного издания: «Областная газета стремится быть органом интеллигенции края, а не печатной справкой торговых контор, она представляет собой общественное явление» [цит. по: Жилиякова 2011: 31]. Городская газета выделяется в типологии периодической печати по аудиторному признаку и, согласно подходу М. В. Шкондина, входит в группу изданий внутрироссийских и международных общностей, существующую наряду с группой общероссийских изданий [Шкондин 2007: 41–42]. О. А. Воронова говорит о важной коммуникативной роли городской газеты в информационном пространстве города и приводит подтверждающие данные опроса россиян: «Традиционная городская пресса обычно занимает прочные позиции в информационной структуре города и в качестве главного поставщика местной информации пользуется неизменным читательским спросом» [Воронова 2007: 61]. О. В. Орлова, изучая миромоделирующий потенциал медиаконцепта «Нефть» в районной прессе Томской области, подчеркивает «гипертрофированный фактор адресата, особую близость с целевой аудиторией» [Орлова 2012: 43]. Представляется необходимым комплексное осмысление регионального медиадискурса на основе семантико-стилистического анализа городской газеты.

Материал анализа. Материалом исследования являются тексты городской газеты «Кузнецкий рабочий» 1980–2014 гг. (URL: <http://www.kuzrab.ru>). Газета издается с 1930 г. и позволяет судить о динамике ценностной картины мира на протяжении различных периодов истории России. Согласно данным, приводимым на официальном сайте городской газеты «Кузнецкий рабочий», ее средний тираж — около 40 тыс.

экземпляров (тогда как средний тираж городских газет по стране — около 30 тыс.); в декабре 2007 г. «Кузнецкий рабочий» в пятый раз получил приз Национальной тиражной службы «Тираж — рекорд года», в 2016 г. стал обладателем знака «Золотой фонд прессы-2016» (наряду с 30 другими газетами и журналами России). По данным информационно-аналитической системы «Медиалогия» за 2011–2015 гг. «Кузнецкий рабочий» занимает лидирующие позиции среди самых цитируемых изданий Кемеровской области: возглавляет рейтинг СМИ в 2011 и 2014 гг., возглавляет рейтинг газет в 2013 и в 2015 гг. (URL: <http://www.mlg.ru/>). Достойное положение «Кузнецкого рабочего» в медиaprостранстве связано с хорошей журналистской школой, с традициями издания, на протяжении многих десятилетий являющегося городской газетой крупного металлургического центра (стального сердца Сибири) и одновременно центра юга Кузбасса (южной столицы Кузбасса), которое отстояло в 1990 г. статус независимой городской газеты и сохранило его до настоящего времени. Таким образом, «Кузнецкий рабочий» выбран в качестве материала исследования как эталон городской газеты, который дает возможность изучить важные особенности регионального медиадискурса в аксиологическом аспекте.

Методика исследования. В процессе анализа были выявлены тексты с ключевыми словами, эксплицирующими ведущую гипертему и краеведческие доминанты издания. Аксиологически значимые региональные составляющие, представленные в городской газете, обозначены с помощью понятий «гипертема издания» и «краеведческие доминанты». Согласно концепции тематических прогрессий Ф. Данеша гипертема — «основная тема текста (фрагмента текста)», которая «может быть эксплицидно названа говорящим, но также может быть сформулирована на основе частных описаний» [см.: Филиппов 2003: 163]. Специфика информационного пространства медиатекста определяет важную роль гипертем, обладающих межтекстовым статусом. Тема региона является ведущей гипертемой регионального издания, имеющей межтекстовый статус. В городской газете ведущая гипертема с межтекстовым статусом — это тема города. В краеведческой концепции И. М. Гревса изучение города осмыслено как этап «родиноведения» [см.: Лихачев 1991: 142]. Краеведческие доминанты — это формирующиеся в региональном медиадискурсе и связанные с осознанием и выражением региональной идентичности темы, которые воплощают своеобразие, колорит региона, города, села и актуализированы системой стилистических средств и приемов.

При анализе каждого из отобранных по тематическому параметру и наличию соответствующих лексических репрезентантов медиатекстов использовался семантико-стилистический анализ, который М. Н. Кожина характеризует как основной в стилистике текста [Кожина 1983: 22]. Взаимосвязь лингвистических особенностей и экстралингвистических факторов коммуникации выявлялась с опорой на такие методы, как функционально-стилистический и дискурсный анализ [Данилевская 2003: 223].

В ходе анализа динамики гипертемы города в аксиологическом аспекте рассмотрены семантико-стилистические особенности идеологемы город-сад (сплошной выборке подверглись тексты 1980–2014 гг., содержащие данный метафорический образ или отсылку к стихотворению В. В. Маяковского «Рассказ Хренова о Кузнецкстрое и о людях Кузнецка»). Исследование динамики краеведческих доминант основано на сплошной выборке текстов 1980–2014 гг., связанных с темами «Ф. М. Достоевский в Кузнецке», «Судьба шорского народа»; материалы, представляющие тему «Новокузнецк металлургический», подвергались сплошной выборке по заголовкам публикаций 1980–2014 гг.

Результаты исследования. Представляя региональный медиадискурс, «Кузнецкий рабочий» конца XX — начала XXI в. наследует традиции «идейных» областных газет, что проявляется не только во внимании к событиям в регионе, но и в концептуальной основе подачи информации.

Согласно результатам предпринятого исследования аксиологическая специфика регионального издания определяется мемориально-краеведческой функцией, которую успешно реализует городская газета «Кузнецкий рабочий». Г. Н. Швецова-Водка, опираясь на подход к документу и книге П. Отле (1934), характеризует мемориальную функцию как одну из функций документа, при этом документ толкуется исследователем многоаспектно, с выделением 8 значений, среди которых «наиболее широкое», «охватывающее остальные» следующее: «Это любой материальный (субстанциональный) объект, как искусственный, так и природный, который может быть использован для передачи информации в обществе» [Швецова-Водка 2009: 19]. Мемориальная функция документа связана с его назначением в системе социальных коммуникаций «быть „внешней памятью“ человека и человечества в целом» [Там же: 92].

Мемориальная функция соотносится прежде всего с деятельностью музея и библиотеки [Тикунова 2006; Викулова 2008 и др.], где она является основной и реализуется системно и скрупулезно. Мемориально-краеведческая функция в региональном медиадискурсе сопряжена с базовой для газетно-публицистического стиля функцией социальной оценки. Реализуется мемориально-краеведческая функция в городской газете через информирование и воздействие, связана она с привлечением общественности к осознанию региональной идентичности, без которого невозможно решение сегодняшних проблем региона и определение его будущего.

Под влиянием мемориально-краеведческой функции в региональном медиадискурсе при сохранении ключевой роли общественных идеалов повышается значимость такой формы существования ценностей, как предметно воплощенные ценности, имена которых (различных природных объектов, городских топосов, предметов материальной и духовной культуры) становятся маркерами региональной идентичности [Леонтьев 1996]. Среди лексических репрезентантов предметно воплощенных ценностей важная роль принадлежит именам собственным, создающим в медиатекстах колорит ономастического пространства города и региона. Например, вербальными знаками предметно воплощенных ценностей в городской газете «Кузнецкий рабочий» являются многочисленные эргонимы (*Кузнецкий металлургический комбинат, Западно-Сибирский металлургический комбинат, Литературно-мемориальный музей Ф. М. Достоевского, Центральная городская библиотека им. Н. В. Гоголя* и др.), разнообразные годонимы и агоронимы (*проспект Металлургов, проспект Энтузиастов, улица Достоевского, площадь Маяковского, Театральная площадь* и др.), гемероним «*Большевицкая сталь*», экклезионим *Спасо-Преображенский собор*, ороним *Мустаг* (название священной шорской горы) и т. д. В репрезентации предметно воплощенных ценностей в региональном медиадискурсе участвуют также иконические элементы креолизованных текстов.

Успешная реализация мемориально-краеведческой функции определяет не только формирование в городской газете «Кузнецкий рабочий» гипертекстового центра информационно-оценочного пространства — образа города, который представлен в региональных медиатекстах эксплицитно и имплицитно, но и формирование краеведческих доминант.

Краеведческие доминанты связаны с влиянием на специфику регионального медиадискурса различных факторов, среди которых в качестве основного выступает фактор

исторический. Краеведческие доминанты городской газеты «Кузнецкий рабочий» соотносят образ города с историей его возникновения, экономического развития, благоустройства («Новокузнецк металлургический»), с общенациональным культурным контекстом («Ф. М. Достоевский в Кузнецке»), с этническим своеобразием региона («Судьба шорского народа»). Краеведческие доминанты отражают политематичность информационного пространства медиадискурса и задают несколько направлений ценностного осмысления темы малой родины, основой которого являются любовь и уважение к родному краю, осознание связи настоящего и будущего с историей, необходимости хранить традиции, учитывать преемственность поколений.

Семантико-стилистические аспекты динамики краеведческих доминант проявляются в различной степени, что определяется соотносительностью с ценностями надвременного характера или же с ценностями, актуализированными в определенный исторический период. Так, динамика семантико-стилистического воплощения краеведческой доминанты «Судьба шорского народа» отражает как ценности надвременного характера, так и общественно-политические процессы в стране и духовные искания общества в период перестройки и 1990-х годов, характеризующийся идеологией возрождения малых народов. Основные темы первой половины 1980-х годов — красивая природа, развивающаяся промышленность, интересная история. Новая интерпретация шорской темы впервые представлена в 1988 г. С этого времени главными становятся вопросы истории и культуры шорского народа в контексте размышлений о сохранении национальных традиций и природы Горной Шории. В материалах первой половины 1980-х годов с шорской темой сопряжена только одобрительная оценка, будь то красота и величие природы (эстетическая оценка) или польза природных ресурсов (утилитарная и телеологическая оценка). В материалах конца 1980-х годов ярко выражена оценочная программа, прежде всего пейоративный полюс, связанный с такими темами, как разрушение культуры, уничтожение природы, например: *Село это сейчас уже не существует, семьи переселены, род Амзоровых и по сей день живёт под Мысками, а реки горного края «Сибирской Швейцарии» тогда были ещё не замутнены, вода в них была кристально чистой. В деревне шорцы зимой охотничали, уходили на неделю, две, три и более в тайгу и возвращались с богатой добычей, летом — шишковали. Тайга кормила их, одевала и обувала* (Т. Михайлова. 1991. 2 февр.). Мелиоративная же оценка отражает тему спасения, возрождения и приобретает этический характер, хотя телеологическое и эстетическое начала сохраняются. Так, смысловые акценты позволяют расставить прием этимологизации: *«Тазы-хан» с шорского переводится как «возрождение». По древнему преданию, Тазыхан — мать Ульгена, правителя добрых духов. Покровительница центру выбрана не случайно. Руководительница этнографического объединения Татьяна Тудегешева надеется, что «Тазыхан» возродит шорскую культуру, а в работе помогут добрые духи* (И. Колпакова 2001. 17 ноября).

В рассмотренных материалах городской газеты «Кузнецкий рабочий», начала XXI в. акцент сделан на духовной культуре шорского народа — фольклоре и творчестве современных авторов. Материалы, посвященные именно этому аспекту шорской темы, составляют основную часть публикаций. В целом в информационно-оценочном пространстве газетных материалов начала XXI в. о Горной Шории актуализируются два главных оценочных полюса: мелиоративный, связанный с темой сохранения и развития культурных традиций, и пейоративный, соотношенный с темой культурного беспамьятства. Однако газетные публикации в начале века теряют свой «набатный» характер, и слово *возрождение*, являвшееся ключевым в конце 1980-х и в 1990-х годах, утрачивает ведущую роль в газете первого десятилетия XXI в.

Наряду со словом *возрождение* в воплощении темы сохранения шорской культуры важны слова, частотность которых в газетной публицистике повышается в 1990–2000-е годы: лексические репрезентанты духовной жизни общества (*культура, язык, имя, самосознание, сохранение, традиции*), внутренней национальной политики государства (*автономия, коренной, малочисленный, национальный*); экспликатором ведущей гипертемы и всех рассмотренных краеведческих доминант является эпитет *цивилизированный*, свидетельствующий об ориентации на общечеловеческие ценности и достижения мировой культуры.

Выводы. Региональный медиадискурс представляет особую разновидность медиадискурса, семантико-стилистическая специфика которой обусловлена комплексом экстралингвистических факторов: исторических, географических, этнических, экономических, административно-территориальных. Лингвоаксиологическое своеобразие регионального медиадискурса основано на взаимодействии двух составляющих его аксиосферы — надрегиональной и собственно региональной.

Взаимодействие мемориально-краеведческой функции с основными функциями газетно-публицистического текста (информирования, воздействия, социальной оценки) определяет аксиологическое своеобразие регионального издания, формирует его место в социокультурном пространстве региона и страны.

ЛИТЕРАТУРА

- Буслаев Ф. И. Преподавание отечественного языка. М.: Просвещение, 1992.
- Викулова В. П. Мемориальная деятельность публичной библиотеки: организационно-управленческая концепция: автореф. дис. ... канд. пед. наук. М., 2008.
- Воронова О. А. Местная газета: модели и типы // Типология периодической печати: учеб. пособие / под ред. М. В. Шкондина, Л. Л. Реснянской. М.: Аспект Пресс, 2007. С. 60–78.
- Гуркин В. А. Становление локальных исследований российской провинции: на материалах Среднего Поволжья: автореф. дис. ... д-ра культурологии. М., 2006.
- Данилевская Н. В. Методы лингвостилистического анализа // Стилистический энциклопедический словарь русского языка / под ред. М. Н. Кожинной. М.: Флинта, Наука, 2003. С. 221–230.
- Жиликова Н. В. Журналистика города Томска (XIX — начало XX века): становление и развитие: моногр. / науч. ред. Л. П. Громова, Н. М. Дмитриенко. Томск: Изд-во Томск. ун-та, 2011.
- Киселев А. В. Отечественное краеведение как традиция российской культуры // Кузнецкий край и Новокузнецк в историческом и социокультурном измерении: посв. 70-летию Кемеровской обл. и 395-летию г. Новокузнецка: матер. Всерос. науч.-практ. конф. (Новокузнецк, 29 ноября 2012 г.) / под ред. Л. А. Поляковой. Новокузнецк: Сибир. гос. индустр. ун-т, 2013. С. 243–258.
- Кожина М. Н. Стилистика русского языка: учебник. М.: Просвещение, 1983.
- Костяшина Е. А. Медиадискурсивные механизмы моделирования томского городского публицистического текста // Язык и культура. 2012. № 1 (17). С. 5–12.
- Крылов М. П. Региональная идентичность в Европейской России: моногр. М.: Новый хронограф, 2010.
- Купина Н. А. «Малая пресса» Урала: стилистические приметы и аксиологические предпочтения // Стилистика сегодня и завтра: матер. IV междунар. науч. конф. (28–30 апреля 2016 г.). М.: Моск. гос. ун-т, Ф-т журн., 2016. С. 326–329.
- Лапин Н. И. Регион, его статус и функции в российском обществе: теоретико-методологические основы исследования // Социол. исслед. 2006. № 8. С. 25–34.
- Леонтьев Д. А. Ценность как междисциплинарное понятие: опыт многомерной реконструкции // Вопр. филос. 1996. № 4. С. 15–26.
- Лихачев Д. С. Раздумья. М.: Дет. лит., 1991.

Ляшевская О. Н., Шаров С. А. Частотный словарь современного русского языка: на матер. Национ. корпуса рус. языка. М.: Азбуковник, 2009. URL: http://dict.ruslang.ru/freq.php?act=show&dic=fr_eq_freq&title=Частотный список лемм.

Мишанкина Н. А., Филь Ю. В. Лингвистический корпус «Томский региональный текст»: концепция и структура // Слово: фольклорно-диалектол. альманах. 2015. № 12. С. 38–49.

Нестерова Н. Г. Региональный радиодискурс: аспекты изучения // Актуальные проблемы русистики: языковые аспекты регионального существования человека: матер. междунар. науч. конф. (Томск, 9–11 ноября 2005 г.). Вып. 3. Томск, 2006. С. 435–440.

Орлова О. В. Нефть: дискурсивно-стилистическая эволюция медиаконцепта: моногр. Томск: ТомСувенир, 2012.

Петрова Н. Ю. Стилеобразующие факторы репрезентации события в региональных газетно-публицистических текстах: на матер. газет Республики Саха: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Барнаул, 2012.

Согрин В. В. Перестройка: итоги и уроки // Общественные науки и современность. 1992. № 1. С. 133–147.

Тикунова И. В. Современная региональная библиотека в контексте построения обществ знаний // Kitabxanalar biliklär cəmmiyyətində = Библиотеки в обществе знаний: İkidilli Azərbaycan-Rusiya layihəsi. Bakı, 2006. S. 426–439. URL: http://tikunova-i.narod.ru/ni/sovr_reg_bib.htm.

Филлипов К. В. Лингвистика текста: курс лекций. СПб.: Изд-во С.-Петербург. ун-та, 2003.

Чепкина Э. В. Дискурс региональной прессы: конструирование наивного адресата // Стилистика сегодня и завтра: матер. IV междунар. науч. конф. (28–30 апр. 2016 г.). М.: Моск. гос. ун-т, Ф-т журн, 2016. С. 592–595.

Черепанова Л. Л. Дискурс региональных СМИ: психоллингв. аспект: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Пермь, 2007.

Чернышова Т. В. Тексты СМИ в ментально-языковом пространстве современной России: моногр. / науч. ред. и предисл. Н. Д. Голева. М.: Либроком, 2009.

Швецова-Водка Г. Н. Общая теория документа и книги: учеб. пособие. М.: Рыбари; Киев: Знания, 2009.

Шкондин М. В. Периодическая печать: системные основы типологии // Типология периодической печати: учеб. пособие / под ред. М. В. Шкондина, Л. Л. Реснянской. М.: Аспект Пресс, 2007. С. 10–46.

REFERENCES

Buslaev F. I. Teaching of the native language [Prepodavanie otechestvennogo yazyka: ucheb. posobie]. Moscow, 1992.

Чепкина Э. В. Regional press discourse: design of a naive addressee [Diskurs regionalnoj pressy: konstruirovaniye naivnogo adresata] // Stylistics today and tomorrow: mater. of the IV Intern. sci. conf. “Stylistics today and tomorrow” [Stilistika segodnya i zavtra: materialy IV mezhdunar. nauch. konf. «Stilistika segodnya i zavtra» (28–30 apr. 2016 g.)]. Moscow, 2016. P. 592–595.

Черепанова Л. Л. Regional mass media discourse: psycholinguistic aspect [Diskurs regionalnyh SMI: psiholingv. aspekt: avtoref. dis. ... kand. filol. nauk]. Perm, 2007.

Чернышова Т. В. Mass media texts in mental and language space of modern Russia [Teksty SMI v mentalno-yazykovom prostranstve sovremennoj Rossii: monogr.] / ed. by N. D. Golev. Moscow, 2009.

Danilevskaya N. V. Methods of linguostylistic analysis [Metody lingvostilisticheskogo analiza] // Stylistic encyclopedic dictionary [Stilistichesky entsiklopedichesky slovar] / ed. by M. N. Kozhina. Moscow, 2003. P. 221–230.

Filippov K. V. Text linguistics: course of lectures [Lingvistika teksta: kurs lektzij]. St Petersburg, 2003.

Gurkin V. A. The development of Russian province local studies: on the materials of the Middle Volga: PhD thesis abstract [Stanovlenie lokalnykh issledovanij rossijskoj provintsii: na materialah Srednego Povolzhja: avtoref. dis. ... d-ra kulturologii]. Moscow, 2006.

Kiselev A. V. Native local studies as a tradition of Russian culture [Otechestvennoe kraevedenie kak traditsiya rossijskoj kultury] // Kuznetsk region and Novokuznetsk in historical and sociocultural aspects...: mater. of Russian national sci.-pract. conf. (Novokuznetsk, 29th Nov., 2012) [Kuznetsky kraj i Novokuznetsk v istoricheskom i sotsiokulturnom izmerenii...: mater. Vseros. nauch.-prakt. konf. (Novokuznetsk, 29 noyabrya 2012 g.)] / ed. by L. A. Polyakova. Novokuznetsk, 2013. P. 243–258.

Kozhina M. N. Stylistics of the Russian language [Stilistika russkogo yazyka: uchebnik]. Moscow, 1983.

Kostyashina E. A. Media discourse mechanisms of Tomsk city publicistic text modelling [Mediadiskursivnye mehanizmy modelirovaniya tomskogo gorodskogo publitsisticheskogo teksta] // Language and culture [Yazyk i kultura]. 2012. No. 1 (17). P. 5–12.

Krylov M. P. Regional identity in European Russia [Regionalnaya identichnost v Evropejskoj Rossii: monogr.]. Moscow, 2010.

Kupina N. A. “Small press” of the Ural: stylistic traits and axiological preferences [«Malaya pressa» Urala: stilisticheskie primety i aksiologicheskie predpochteniya] // Stylistics today and tomorrow: mater. of the IV Intern. sci. conf. “Stylistics today and tomorrow” [Stilistika segodnya i zavtra: mater. IV mezhdunar. nauch. konf. «Stilistika segodnya i zavtra» (28–30 apr. 2016 g.)]. Moscow, 2016. P. 326–329.

Lapin N. I. Region, its status and functions in Russian society: theoretical and methodological basis of research [Region, jego status i funktsii v rossijskom obshchestve: teoretiko-metodologicheskie osnovy issledovaniya] // Social studies [Sotsiol. issled.]. 2006. No. 8. P. 25–34.

Leontjev D. A. The value as an interdisciplinary notion: an experience of multidimensional reconstruction [Tsennost kak mezhdistsiplinarnoe ponyatie: opyt mnogomernoj rekonstruktsii] // Philosophy issues [Vopr. filos.]. 1996. No. 4. P. 15–26.

Lihachev D. S. Thinkings [Razdumja]. Moscow, 1991.

Lyashevskaya O. N., Sharov S. A. Modern Russian frequency dictionary: on the materials of Russian National Corpus [Chastotny slovar sovremennogo russkogo yazyka (na materi. Natsion. korpusa rus. yazyka)]. URL: http://dict.ruslang.ru/freq.php?act=show&dic=fr_eq_freq&title=Частотный список ЛЕММ.

Mishankina N. A., Fil Y. V. Linguistic corpus “Tomsk regional text”: conception and structure [Lingvistichesky korpus “Tomsky regionalny tekst”: kontseptsiya i struktura] // The Word: folklore and dialect almanac [Slovo: folklorno-dialektol. almanah]. 2015. No. 12. P. 38–49.

Nesterova N. G. Regional radio discourse: aspects of research [Regionalny radiodiskurs: aspekty izucheniya] // Actual issues of Russian studies: linguistic aspects of regional human existence [Aktualnye problemy rusistiki: yazykovye aspekty regionalnogo sushchestvovaniya cheloveka: mater. mezhdunar. nauch. konf. (Tomsk, 9–11 noyabrya 2005 g.)]. Vol. 3. Tomsk, 2006. P. 435–440.

Orlova O. V. Oil: discourse and stylistic evolution of the media concept [Neft: diskursivno-stilisticheskaya evolyutsiya mediakontsepta: monogr.]. Tomsk, 2012.

Pechetova N. Y. Style-forming factors of an event representation in the regional newspaper and publicistic texts: on the mater. of the Republic Saha newspapers [Stileobrazujushchie faktory reprezentatsii sobytiya v regionalnyh gazetno-publitsisticheskikh tekstah: na mater. gazet Respubliki Saha: avtoref. dis. ... kand. filol. nauk]. Barnaul, 2012.

Shvetsova-Vodka G. N. General theory of document and book [Obshchaya teoriya dokumenta i knigi: ucheb. posobie]. Moscow; Kiev, 2009.

Shkondin M. V. Periodical press: system basis of typology [Periodicheskaya pechat: sistemnye osnovy tipologii] // Periodical press typology [Tipologiya periodicheskoy pechati: ucheb. posobie] / ed. by M. V. Shkondin, L. L. Resnyanskaya. Moscow, 2007. P. 10–46.

Sogrin V. V. Perestroika: results and lessons [Perestroika: itogi i uroki] // Social sciences and modern age [Obshchestvennye nauki i sovremennost']. 1992. No. 1. P. 133–147.

Tikunova I. V. Modern regional library in the context of building societies of knowledge [Sovremennaya regionalnaya biblioteka v kontekste postroeniya obshchestv znaniy] // Libraries in the society of knowledge [Kitabxanalar biliklar cəmiyyətiində (Biblioteki v obshchestve znaniy)]. Baku, 2006. P. 426–439. URL: http://tikunova-i.narod.ru/ni/sovr_reg_bib.htm.

Vikulova V. P. Memorial activities of a public library: organizational and managerial conception [Memorialnaya deyatelnost publichnoj biblioteki: organizatsionno-upravlencheskaya kontseptsiya: avtoref. dis. ... kand. filol. nauk]. Moscow, 2008.

Voronova O. A. Local newspaper: models and types [Mestnaya gazeta: modeli i tipazhi] // Typology of the periodical press: study guide [Tipologiya periodicheskoy pechati: ucheb. posobie] / ed. by M. V. Shkondin, L. L. Resnyanskaya. Moscow, 2007. P. 60–78.

Zhilyakova N. V. Journalism of Tomsk (since 19th to the early 20th centuries): establishment and development: monogr. [Zhurnalistika goroda Tomska (XIX — nachalo XX veka): stanovlenie i razvitie: monogr.] / ed. by L. P. Gromova, N. M. Dmitrienko. Tomsk, 2011.

**ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ ЯЗЫКОВЫХ СРЕДСТВ
В МАССМЕДИА**
.....

УДК 81.38;
ББК 81.2-5;
ГРНТИ 61.21.27;
КОД ВАК 10.01.10

А. Ефимова
София, Болгария

**ЭВФЕМИЗАЦИЯ
И ДЕТАБУИЗАЦИЯ
МЕДИЙНОЙ РЕЧИ
В МАССОВОЙ ПРЕССЕ
(НА МАТЕРИАЛЕ ЛЕКСИКИ,
ОБОЗНАЧАЮЩЕЙ
СЕКСУАЛЬНЫЕ ОТНОШЕНИЯ
И СЕКСУАЛЬНУЮ
ПРИНАДЛЕЖНОСТЬ)**

Андреана Борисова Ефимова, доктор филологических наук, доцент кафедры пресс-журналистики и издательского дела факультета журналистики и массовой коммуникации Софийского университета им. Климента Охридского.
1000, Болгария, София, ул. Московска, № 49, к. 60.
E-mail: aeftimova1971@abv.bg.

© Ефимова А. Б., 2017

Постановка проблемы. Предметом исследования являются стилистические и прагматические характеристики эвфемизмов и дисфемизмов в медийной речи (в тематическом поле сексуальных отношений и сексуальной принадлежности), являющиеся частью процессов: 1) эвфемизации и табуизации, 2) дисфемизации и табуизации, — которые становятся основным механизмом в процессе реализации языка политической корректности и речи ненависти. Из возможных структурно-семантических случаев проявления эвфемизации / дисфемизации подобраны те, которые реализуются на лексическом и фразеологическом уровнях, поскольку субституция лексем и словосочетаний является преобладающим и предпочитаемым способом создания эвфемизмов и дисфемизмов. Не случайно Ю. Баскова утверждает, что наибольшей силой манипулятивного воздействия в массмедиа обладают эвфемизмы, образованные на лексико-семантическом и синтаксическом уровнях, так как именно они способны в максимальной степени отдалиться от запрещенного денотата и оказать мощное воздействие на сознание адресата¹ [Баскова 2006; Прядильникова 2007]. Функции эвфемизмов и дисфемизмов в медийной речи рассматриваются в основном в массовой прессе. На страницах таблоидной прессы часто переэкспонируются пол и сексуальная ориентация. Анализ эвфемизмов / дисфемизмов в представленных областях мог бы дать представление о степени проявления и о функционировании политически корректного языка и языка ненависти в современных болгарских таблоидах, об их манипулятивной роли при представлении явлений и публичных личностей и т. п.

История вопроса. Толерантность часто понимается как проявление терпимости к другому, отличающемуся, без проявления враждебности или негативизма. Образ отличающегося имеет свои

функции: 1) поддерживать идентичность индивидов и групп², отделяя Чужих от Своих; 2) установить превосходство над Чужим; 3) поддерживать порядок в группе и очертить более четко ее границы [Рябов 2004: 165–166]. Часто Чужой определяется на основе *сексуальных и половых различий*. Посредством понятия «гендер» обозначается система отношений, которая создает картину мира, организует социальные связи в двух подмножествах — мужском и женском. Гендерная метафорика позволяет интерпретировать не столько отношения между полами, сколько социальные подходы, придавая им новые символические значения и оценки. Во многих типах дискурса — политического, военного, националистического и др. — используется гендерная символика с целью достижения эффекта внушения.

В поисках лингвистических аспектов проблемы речи в области пола и сексуальных отношений следовало бы обсудить и идею андроцентричности в языке / языка³, согласно которой язык регистрирует картину мира с мужской точки зрения, а женское начало выступает в роли объекта, Другого, Чужого или вообще игнорируется. Поэтому «под андроцентризмом в языкознании понимают неравномерную представленность лиц обоих полов в языке, которая отмечена феминистской критикой языка, а также ведущими теоретиками постмодернизма» [Ж. Дериды. Цит. по: Архангельская 2011: 11]. Упреки в андроцентризме находят выражение в нескольких языковых (морфологических, синтаксических, лексических) проблемах, обобщенных А. Архангельской [Архангельская 2011: 11–12]. Об этой гендерной асимметрии, по мнению некоторых исследователей [Архангельская 2011; Илиева 2014: 62–74], свидетельствуют еще несколько проблем, среди которых выделяются номинации сексуальной принадлежности и сексуального поведения. Эти языковые особенности, на которых основывается гендерная асимметрия в языке, имеют разное проявление в различных языках, и абсолютно кстати возникают вопросы о критериях и методах измерения языкового андроцентризма, о том, доказан ли андроцентризм в языке или это только гипотеза. Постепенно все данные (включая языковые) начинают интерпретироваться как свидетельство общественного неравноправия полов и людей с различной сексуальной ориентацией, как проявления андроцентризма / сексизма⁴ [см.: Илиева 2014: 75]. Идею о том, что язык конструирует гендерные различия и что в языке коренится половое неравенство, следует подвергнуть серьезному критическому анализу⁵. Эта идея подробно обсуждалась в работах Е. Добревой [Добрева 2001: 17; 2009: 50–61 и др.].

Когнитивная точка зрения дает основание говорить о двух типах сексизма: о социальном и лингвистическом⁶ [см. также: Добрева 2001: 16–17]. **Социальный сексизм** содержит «социальные стереотипы, убеждения и верования, утверждающие превосходство одного пола над другим и тем самым обосновывающие неравенство мужчин и женщин» [И. С. Кон. Цит. по: Архангельская 2011: 83] и отражает дискриминационные практики и предрассудки⁷ [обзор возникновения, дефиниции и случаи современного употребления понятия «сексизм» см.: Архангельская 2011: 83–93; Добрева 2009]. На основе этого понимания сексизма как идеологии и практики дискриминации людей по признаку пола выявляют сексистский потенциал языка. **Лингвистический сексизм**⁸ является частью языка ненависти и выражается в «игнорировании или ограничении экспликации лиц женского пола, в выражении их маловажности, а также и в деградировании лиц мужского и женского пола средствами языка» [Д. О. Чистяк. Цит. по: Архангельская 2011: 87]. М. Хеллинггер высказывает мнение, что дискриминация в языке имеет три формы: игнорирование (имеется в виду генерирующая функция слов мужского рода), стереотипизация (включает в себя немаркированность рода мужчин и маркированность рода женщин,

демаскулинные феминативы, этикетную систему, синтаксические особенности, семантические поля, такие как семья и материнство, в которых предпочитается обозначение женщины) и недооценка (протекционистское отношение к женщинам, тривиализация, деперсонализация и эротизация женщин и др.) [Хеллингер 1999: 92]. Такая стереотипизация обнаруживается в «будуарном журнализме» (Й. Рафербергер), где «тривиальное и утилитарное представление женщины является уже неотъемлемой частью ежедневно злоупотребляющей практики таблоидов и коммерческого телевидения» [Симеонов 1999: 48]. Парламентская ассамблея Совета Европы также установила факт, что «в определенных странах Восточной Европы и Сообществе Независимых Государств образ женщин в медиадискурсе преимущественно негативный. Медиа показывают мужчин как реформаторов, в то время как женщинам определена более ограниченная роль», они «ассоциированы с личной жизнью, домохозяйством, семейной сферой», а также представлены как сексуальные объекты [Препорька 2002]. В этом плане свои рассуждения излагает и Е. Николова [Николова 2012а; 2012б]. В подобной рамке представлены и представители сексуальных меньшинств. Все еще, однако, без ясного ответа остается следующая проблема: действительно ли языковой сексизм вызван некорректным употреблением слов, порождающих нежелательные смыслы, или он вытекает из языковых структур? [Архангельская 2011: 239]. Настоящая статья делает попытку доказать, что случаи контекстного употребления выступают полем выявления и интерпретации дискриминационных практик.

Описание методики исследования. В исследовании использованы методы контент-анализа, лингвостилистического и лингвопрагматического анализа, опрос респондентов для проверки гипотез. Анализ результатов опирается на актуальные теоретические положения лингвистической и журналистской аксиологии, прагматики, медиалингвистики, коннотативной стилистики, социолингвистики, дискурс-анализа.

Анализ результатов исследования. Наименования, связанные с сексуальной принадлежностью. По отношению к политически корректному говорению самой значительной проблемой является обозначение различных в сексуальном поведении людей. В ряде исследований рассматривается их медийное представление в Болгарии [Ангелова 2002; Атанасов 2010; Добрева 2009; 2010 и др.]. В докладе об исследовании отношения болгарского общества к языку ненависти говорится, что «распознавание гомосексуалистов как специфической группы, которая может быть объектом языка ненависти, варьируется в зависимости от различных респондентов. Уровень идентификации гомосексуалистов как группы, которая является объектом языка ненависти, выше среднего по стране у жителей Софии, выпускников высших школ и особенно молодых (18–29 лет). Наоборот, респонденты со средним образованием меньше всего воспринимают эту группу как объект языка ненависти» [Обществени нагласи... 2013: 10]. Частично это объясняется отсутствием в Болгарии реакции речевого поведения на эту социальную группу. Часто враждебный дискурс поддерживается намеками о нетрадиционной половой ориентации известных людей. В России — *голубой мальчик* вместо *гомосексуалист*, *голубая версия* вместо *версия гомосексуальности* [см.: Мишланов, Салимовский 2006: 59], а в болгарской речи — *обратен* (обратный), *на другия / левия бряг* (на другом / левом берегу), *обърнал резбата* (поменял резьбу); *нежните ѝ авери* (нежные ее дружки), *„сестрите“* («сестры») (*Лили* форсит: „Еще занимаюсь сексом!“ // Уикенд. 2012. 11–17 авг. С. 12) и др. Чаще всего враждебная речь выражается в использовании жаргонизмов и других выпадающих из политически корректного словаря номинаций: *гей*, *гейове* (голубой, голубые; гей, геи): *Новый актер Слави — голубой № 1 в Пловдив-*

ве; Нашел женщину своей жизни; Звезда из „Гарри Поттера“ Станислав Яневский: „Я не гей! Категорически!“; Вуди Аллен ненавидит негров и голубых; лесбийска, лесбийка, лесбийство (лесбийская, лесбиянка, лесбиянство): Шакира и Риана обвинены в лесбиянстве; дисфемизмы педерасты: Мартин Карбовски взорвался: „Вон, педерасты, из церкви!“; педал (пидер): Ненчо Илчев учит сына, кто такой пидер; обратните (обратные): Ненависть „Татарчев — Луканов“. Очевидно, что это примеры политически некорректных номинаций, которые не следует использовать в публичной речи, если болгарское общество претендует на то, чтобы быть частью современной Европы.

Как выяснилось, формирование восприятия в обществе групп меньшинств — это динамический процесс, который протекает неодинаково в разных странах. Поэтому политически корректные и некорректные номинации различных в сексуальном поведении людей заимствуются современной болгарской речью, несмотря на то что потенциал существующих собственно болгарских номинаций пока не исчерпан. Например, политически корректным является номинация *гомосексуальные люди*. Но наряду с этой номинацией в Болгарии публично употребляются слова *гей* и *лесбиянка*, причем административные или этические санкции за подобное языковое поведение не предусмотрены и не учитывается то, что во многих других государствах данные слова относятся к политически некорректным названиям. Лексика в политически корректном языке быстро «изнашивается» и становится банальной, а в результате этого приходится заменять ее новыми номинациями. Динамика членов меньшинственных групп отличается активностью, и это приводит к поиску новых и новых номинаций. Результатом поиска политически корректного отражения естественного пола в речи является решение Фейсбука предложить таблицу с 50 наименованиями различных полов с целью самоидентификации пользователей.

Наименования семейного статуса, сексуальных отношений и половых органов. Эвфемистические номинации в области семейных и сексуальных отношений наиболее часто используются в таблоидной прессе, чья основная отличительная особенность состоит в том, что одним из объектов представления в данном типе СМИ является интимная жизнь публичных личностей. Гипотеза, предлагаемая в данной статье, основывалась на мнении Д. Херадштейта и Т. Бьоргу о парадоксальности того, что в наше время «эвфемизмы идут к исчезновению из интимной сферы, имея в виду сферу эротики и физиологических функций» [Херадштейт, Бьоргу 2009: 77], и заключалась в том, что в болгарских медиатекстах, вследствие протекающего процесса дестабулизации, содержится малое количество эвфемистических номинаций, описывающих семейные и сексуальные отношения, и эти эвфемистические номинации будут вытесняться дисфемизмами. Данная гипотеза в ходе исследования не подтвердилась: расшатывание системы ценностей в современном болгарском обществе и разрушение патриархальной морали и сексуальных табу привели к усиленному присутствию сексуального начала в болгарских медийных текстах, но при этом сохраняется использование эвфемистических номинаций при представлении данной темы в медиа⁹.

В классификации сексуальных эвфемизмов, предложенной Дж. Коулманом, выделяются две большие области: 1) сон (sleep) — сон, кровать, отход ко сну; 2) компания (companionship) — и четыре меньшие группы: 1) любовные эвфемизмы (love euphemisms), 2) интимные эвфемизмы (nearness euphemisms), 3) научные эвфемизмы (scientific euphemisms) и 4) общие эвфемизмы для всех форм физического контакта (blanket euphemisms) [Coleman 1992: 95]. Эти группы эвфемизмов представлены ниже, но можно их обогатить, например, группами эвфемизмов, основывающихся на метафорах о сексе

в следующих направлениях: 1) игра — *лудории, палави занимания* ‘проказы’, ‘буйные шалости’; 2) управление машиной или ее действие — *вдигам самолета, секс машина* ‘поднимать самолет’, ‘секс-машина’; 3) боевые действия — *усетил засечка* ‘дал осечку’; 4) тайные отношения — *афера, пипнали го на калъп* ‘афера’, ‘застукали за сексом’; 5) занятия спортом — *физкултурни / креватни упражнения, полов атлет, расписва се из чаршафите* ‘физкультурные / постельные упражнения’, ‘половой атлет’, ‘расписывается на простынях’; 6. бизнес — *бизнес с жива плът, момчета, които работят на магистралата, обслужил* ‘бизнес на торговле живой плотью’, ‘девушки, которые зарабатывают на магистрали’, ‘обслужил’ и др. Подобные классификации можно сделать и относительно эвфемизмов, называющих части тела¹⁰. Вот несколько текстовых примеров, разделенных нами на три группы в зависимости от значения, которое они выражают.

А. Семейный статус — *разтрогна брака им, съдът да ги разкачи като семейство* (расторгнуть их брак, суд разобшил их семью) (Деси Зидарова уже разведена // Уикенд. 2014. 19–25. 4 апр. С. 10).

Б. Сексуальные отношения — *афера* (Цветанова сцапали голого у него в кабинете // Уикенд. 2014. 8–14 февр. С. 8); *скандальные архивы* (вм. порно), *интимная коллекция* (вм. порно), *консумирали плътски любовта си, отдавал се на палави занимания* (практиковали плотскую любовь, отдавался шальным страстям) (Роси Новева снимала порно с Зографским // Пак там. С. 31); *отдавала си е най-милото, палува с актуалния си любовник* (отдавала самое милое, шалит с очередным любовником) (Деси Зидарова удрала в Мексику с любовником // Уикенд. 2014. 15–21 февр. С. 12); *оральные ласки* (Кучкова у логопеда // Пак там. С. 15); *легендарните лудории* (легендарные шалости) (Я нашел женщину своей жизни! // Пак там. С. 24); *в спалнята ми е ужасяващо тихо* (в моей постели ужасно тихо) (Нина Добрев развратилась // Пак там. С. 99); *върти любов с друга, извънбрачна афера* (крутит любовь с другой, внебрачная афера) (Жена вытурила Румена Луканова // Уикенд. 2014. 22–28. С. 14); *ухажер* (вм. любовник) (Деси Зидарова даровала детей их отцу // Пак там. С. 15); *(не) вдигал самолета, мъжествеността му не е на ниво, усетил „засечка“, половата (не)мощ* (не)поднимал самолет, его мужское достоинство не на уровне, половая (не)мощь) (Колин Фарелл импотентный // Пак там. С. 98–99); *забегките ѝ (ее уклоны)* (Деси Зидарова уже разведена // Уикенд. 2014. 19–25 апр. С. 10); *влиза в манастир, обръща нова страница в живота си* (поступает в монастырь, открывает новую страницу жизни) (Модель „Плейбоя бросает мужчин и танцы“ // Уикенд. 2014. 8–14 марта. С. 14); *сексуальная афера, „специальный массаж“* (Элтон Джон переспал с болгариним? // Пак там. С. 101); *пипнали го на калъп, физкултурни упражнения в креватта* (застукали его за сексом, физкультурные упражнения в постели) (Морды застукали Йовова за сексом с блондинкой // Пак там. С. 115); *проблеми от интимно естество* (проблемы интимного характера) (Его ждал медовый месяц в Бразилии // 168 часа. 2014. 21–27 марта. С. 4–5); *прави компания, всеки може да я има, задоволява* (составляет компанию, ее каждый может иметь, удовлетворяет) (Кучкова повысила тариф на 2 000 баксов // Уикенд. 2014. 8–14 февр. С. 9); *секс машина* (секс-машина) (Я — секс-машина?! Была только с троими // Пак там. С. 27); *известна с лековат имидж* (известная своим легковатым имиджем) (Деси Зидарова удрала в Мексику с любовником // Уикенд. 2014. 15–21 февр. С. 12); *бизнеса с жива плът* (бизнес на торговле живой плотью) (Братя Галевы содержат шлюх в сельском борделе // Уикенд. 2014. 8–14 марта. С. 18–19); *момчетата, които работят на магистралата* (девушки, которые зарабатывают на магистрали) (Първанов врет больше сивого мерина // Пак там. С. 40–41); *мераклия по тънката част* (охотник на тонкую часть, любитель тонкой части) (вм. женкар ‘бабник’) (Роси Новева

снимала порно с Зографским // Пак там. С. 31); *полов атлет* (половой атлет) (*Кто написал „Кынчо Пизодера?“* // Уикенд. 2014. 15–21 февр. С. 94); *гадже, изгора, избраницата* (подружка, зазноба, избранница) (вм. *любовница*) (*Мистер Бин с новой подружкой* // Уикенд. 2014. 19–25 февр. С. 100–101); *еректирاليا му пенис* (его эрегированный пенис) (*Микки Рурк вздыбил его / пенис* // Уикенд. 2014. 22–28 февр. С. 99); *проблеми в секса, затруднения / проблеми с ерекцията, пенисът му блокирал, усетил „засечка“, членът започнал да не му става* (проблемы в сексе, затруднения / проблемы с эрекцией, пенис заблокировал, давать осечку, член не встает) (*Колин Фарелл импотентный* // Пак там. С. 98–99); *системни изневери* (систематические измены) (*Деси Зидарова даровала детей их отцу* // Пак там. С. 15); *метреса* (вм. *любовница*) (*Мистер Бин с новой подружкой* // Уикенд. 2014. 19–25 февр. С. 100–101); *кръшкал, рогоноска* (увиливал, рогоносица) (*Жена вытурила Румена Луканова* // Уикенд. 2014. 22–28 февр. С. 14); *обслужил* (*Элтон Джон переспал с болгариним* // Уикенд. 2014. 8–14 марта. С. 101); *нимфоманката, кръшкачката* (нимфоманка, ловчила) (*Деси Зидарова удрала в Мексику с любовником* // Уикенд. 2014. 15–21 февр. С. 12); *порно-звезда, родная Чичолина* (*Как болгарская порно-звезда накопила миллионы обманом в Италии* // Уикенд. 2014. 19–25 апр. С. 40–41); *държанка* (содержанка) (*Братья Галевы содержат шлюх в сельском борделе* // Уикенд. 2014. 8–14 марта. С. 18–19); *квартална бръмчалка* (главная гуляльщица квартала) (*Зейнеб берегла девственность для миллионера* // Пак там. С. 30); *креватни упражнения, шавливостта на дръпнатата красавица* (постельные упражнения, распущенность строптивой красавицы) (*Люси избивает жену* // Уикенд. 2015. 17–23 окт. С. 8); *отскоро се разписва из чаршафите с игривата Ели* (с недавнего времени он расписывается на простынях с шальной Ели, с недавнего времени он мнет простыни с шальной Ели) (*Домовчийски женится на бывшей Део* // Уикенд. 2015. /16. 31 дек. — 8 янв. С. 81); *сексуални проблеми, проблеми с потентността / импотентност, не можеше да се радва на редовни приятелки, доволен от уменията му, да си легне с жена по нормален начин, той е съвсем наред в секса сексуалные проблемы, проблемы с потентностью* (импотенция, не может радоваться постоянным подружкам, довольная его умениями, лечь с женщиной нормальным путем, у него с сексом все в порядке) (*Колин Фарелл вылечил импотентность* // Уикенд. 2016. 6–12 февр. С. 73); *в нежна компания, в двусмыслена ситуация* (в нежной компании, в двусмысленной ситуации).

В. Первичные и вторичные половые признаки — *бюст* (*Мара оголяет попку, стоя на руках, Джена обнажила сиськи, Ели Гигова показала новые сиськи*); *гръдна обиколка, скромната ѝ пазва* (окружность груди, скромная ее пазуха) (*Вот любовница Божинова до тюнинга* // Уикенд. 2014. 15–21 февр. С. 8); *телесните аромати* (телесные ароматы) (вм. *пот*) (*Венета Райкова моется три раза в день* // Пак там. С. 16); *дупето* (попа) (*Шакира и Риана обвинены в лесбиянстве* // Пак там. С. 98); *интимностите си, гърдите* (интимные части, грудь) (*Мать Василя Петрова прогоняет его женщин* // Уикенд. 2014. 22–28 февр. С. 18); *членът, пенисът, мъжествеността му* (член, пенис, его мужское достоинство) (*Колин Фарелл импотентный* // Пак там. С. 98–99); *детайл от чатала му, пенис, атрибутът* (деталь промежности, пенис, атрибут) (*Микки Рурк вздыбил его / пенис* // Пак там. С. 99); *детеродният орган* (детородный орган) (*Показалась пизда Пэрис Хилтон* // Пак там. С. 100); *най-интимното ѝ, прелестите ѝ, бюстът ѝ* (ее наиболее интимное, прелести, ее бюст) (*Преслава в одной комбинации* // Пак там. С. 105); *дупето, анатомията, прелестите* (попа, анатомия, прелести) (*Риана показала попу* // Уикенд. 2014. 19–25 февр. С. 102); *най-интимните области, срамотиите, голотиите* (самые интимные области, срамные места, нагота) (*Новое порно „Открывалки“* // Пак там. С. 105);

гърди, бюст (грудь, бюст) (*Мира Добрева ходит без лифчика // Уикенд. 2014. 8–14 марта. С. 11*); *дъждовният червей* (вм. *пенис*) *да не се е скрил* (дождевой червь не скрылся ли) (*Час Милена Цветкова // НТВ. 9 окт. 2015 г.*); *надарен* (одаренный) (*Полный абсурд. Румен Бахов // БНТ. 13 ноября 2015 г.*).

Некоторые из перечисленных эвфемистических номинаций выражают откровенную иронию, что превращает их в дисфемизмы. Таково употребление жаргонного эвфемизма в анекдоте из передачи „Комики“, bTV, 26 января 2016 г.: *Не е важно да ти е голям хоботът, важно е да не виси* (Не важно, чтобы хобот у тебя был большой, важно, чтобы не висел).

Любопытны и эвфемистические номинации из таблоидов, собранные Ст. Брезинским и обозначающие мужские половые органы: *мъжкият ми атрибут* (мой мужской атрибут), *голям въртокъщник* (домовитый хозяин) и т. д.; женские половые органы: *сливата* (слива), *котенце* (котенок), *разпукалия се кестен* (распустившийся каштан) и т. д.; сексуальные действия: *игри и закачки, пристъпят към основното ястие* (игры и потехи, приступают к основному блюду) [Брезински 2015: 185–188]. На основании анализа подобного речевого материала Брезинский приходит к выводу о детабуизации медийной речи: «Итак, разрушенное табу в наших печатных изданиях (по отношению к некоторым областям человеческой деятельности в более ограниченном социуме) создает и новые эвфемистические языковые построения. Следовательно, минисоциум генерирующих подыскивает выражения — и эффективные, и терпимые, и приятные для уха, по возможности не вызывающие стресс у некоторых индивидов макросоциума, которые используют более традиционное выражение или вообще налагают табу на эти факты» [Пак там: 188].

Оценка этих номинаций как эвфемистических иногда колеблется, так как сенсационная пресса использует противоречивые настроения разных групп общества по отношению к различным словам и выражениям. Послания в таблоидах двусмысленные, и оценка языковых фактов в них зависит как от контекста, так и от настроения и социального статуса читателей [о контекстуальном и автономном этосе см.: Общая риторика 1986: 269–278].

Примерами очевидно дисфемистического употребления при представлении сферы сексуальных отношений являются жаргонные номинации: *жиголо* („Кто написал „Кынчо Пиздодера“?“); *чукане, чукаш* (траханье, трахаешь) (Колин Фарелл импотентный. „Трахать за 52 лева Милко Калайджиева“); *напопорчи* (вздыбить) („Микки Рурк вздыбил его“); *курви, бардак* (шлюхи, бордель) („Братя Галевы содержат шлюх в сельском борделе“); наименования частей тела: *дупи се, надупила се е, задник* (показывает попу, показывающая попу, зад, задница) („Мара оголила задницу, стоя на руках“); *напращели цици, бомби* (сочные сиськи, бомбы) („Джена обнажила сиськи“); *пласка като батерия от 4 волта и половина, цицопласка, лисичите си муцунки, силиконови цици* (плоская как батарейка 4 1/2 вольт, плоские сиськи, ее лисьи мордашки, силиконовые сиськи) („Вот „любовница“ Божинова до тюнинга“); *цици* (сиськи) („Ели Гигова показала новые сиськи“); *задници* (зады, задницы) („Шакира и Риана обвинены в лесбианстве“, „Дочки Эдди Мерфи показали задницы“); *шунда* (пизда) („Показалась пизда Пэрис Хилтон“); *цици, топки* (сиськи, мячики) (в болг. языке топки восходит к мячам для тенниса, которыми прикрывают грудь); *гъз* (жопа) („Вафельная принцесса оголила попку как Мэрилин Монро“); *задник* (зад, задница) („Риана показала попу“).

Противоречивой оценкой отличаются номинации, принадлежащие к группе интернациональных терминов: *импотент, феллацио, вагина, пенис, проститутка*.

Л. П. Крысин отмечает: «Изменился и нормативный статус некоторых медицинских терминов: ряд терминов, связанных с половой сферой и раньше употребляемых в специализированных текстах или в строго профессиональной среде (типа *коитус*, *оргазм*, *клитор*, *пенис*, *эрекция*), сейчас довольно свободно используются в неспециализированной речи — в газетных статьях, радио-и телевизионных передачах, бытовой речи» [Крысин 2004: 264]. Поэтому общественная оценка их стилистической принадлежности была проверена путем эксперимента. Приведенные выше термины часто расцениваются референтами как недопустимые и даже запрещенные к употреблению в публичном общении¹¹ номинации, хотя со стилистической точки зрения следовало бы отнести их к эвфемизмам (поскольку это термины латинского происхождения¹²) или, по меньшей мере, к стилистически нейтральным номинациям. В болгарской телевизионной реалити-программе было заглушено слово *мензис*, которое имеет латинское происхождение и, следовательно, должно было бы восприниматься как нейтральная или эвфемистическая номинация: *То на жена акъл и ***** не ѝ ли дойдат навреме* (Если женщине ум и ***** не придут вовремя) („Валя и Моро покоряют мир“. TV7, 18 ноября 2015 г.). Трансформация медицинской терминологии в дисфемистические и табуированные названия связана с тем фактом, что обозначаются понятия, на которые наложен строгий запрет, распространяющийся и на термины, которые их обозначают.

Поэтому политически корректный язык ищет новые наименования, например: *жертвы несчастья* или *личность, занятая в сфере услуг для взрослых*; *лицо с вредными привычками* вместо *проститутка*, *группы повышенного риска* вместо *зараженные СПИДом*; *сексуально неопытное лицо* вместо *девственница* (примеры из русской прессы). В болгарских таблоидах используют архаизмы (*метресса*), поэтизмы (*лоно*), устойчивые словосочетания (*известная своим легковатым имиджем*) и другие средства не только с целью замены табуированных названий, но и прежде всего с целью достижения иронического эффекта. Несмотря на то что эти наименования эвфемистические, они не относятся к арсеналу политически корректного языка, так как они стилистически маркированы как иронизирующие и недооценивающие языковые практики.

Отмечая, что «образ женщин в медиа в целом остается негативным и продолжает быть стереотипным и сексистским», Парламентская ассамблея Совета Европы стимулирует медиа «популяризировать равенство» [Препорька 2002]. Для этой цели рекомендуются: выработка механизма саморегуляции медийных операторов; специальная подготовка журналистов, связанная с познаниями в сфере равенства полов, на факультетах журналистики; увеличение числа женщин на руководящих постах в медиа; введение концепции сексизма, дефинированной как отрицание равноправия человеческого достоинства на основе пола, в национальном и медийном законодательстве; разграничение ситуации в частных и общественных медиа; финансирование проектов при участии медиа с фокусом на равенстве между полами и на улучшении доступа женщин к информации; стимулирование подготовки профессиональных этических кодексов; создание центров наблюдения или других органов с участием женщин-журналистов под эгидой Совета Европы с целью изучения представления женщин в европейских медиа и др. [Препорька 2002]. Знакомство с политически корректными и эвфемистическими номинациями играет существенную роль в подготовке журналистов и функционировании медиа для реализации рекомендаций Совета Европы.

Выводы. Гипотеза, не подтвердившаяся в ходе исследования, заключалась в том, что в болгарской таблоидной прессе мало эвфемистических названий, описывающих семейные и сексуальные отношения.

1. Зарегистрированы многочисленные примеры эфемистических номинаций семейного статуса, сексуальных отношений и частей тела. Активное употребление эфемизмов в таблоидных медиа опровергает существующую в лингвистике, и в частности в стилистике, точку зрения на эфемизмы как на номинативное средство, характерное только для одного типа социально ограниченной речи. Результаты наших наблюдений недвусмысленно показывают, что в болгарской медийной среде существует тенденция «активного употребления эфемизмов в рамках неформального речевого регистра», которая определяется «как абсолютно новая, сформированная в конце XX в. и активно проявляющаяся стилевая черта» публицистического стиля [Прядильникова 2007].

2. Дисфемистические номинации — это преимущественно жаргонные слова.

3. Противоречивую оценку получают номинации, принадлежащие к группе интернациональных терминов: *импотент*, *феллацио*, *вагина*, *пенис*, *проститутка*. Некоторыми референтами эти номинации часто оцениваются как недопустимые и даже запрещенные к употреблению в публичном общении, хотя со стилистической точки зрения их следовало бы отнести к эфемизмам (так как это латинские термины) или, по меньшей мере, к нейтральным номинациям. Функционирование медицинской терминологии в качестве дисфемистических и табуированных номинаций связано с тем, что они обозначают понятия, на которые наложен строгий запрет.

Примечания

¹ «...Манипулятивный потенциал на графическом, фонетическом и морфологическом уровнях нельзя назвать высоким, поскольку эфемизмы, реализующиеся на данных уровнях, обладают довольно тесной связью с табуируемой прямой номинацией» [Баскова 2006].

² Речь идет о коллективной идентичности, которая отличается тремя характеристиками: референтностью (репрезентации Своих и Чужих взаимообусловлены), контекстуальностью (изменчивость черт, приписываемых Своим и Чужим) и гетерогенностью (иерархия и асимметрия в социальной группе) [Рябов 2004: 166–167].

³ Необходимость разграничить терминологические словосочетания *андроцентризм в языке* и *андроцентризм языка* ключевая: «Под *андроцентризмом в языке* следует понимать глубинную культурно-языковую традицию, выражение *андроцентризма языка* дефинитивно предполагает его маскулинное происхождение и сущность. В таком понимании маскулинноцентричный язык потенциально должен обладать способностью дискриминировать женщину» [Архангельская 2011: 61–62].

⁴ Понятие сексизма связано с понятием андроцентризма, так как и в обоих понятиях исходной является посылка, что мужчина — это норма, стандарт, а женщина — девиация нормы. Показателен пример, приведенный А. Архангельской: в отношении когнитивных способностей женские характеристики определяются на фоне мужских как недостаток (*женская логика*) или как достоинство (*женская интуиция*) [Там же: 83]. Поэтому термины, обозначающие эти два понятия, — *сексизм* и *андроцентризм* — часто употребляются как синонимы.

⁵ В работах чешской феминистки Яны Валдровой содержание термина *сексизм* терпит трансформацию — как сексистские определены лексемы; сексистскими являются дискриминативные языковые структуры вообще, но сексизм содержится не в языке, а в употреблении языка [Там же: 237].

⁶ Ряд исследователей не используют термин *сексизм* по отношению к языку, поскольку в сексизме выявляется намерение о дискриминации, которое отсутствует в языке. Поэтому используются синонимические термины *андроцентризм*, *гендерная асимметрия* (*родово-половая асимметрия*), *гендерно (не)корректный язык*, *гендерное неравенство*, *гендерный дисбаланс*. В на-

стоящем исследовании используется и термин *сексизм* (с определением *лингвистический*) ввиду его широкого распространения в лингвистических и коммуникационных исследованиях на болгарском языке.

⁷ Обвинение в сексизме было распространено Джесом Денамом в газете «Индепендент». Оно отправлено в адрес Оксфордского английского словаря, который наглядно представляет случаи языкового употребления прилагательных *яростный*, *бешеный* в словосочетаниях типа *бешеная феминистка*. Антрополог Майкл Оман-Рийган обращает внимание еще на несколько примеров: существительное *психика* в *никогда не пойму женскую психику*, прилагательное *сварливый* в *сварливая женщина*, *пискливость* в *пискливость женских голосов*, *раздражающий* в ее *раздражающий/острый голос* (URL: <http://www.independent.co.uk/arts-entertainment/books/news/oxford-dictionaries-accused-of-sexist-usage-examples-including-rabid-feminist-and-nagging-wife-a6832911.html>).

⁸ По мнению некоторых исследователей, языковой сексизм вполне возможен, и даже в 70-х годах XX в. английский язык был объявлен сексистским языком, потому что в нем установлено слишком много сексистских местоимений, морфем, суффиксов, слов и конструкций [Архангельская 2011: 118].

⁹ А. Бенбасат утверждает, что отсутствие эротики в литературном дискурсе привело к употреблению только эвфемизмов в этой области [Бенбасат 1998: 161].

¹⁰ См. любопытные примеры местоимений-эвфемизмов по отношению к частям тела у М. Илиевой [Илиева 2004: 127–142].

¹¹ Коментарий М. Илиевой, что «в субтитрах американских фильмов, которые изобилуют цинизмами, производит впечатление, что против английского слова *penis* стоит местоименный эвфемизм, несмотря на то что болгарский язык располагает не только международной лексемой, но и избытком слов, называющих мужской половой орган», подкрепляет ее наблюдение, будто на первый взгляд литературный язык не располагает нейтральными средствами названия частей человеческого тела и их функций [Пак там: 131–132].

¹² Исключительно интересно наблюдение, что написание латинских терминов латынью сделало их менее «постыдными» [Пак там: 132].

ЛИТЕРАТУРА

Ангелова В. Социални малцинства и медији // Годишник на Софийския университет „Св. Климент Охридски“, Факултет по журналистика и масова комуникация. Т. 9. София: Универс. изд-во „Св. Кл. Охридски“, 2002. С. 183–198.

Архангельская А. Сексизм в языке: мифы и реальность. Олмоуц: Изд-во на Оломоуц. ун-т, 2011.

Атанасов Н. Медийната видимост на хомосексуалността като парадокс // Идентичности в преход: род, медији и популярна култура в България след 1989 г. София: Полис, 2010. С. 93–109.

Баскова Ю. Эвфемизмы как средство манипулирования в языке СМИ: на матер. рус. и англ. языков: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Краснодар, 2006. URL: <http://www.dissercat.com/content/evfemizmy-kak-sredstvo-manipulirovaniya-v-yazyke-smi-na-materiale-russkogo-i-angliiskogo-yaz>.

Бенбасат А. Българската еротиада. София: Издателско ателие „Аб“, 1998.

Брезински Ст. Българският език свещен... София: Хермес, 2015.

Добрева Е. Езикът ни ще се съпротивлява мъжки // Съпоставително езиковедие. 2001. Кн. 3. С. 15–28.

Добрева Е. За медийния образ на хората от ЛГБТ общността // Идентичности в преход: род, медији и популярна култура в България след 1989 г. София: Полис, 2010. С. 76–92.

Добрева Е. Толерантност, нетолерантност и нулева толерантност в съвременния български печат: критически лингвосомиотичен анализ. Велико Търново: Фабер, 2009.

Илиева М. Българинът в своите местоимения. Велико Търново: Универс. изд-во „Св. св. Кирил и Методий“, 2004.

Илиева Т. Лингвокултурният концепт *джендър* в съвременния български език // Българска реч. Година XX/2014. Кн. 3. София: Универс. изд-во „Св. Кл. Охридски“, 2014. С. 62–76.

Крысин Л. П. Русское слово, свое и чужое: исследования по современному русскому языку и социолингвистике. М.: Языки слав. культуры, 2004.

Мишланов В. А., Салимовский Вл. А. Дискурс враждебности как социальный феномен // Язык вражды и язык согласия в социокультурном контексте современности: труды Урал. межрег. ун-та обществ. наук. Вып. 20 / отв. ред. И. Т. Вепрева, Н. А. Купина, О. А. Михайлова. Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2006. С. 56–65.

Николова Е. Новото разбирање за универсалната женска идентичност — образи и представи в минало и бъдеще време // Сборник научни трудове от Националната конференция с международно участие „40 години Шуменски университет 1971–2011“, Факултет по хуманитарни науки. Шумен: Универс. изд-во „Епископ Константин Преславски“, 2012а, 475–481. URL: <http://shu.bg/sites/default/files/izdaniq/Ubileen%20sbornik.pdf>.

Николова Е. Обществен барометър — обществото „за“ или „против“ женското лице на успеха // Сборник научни трудове от Националната конференция с международно участие „40 години Шуменски университет 1971–2011“, Факултет по хуманитарни науки. Шумен: Универс. изд-во „Епископ Константин Преславски“, 2012б, 482–487. URL: <http://shu.bg/sites/default/files/izdaniq/Ubileen%20sbornik.pdf>.

Обществени нагласи спрямо езика на омразата в България: доклад / съст. И. Иванова, Г. Стойчев, А. Пампоров и др. София: Ин-т „Отворено общество“, 2013. URL: http://opendata.bg/data/file/Hate_speech_report_interactive_BG.pdf.

Общая риторика / Ж. Дюбоа, Ф. Эделин, Ж.-М. Клинкаенберг и др. Москва: Прогресс, 1986.

Препоръка 1555. Образът на жените в медиите // Парламентарната асамблея към Съвета на Европа [Доклад 9394 на Комитета за равни възможности за мъже и жени, докладчик: Лопез Гонзалез]. 2002. URL: <http://archive.devedu.eu/devedu/resources/bg220220121506-502.pdf>.

Прядильникова Н. В. Эвфемизмы в российских СМИ начала XXI века: комплексная характеристика: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Самара, 2007. URL: <http://www.dissercat.com/content/evfemizmy-v-rossiiskikh-smi-nachala-xxi-veka-kompleksnaya-kharakteristika>.

Рябов О. В. Межкультурная интолерантность: гендерный аспект // Культурные практики толерантности в речевой коммуникации / отв. ред. Н. А. Купина, О. А. Михайлова. Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2004. С. 165–180.

Симеонов Вл. Журналистиката. София: Jusautor, 1999.

Хеллинг М. Контрастивная феминисткая лингвистика // Феминизм и гендерные исследования: хрестоматия / под общ. ред. В. И. Успенской. Тверь: Изд-во «Алексей Ушаков и К», 1999. С. 91–98.

Херадствейт Д., Бьоргу Т. Политическата комуникация: въведение в семиотиката и реториката. София: СемаРШ, 2009.

Coleman J. Sexual euphemism in old English // Neuphilologische Mitteilungen. 1992. Vol. 93, No. 1. P. 93–98. URL: <http://www.jstor.org/stable/43345888>.

REFERENCES

Angelova V. Social minorities and media [Socialni malcinstva i medii] // Yearbook of Sofia University “SV. Kliment Ohridski” [Godishnik na Sofijskija universitet „St. Kliment Ohridski“, FZHMK]. Т. 9. Sofia, 2002. P. 183–198.

Arhangel'skaja A. Sexism in language: myths and reality [Seksizm v jazjike: mifji i realnost]. Olmouc, 2011.

Atanasov N. The media visibility of homosexuality as a paradox [Medijnata vidimost na homoseksualnostta kato paradoks] // Identities in Transition: family, media and popular culture in Bulgaria after 1989 [Identichnosti v prehod: rod, medii i populjarna kultura v Bulgarija sled 1989 g.]. Sofia, 2010. P. 93–109.

Baskova J. Euphemisms as a means of manipulation in language media: on a material of Russian and English languages [Evfemizmjji kak sredstvo manipulirovanija v jazjike SMI: na material russkogo i anglijskogo jazjikov: avtoref. dis. ... kand. filol. nauk]. Krasnodar, 2006. URL: <http://www>.

dissercat.com/content/evfemizmy-kak-sredstvo-manipulirovaniya-v-yazyke-smi-na-materiale-russkogo-i-angliiskogo-yaz.

Benbasat A. Bulgarian erotiada [Balgarskata erotiada]. Sofia, 1998.

Brezinski St. Bulgarian language sacred... [Balgarskij ezik sveshten...]. Sofia, 2015.

Coleman J. Sexual euphemism in old English // Neuphilologische Mitteilungen. 1992. Vol. 93, No. 1. P. 93–98. URL: <http://www.jstor.org/stable/43345888>.

Common rethorics [Obshtaja ritorika] / J. Duboi, J.-M. Klinckenberg, P. Menge et al. Moscow, 1986.

Dobрева E. For media image of people from the LGBT community [Za medijinja obraz na horata ot LGBT obshtnostta] // Identities in Transition: family, media and popular culture in Bulgaria after 1989 [Identichnosti v prehod: rod, medii i populjarna kultura v Bulgarija sled 1989 g.]. Sofia, 2010. P. 76–92.

Dobрева E. Our language will resist strongly [Ezikat ni chte se saprotivljava mazhki] // Comparative linguistics [Sapostavitelno ezikoznanie]. 2001. Book 3. P. 15–28.

Dobрева E. Tolerance, intolerance and zero tolerance in contemporary Bulgarian print: critical linguistic and semiotic analysis [Tolerantnost, netolerantnost i nuleva tolerantnost v savremennija balgarski pechat: kriticheski lingvosemiotichen analiz]. Veliko Tarnovo, 2009.

Helinger M. Contrastive feminist linguistics [Kontrastivnaja feministkaja lingvistika] // Feminism and Gender Studies [Feminism i gendernije issledovanija] / ed. by V. Uspenskaja. Tver, 1999. P. 91–98.

Heradstveit D., Bjorgo T. Political communication: introduction to semiotics and rhetoric [Politicheskata komunikatsija]. Sofia, 2009.

Ilieva M. Bulgarian in his pronouns [Balgarinat v svoite mestoimenija]. Veliko Tarnovo, 2004.

Ilieva T. Language and cultural concept gender in the modern Bulgarian language [Lingvokulturnijat concept dzhendar v savremennija balgarski ezik] // Bulgarian speech [Balgarska rech]. XX/2014. Book 3. Sofia, 2014. P. 62–76.

Krysin L. P. Russian word, our and others: research on modern Russian language and sociolinguistics [Ruskoe slovo, svoe i chuzhoe: issledovanija po sovremennomu pusskomu jazjiku i sociolingvistike]. Moscow, 2004.

Mishlanov V. A., Salimovskij V. A. The discourse of hostility as a social phenomenon [Diskurs vrazhdebности kak socialnji fenomen] // Hate speech and language in the consent of the socio-cultural context of modernity [Jazjik vrazhdji i jazjik soglasija v sociokulturnom kontekste sovremennosti: Trudj Uralskogo MIONa] / ed. by I. Vepreva, N. Kupina, O. Mihajlova. Is. 20. Ekaterinburg, 2006. P. 56–65.

Nikolova E. Public Barometer — society “for” or “against” the female face of success [Obshtestven barometer — obshtestvoto „za“ ili „protiv“ zhenskoto lice na uspeha] // Collection of scientific works of the National Conference with international participation “40 years Shumen University 1971–2011”, Faculty of Humanities [Sbornik nauchni trudove ot Nacionalnata konferencija s mezhdunarodno uchastie „40 godini Shumenski universitet 1971–2011“, Faculty of Humanities]. Shumen, 2012. P. 482–487. URL: <http://shu.bg/sites/default/files/izdaniq/Ubileen%20sbornik.pdf>.

Nikolova E. The new understanding of universal female identity — images and ideas presented in past and future [Novoto razbirane za universalnata zhenska identichnost — obrazi i predstavi v minalo i badeshte vreme] // Collection of scientific works of the National Conference with international participation “40 years Shumen University 1971–2011” [Sbornik nauchni trudove ot Nacionalnata konferencija s mezhdunarodno uchastie „40 godini Shumenski universitet 1971–2011“, Faculty of Humanities]. Shumen, 2012. P. 475–481. URL: <http://shu.bg/sites/default/files/izdaniq/Ubileen%20sbornik.pdf>.

Prjadilnikova N. V. Euphemisms in the Russian media from beginning of the XXI century: complex description [Evfemizmi v rossijskih SMI nachala XXI veka: kompleksnaja harakteristika: avtoref. dis. ... kand. filol. nauk]. Samara, 2007. URL: <http://www.dissercat.com/content/evfemizmy-v-rossijskikh-smi-nachala-xxi-veka-kompleksnaya-kharakteristika>.

Public attitudes toward hate speech in Bulgaria [Obstestveni naglasi sprjamo ezika na omrazata v Bulgarija] / ed. by I. Ivanova, G. Stojchev, A. Pamporov et al. Sofia, 2013. URL: http://opendata.bg/data/file/Hate_speech_report_interactive_BG.pdf.

Recommendation 1555. Image of women in the media [Рекомендация 1555. Образ женщины в средствах массовой информации] // Parliamentary Assembly of the Council of Europe. 9394

Report of the Committee on Equal Opportunities for Men and Women, rapporteur: Lopez Gonzalez [Parlamentarnata Assambleja kam Saveta na Evropa]. 2002. URL: <http://archive.devedu.eu/devedu/resources/bg220220121506-502.pdf>.

Rjabov O. V. Intercultural intolerance: a gender perspective [Mezhdukulturnaja intolerantnost: gendernji aspekt] // Cultural practices of tolerance in speech communication [Kulturnjie praktiki tolerantnosti v rechevoj kommunikaciji] / ed. by N. Kupina, O. Mihajlova. Ekaterinburg, 2004. P. 165–180.

Simeonov V. Journalistics [Jurnalistikata]. Sofia, 1999.

УДК 81'27;
ББК 81.2;
ГРНТИ 16.21.27;
КОД ВАК 10.02.19

О. В. Красовская
Луганск

**НЕОФИЦИАЛЬНЫЕ
АНТРОПОНИМЫ
В ПОЛИТИЧЕСКОМ МЕДИАТЕКСТЕ
КАК ИМИДЖЕВЫЙ РЕСУРС**

Оксана Владимировна Красовская, доктор филологических наук, доцент, профессор кафедры социальных коммуникаций Луганского национального университета имени Тараса Шевченко. 91000, Луганск, ул. Оборонная, 2, корп. 1, к. 317. E-mail: rusistika@rambler.ru.

© Красовская О. В., 2017

Постановка проблемы. Усложнение социально-коммуникативной практики, появление в ней новых форм взаимодействия закономерно приводит к расширению научного пространства, уточнению входящих в него понятий.

Так, становление пиар-деятельности в системе современного публичного общения потребовало ее осмысления представителями разных наук, в том числе лингвистами. Показательно, например, внимание к языковой составляющей пиар-технологий в известных медиалингвистических работах [Добросклонская 2016: 286].

Непременным компонентом пиар-деятельности, которая направлена на эффективное управление общественным мнением, является имиджмейкинг. Имидж — как свернутый текст — представляет собой «наиболее экономный способ порождения и распознавания сложной социальной действительности» [Почепцов 2001б: 188]. Ср.: «Образы людей правят миром» [Ольшанский 2003: 285]; «В новую эпоху действует своя логика: люди голосуют не за реальных политиков, а за удачные имиджи...» [Там же: 11]; «Имидж стал важнее биографии» [Там же: 10]. Осознание роли имиджевой коммуникации, функций создаваемых имиджей привело к вычленению имиджевого дискурса как самостоятельного научного объекта, который представляет собой совокупность текстов, направленных на реализацию имиджевой стратегии — формирование и распространение необходимого образа. Эти действия предполагают передачу аудитории имиджевых характеристик с помощью языковых средств, которые, специализируясь на выполнении воздействующих задач, превращаются в медийные технологии. Таким образом, интерпретационная функция языка в медийном тексте может обнаруживать себя как имиджевая функция.

В рамках лингвистики имиджевый дискурс изучается в стратегическом [Руженцева 2004], жанровом [Клинк 2014; Кривоносов 2002], лингвосомиотическом [Чумакова 2013] и других аспектах.

В нашей работе на основе совмещения лингвистического и экстралингвистического подходов изучаются антропонимы как языковые средства конструирования имиджа политика в современных медийных текстах (в широком значении). Большая их часть принадлежит дискурсу информационной войны между Россией (с которой солидаризуются ЛНР и ДНР) и Украиной [Красовская 2016]. Антагонизм военно-информационного дискурса проявляется как «борьба имиджей» [Почепцов 2001а: 58], при которой каждая из сторон заинтересована в построении негативного имиджа (антиимиджа) оппонента. Ср.: «Имидж субъективен — он сгущает краски образа, либо приукрашивая явление, либо очерняя его» [Ольшанский 2003: 292].

Прежде чем анализировать конкретные языковые единицы, формирующие имиджевый дискурс, выделим его основные приметы, очевидные на данном этапе нашего исследования.

Характеристика имиджевого дискурса выражается в следующих корреляциях между его прагматическими и языковыми особенностями.

1. Позиционирование заданного объекта — приписывание ему определенных свойств (имиджевых черт) с помощью разнообразных приемов номинации и описания персонажа, территории, события и др. [см., напр.: Ильина, Комаров 2015]: *Мачо-Путин для Мачо-России* (URL: inosmi.ru. 26.07.2011); *Украинская летчица Надежда Савченко: героиня или преступница?* (URL: www.dw.de. 23.10.2014); *Министр самоуничтожения Украины: о неонацизме, ненависти к русскому языку и Донбассу* (URL: rusvesna.su. 25.12.2016).

Обратим внимание на то, что создание антиимиджа часто протекает как «атака на созданный позитивный имидж» [Ляшук 2011: 222; Руженцева 2004: 128–131]: *Истинное лицо Порошенко показали западные СМИ* (URL: http://tvzvezda.ru. 01.08.2015); *Но так ли действительно был хорош Михо в роли руководителя Грузии?*; *Миф о «добром и хорошем» президенте* (URL: rian.com.ua. 07.12.2014). Ср. также заголовок к статье, опровергающей позитивные оценки киевского Евромайदानа: *«Революция достоинства» лишила Украину достоинства* (URL: odnarodyna.org. 21.11.2016).

2. Эксплицитная или имплицитная «отстройка от конкурента», вызывающая появление в тексте стилистических приемов и языковых средств контраста: *Византийское изящество: Путин и «шоколадный король»* (29.10.2016); *Соловьев: Захарченко — воин, когда он войдет, Порошенко обвиснет от страха, как куча* (URL: rusvesna.su. 29.10.2016); *Пока Крым радуется — укроп плачет* (URL: www.e-news.pro. 18.03.2016).

В следующем примере наблюдается использование с полемической целью принадлежащего оппозиционному дискурсу чужого слова, которое отстраняет автора текста «не только от точки зрения, но и от самой речевой манеры оппонента» [Арутюнова 1986: 61]: *Очередная «победа» Украины над Россией* (URL: politobzor.net. 07.07.2016).

3. Гиперболизация имиджевых черт, достигаемая путем высокой концентрации разнообразных средств позитивной или негативной оценки объекта (так называемая стилистико-прагматическая конвергенция [Руженцева 2004: 128]). Ср., например, обыгрывание «шоколадной темы» в статье о включении П. Порошенко в президентскую кампанию 2014 г., фокусирующее внимание на негативной для политика имиджевой черте «олигарх»: *«Шоколадный король» метит в президенты Украины* (заголовок); *Шоколадный магнат, один из богатейших людей Украины; Петра Алексеевича в наро-*

де называют «шоколадным зайцем». Он, конечно, бизнесмен, но уши его всегда торчали из украинской политики; Виктор Ющенко стал крестным отцом дочерей **шоколадного олигарха**, а Порошенко — кошельком «оранжевой революции»; Но если Ющенко потерпел крах из-за коррупционных скандалов, то империя Порошенко, наоборот, росла. К **шоколаду прилипли** автозаводы, верфь и полезные медиаресурсы; Виталий Кличко был вторым популярным политиком после Януковича. Но послушно снялся с выборов. И вместо **ушей шоколадного зайца** Украина увидела изделие целиком; Политтехнологи по привычке стирают позолоту с **шоколадного зайца** Порошенко. Продаст, мол, фабрики и будет слугой народа; На фоне косноязычного Кличко и радикальной Тимошенко Петр Алексеевич, действительно, весь **в шоколаде** (URL: www.1tv.ru. 06.04.2014).

Анализ материала. Одним из главных средств формирования имиджа политика в медийном тексте являются средства его именованя. Они способны передавать всё содержание политической коммуникации: различать «своих» и «чужих», спланивать со сторонниками и отдалять от оппонентов [Шейгал 2004: 111–133].

Предметом нашего внимания являются антропонимические наименования политика, интерпретационный потенциал которых связан с наличием в русском речевом этикете разнообразных формул именованя, а также с субъективно-оценочной и стилистической модификацией русских антропонимов. Эти возможности расширяются путем включения в медийную антропонимику иностранных вариантов русских собственных имен.

Появление неофициального варианта имени политика на месте официального выступает средством модального преобразования условно «нейтрального» описания ситуации [Левин 1974].

Во-первых, сниженные для институционального политического дискурса имена могут повышать имидж политической персоны, позиционируя ее как «своего» человека. Такие имиджевые краски можно наблюдать, например, в именовании украинского политика Юлии Тимошенко. Ср. воззвания, функционировавшие в украинском политическом дискурсе: *Юле свободу!* и *Свободу Надежде Савченко!* В использовании по отношению к себе домашнего имени в официальной коммуникации сама Тимошенко также видит знак не фамильярности, а интеграции с подчиненными, коллегами, народом. Приведем фрагмент из материала, имеющего заголовок «Тимошенко нравится, когда ее называют просто Юлей»: *Так, в интервью журналу «Корреспондент» премьер-министр Украины Ю. Тимошенко призналась, что ей приятно, когда коллеги и соратники называют ее Юлей: «Мне тепло и приятно, когда меня называют по имени. Честно говорю. Я даже от этого какое-то удовольствие получаю»* (URL: www.segodnya.ua. 26.01.2008).

Интерпретационный потенциал неофициальных антропонимов особенно наглядно обнаруживает себя в конфликтном стилистическом ряду — при помещении сокращенного имени в ряд традиционных наименований политиков: <«адекватно-умеренных» украинцев на российском телевидении> представляли В. Олейник, Е. Бондаренко, Е. Копатько и неподражаемый **Коля Левченко** (Новороссия. 2016. № 117). Особое отношение к Н. Левченко в зарегистрированном в ДНР издании связано с тем, что он, находясь во время «Русской весны» в Донецке, не поддержал ополчение Донбасса.

Также отчетливо имиджеобразующий характер антропонимов выступает в их низывании: *Петр Порошенко — Пэтя, Педро* (исп.), *Петрик* (ум.-ласк. от укр. *Петро*). Приведенные имена вписывают в образ украинского президента негативные черты, которые эксплицируются сопровождающими антропонимы эпитетами: *Лучшего способа*

обесценить всю трескучую риторику **боевитого Педро** нельзя себе и представить; Так пусть правые свергают **жадного Петрика**, тем быстрее вся эта позорная катавасия закончится (URL: rusvesna.su. 29.10.2016). Воспроизведение звучания имени *Петя* в украинском языке, не отвечающего орфоэпической норме русского языка, выглядит в тексте как пародирование украинской речи, которое передает объекту описания негативное отношение к украинскому языку, запечатленное в этнических стереотипах русских [см: Шмелева, Шмелев 2007]: *Путин изящно потроллил **воинственного Пэтью**, который не устает потрясать молниями инвектив «российская агрессия», «окупанты из РФ», «гибридная война» и так далее* (URL: rusvesna.su. 29.10.2016).

Во-вторых, называние политика по имени может свидетельствовать о его ситуативном понижении. Так, В. Путин, называя на одном из форумов Б. Обаму по имени, устраняет асимметрию между ним и собой, заданную вопросом журналиста:

Журналист. Президент Обама / как Вы знаете / обвинил / Вас / в том что Вы поддерживаете /

В. Путин (перебивая). Чтобы обвинять кого-то / он же не судья // ...Не думаю что / Барак меня / в чем-то обвиняет // (23.05.2014).

Наконец, сниженные антропонимы активно реализуют функцию «перепрограммирующего воздействия» [Руженцева 2004: 182], т. е. создания антиимиджа оппонента: умаления его авторитета, демонстрации несоответствия статуса политика реальной ситуации. К примеру, сокращенный вариант имени регулярно используется в медийных текстах, дискредитирующих одного из самых известных украинских политиков — Арсения Яценюка. Антропоним *Сеня* согласуется с закрепленным за политиком прозвищем *украинский Киндер-сюрприз*, которое также содержит в себе компонент «политическая незрелость»: *Тройной дефолт, или Как **Сеня Яценюк** помог угробить Украину с гарантией* (URL: webnovosti.info. 09.10.2015); *Даже «великий реформатор» **Сеня Яценюк** оказался в состоянии подчитать, что на обвале экспорта в Россию Незалежная только за 2016 год потеряет 600 миллионов* (URL: politikus.ru. 18.11.2015); *Грозный вояка **Сеня Яценюк** отчитался о победах [рус. победах] за год* (URL: ww.w.e-news.su. 29.12.2015).

Приведем примеры антропонимов, не растиражированных в медийном политическом дискурсе.

Совет российскому дипломату Марии Захаровой представителя НАТО в Москве отражает конфликтные отношения между ними, которые, как правило, сопровождаются демонстрацией неуважения конфликтантов друг к другу. Языковым выражением конфликта является использование сниженных стилистических ресурсов: *Повзрослей, **Маша!*** (URL: voicesevas.ru. 15.11.2016).

Рассмотрим выбор С. Лавровым формы именования лидера украинских праворадикальных националистов во время итоговой пресс-конференции: *Потом / **Дима Ярош** организовал поезда дружбы как Вы помните с э-э... молодчиками вооруженными для того чтобы прорваться в Крым / потом / организовали пятую колонну которая захватила Верховный Совет / ну и так далее и тому подобное //* (URL: russian.rt.com. 26.01.2016). Наряду с другими средствами описания организованного Дмитрием Ярошем события сокращенная форма его имени подчеркивает неравенство социальных статусов между министром и украинским деятелем, создавая возвышение («пристройку сверху») С. Лаврова над украинским общественно-политическим деятелем.

Сокращенный антропоним участвует в дегероизации известной украинской летчицы: *В заключение своего выступления она с уверенностью заявила, что готова стать*

президентом Украины. А «железная» **Надя Савченко...** всегда идет до конца, чего бы ей это ни стоило (URL: rusvesna.su. 17.12.2016). Обратим внимание на то, что появляющийся в этом контексте рядом с антропоним *Надя* антропоним *Юля* (*Тимошенко*), который ранее мы рассматривали как позитивный для политика имиджевый знак, заражается негативной коннотацией: *Не исключено, что с учетом ее выхода из «Батькивщины» она готова столкнуться с еще одной украинской преступницей (таковы украинские реалии) — Юлией Тимошенко. Так Надя или Юля?*

Носителем негативно-оценочного отношения к Надежде Савченко в следующем примере выступает ласкательный антропоним, метаязыковым сигналом переносного (квазидигитного) использования которого выступают кавычки: *Украинские политики и активисты, равно как и российские «правозащитники» всех мастей, резко вспомнили о «Надюше», подогревая истерию* (URL: rusvesna.su. 11.03.2016).

Пример использования ласкательного имени, с помощью которого создается имидж министра иностранных дел Украины как несамостоятельного, зависимого политика, находим в тексте «гражданской поэзии»:

Киев шлет в Евросоюз
Климкина Павлушу:
Будешь там, снимай картуз,
И что скажут, слушай!
Не перечь и не ершишь,
Будь овечкой Долли...
Расскажи про нашу жизнь —
О несчастной доле.

(В. Пятков. URL: stih.ru)

Выделим группу примеров, в которых неофициальные личные имена ключевых политических фигур непризнанных донбасских республик становятся носителями обличительных коннотаций. О лидере политического движения «Новороссия»: *На недавнем антифашистском форуме в Донецке Пауша Губарев дал интервью* (URL: cenzoru.net. 15.05.2015). Разоблачение усиливают сопроводители собственных имен, характеризующие их носителей в невыгодном свете. Например, имеющее ярко сниженную окраску наименование экс-премьер-министра ЛНР по месту получения образования: *Весной 2014 года ПТУшник Гена принимал участие в организации деятельности луганских сепаратистов...* (URL: in-formator.lg.ua. 20.05.2014). В добавлении пренебрежительных красок к портрету главы ДНР, кроме обозначения по профессиональной деятельности, участвует неопределенное местоимение: *Но вот некто шахтный слесарь-сантехник Сашка Захарченко... решил изложить военную доктрину «республики»* (URL: okrytoe.org. 06.12.2016).

Анализируемые нами антропонимы могут объединяться с прозвищами. О главе ДНР Александре Захарченко, получившем просторечное прозвище из-за долго не разрешавшейся ситуации в донецком аэропорту: *Сашка-эрапорт* (URL: gazeta.ua. 20.01.2015). Об украинском военном, политике и журналисте Дмитрие Тымчуке, освещавшем донбасский конфликт: *Дима «Потерь Нет» Тымчук* (URL: rusvesna.su. 28.09.2014).

В поэтическом тексте по случаю смерти героя ДНР Арсения Павлова (позывной «Моторола») сниженное имя является безусловным лингвоцинизмом, участвующим в демонизации известного полевого командира Донбасса: *Ушел Моторка под насмешек шквал...* (URL: v-n-zb.livejournal.com. 16.10.2016).

Чтобы ярче увидеть возможности использования собственного имени в создании образа политика, рассмотрим антропонимическое поле, которое образовалось в обранном нами материале вокруг экс-президента Грузии Михаила Саакашвили. Противоречивая политическая биография Саакашвили, антироссийская риторика, эпатажные попытки играть первые роли в «чужой» политике, конфликтная самопрезентация на Украине превратили его в медийную личность российско-украинского противостояния. Это повлекло за собой исключительное разнообразие форм его именованья в исследуемом нами дискурсе. Добавим также, что способность политика переходить из проправительственного лагеря в оппозицию к нему способствует расширению круга субъектов, заинтересованных в понижении его образа.

Дискредитирующие Саакашвили материалы направлены на снятие с него маски демократа, реформатора, спасителя Украины. Тональность большинства медийных текстов (с обеих сторон информационной войны) о грузинском политике — фамильярно-ироническая. Ср.: *Ну и так / каким бы ни был соблазн / улыбнуться / скажем со всей возможной серьезностью // Бывший президент Грузии / Михаил Саакашвили теперь новый губернатор Одесской области Украины* («Вести в субботу». 30 мая 2015 г.). Тексты о Саакашвили насыщены сниженной, в том числе криминальной, лексикой, негативно-оценочными номинациями: *Мишкины делишки, или Как Саакашвили Одессу «доил»* (URL: amdnews.08.11.2016); *политическое опудало* (рус. чучело, безвкусно одетый человек) *грузинского разлива* (URL: rusvesna.su.01.04.2016); *горе-губернатор* (URL: huser.com.ua.14.01.2017) и др.

Имидж Михаила Саакашвили как несостоявшегося политика создает и поддерживает самостоятельное использование по отношению к нему сокращенного антропонима *Миша*: *...Миша привел в Одессу свою команду отпетых воров и жуликов, которые в недавнем прошлом «кошмарили» Грузию, после чего там на них завели уголовные дела и подали в розыск* (URL: www.novoross.info.03.07.2015).

Имидж политика-неудачника развивает еще более сниженная для политической антропонимики форма *Мишка*: *Кто о чем, а Мишка Саакашвили снова за старое* (URL: politikus.ru.01.12.2015); *А теперь «Мишкина команда» благополучно перебралась в Украину...* (URL: www.novoross.info.03.07.2015). В следующем заголовке воспроизводится неправильно написанное М. Саакашвили в Сети слово *матерей-героинь*. Ошибка позволяет дискредитировать политика путем намека на его вредную привычку: *«Одесит Мишка» Саакашвили наградил орденами «героин»* (URL: riafan.ru.10.06.2015).

Высокую активность использования в дискредитирующей Михаила Саакашвили функции обнаруживает грузинская уменьшительно-ласкательная форма *Мишико*, что обусловлено ее богатым ассоциативным потенциалом. Подчеркивая незрелость политика, подобно именам *Миша* и *Мишка*, эта форма к тому же заостряет внимание на его грузинском происхождении: 1) напоминает о связанном с Грузией темном прошлом: *беглый грузинский преступник* (URL: www.liveinternet.ru.16.06.2016); 2) негативно оценивает назначение грузина на должность губернатора Одесса: *Ляшко назвал назначение Саакашвили губернатором унижением украинской нации* (URL: www.gazeta.ru.30.05.2015); 3) высмеивает его «украинскость»: *Саакашвили «может быть даже больше украинец, чем все остальные»* (URL: www.tvs.ru.22.06.2016). Показательные заголовки: *Безумный Мишико и его поход в президенты; Генеральное посмешище вся Украины, Мишико Саакашвили, терпит поражение по всем фронтам* (URL: rusvesna.su.01.04.2016); *«Кокаиновый драйв» Мишико Саакашвили* (URL: tvs.ru.22.06.2016). Выделим вокативное использование этого антропонима. Фрагмент из материала о пре-

кращении работы в Одессе открытого Михаила Саакашвили Центра по обслуживанию граждан: *Он хотел выпендриться, построить что-то свое, что было связано исключительно с ним. Плевал он на десятки миллионов потраченных впустую денег. И вот теперь этого нет. Понятно, что виноваты «враги». Слышали. Мишико, можешь еще галстук пожевать* (URL: amdnews. 03.11.2016).

Не менее активно в порицающем Саакашвили повествовании используется его именование как *Михо*, дискредитирующий подтекст которого раскрыл сам политик в одном из интервью: *Михо — «герой... не очень цензурных грузинских анекдотов»* (URL: politnavigator.net. 08.12.2016). Несколько примеров: *Гастрольный тур Михо Саакашвили* (URL: www.pravda-tv.ru. 12.02.2016); *Истинное лицо «реформатора» Михо Саакашвили* (URL: rian.com.ua. 07.12.2014); *Куда несет течение Михо Саакашвили...* (URL: fraza.ua. 08.12.2016). Любопытен контекст, объединяющий небезобидное грузинское имя с широко известным украинизмом: *Вчера сходил на Михо-майdan* (URL: www.2000.ua/blog. 28.11.2016). Энергичная интеграция Саакашвили в украинское политическое пространство, часто подвергаемая осмеянию в нашем материале, также способствует созданию негативного имиджа Украины.

Меньшую активность в антропонимическом поле негативной оценки Саакашвили обнаруживает грузинский вариант его отчества (*Николаевич — Николозович*), который — при поддержке других языковых средств — лишает этикетную формулу «имя + отчество» коннотаций взрослости, солидности, уважительности и т. п. Ср.: *Михаил Николозович как зеркало русской «революции»* (URL: eadaily.com. 02.11.2016).

Таким образом, отрицательные коннотации антропонимов, характеризующих Саакашвили, имеют не единственный характер. Они обнаруживают себя в текстах грузинских, российских и украинских журналистов, присутствуют в медийном пространстве «гражданской» журналистики и поэзии, поддерживаются интернет-пользователями. Они даже проникают в официальный политический дискурс. Ср. фрагмент выступления в Верховной Раде народного депутата от «Блока Петра Порошенко»: *Уважаемые народные депутаты! Как вам известно / с 30 мая / в Одессе / работает шайка / грузинских реформаторов / во главе с / главным реформатором Тбилиси и всей Грузии / Михо Чудотворцем* (URL: infocenter-odessa.com. 09.12.2015).

Активное использование в позиционировании Михаила Саакашвили собственных имен, принадлежащих разным лингвокультурам, породило следующий антропонимический каламбур, который строится на столкновении украинского и грузинского соответствий русского паспортного имени политика: *Еще не Михайло / но уже и не Мишико // В новом удостоверении Саакашвили его имя все равно звучит по-русски / но представляя одесситам нового губернатора / президент Порошенко обращался к Саакашвили с подчеркнутой украинскостью [называя его Михайло] («Вести в субботу». 30 мая 2015 г.).*

Замещение паспортных антропонимов политика в медийном дискурсе неофициальными вариантами побудило Саакашвили дать им «антропонимический комментарий».

Интервью политика получило отражение в следующих любопытных заголовках: *Украинцы затравили Саакашвили обидными прозвищами* (URL: karl.news. 08.12.2016); *Саакашвили пожаловался, что в Украине исковеркали его имя и отчество* (URL: kp.ua. 08.12.2016); *Саакашвили обиделся на украинцев за использование в его адрес некорректных имен* (URL: tass.ru. 08.12.2016); *Саакашвили обиделся на украинцев за сравнение его с персонажем нецензурных анекдотов* (URL: infocenter-odessa.com. 08.12.2016); *Саакашвили против Михо* (URL: nepravda.in.ua. 08.12.2016); *Герой анекдотов «сексуальный маньяк Михо» Саакашвили взбешен отношением к себе украинцев* (URL: jpgazeta.

ru. 08.12.2016). Явно протестный характер имеет подпись под фрагментом резонансного интервью с политиком: *Мое имя — Михаил Николаевич!* (URL: politnavigator.net. 08.1.2016).

Отклик Михаила Саакашвили на собственный медийный имидж и языковые механизмы его конструирования (как и пристальное внимание медиасреды к тому образу политика, который она сама предъясвляет массовой аудитории) демонстрирует успешную реализацию богатого воздействующего потенциала антропонимов в современном медийном дискурсе.

Выводы. Как показывают факты, неофициальные антропонимы в политических медиатекстах регулярно используются как имиджевые знаки, которые в совокупности с другими языковыми средствами выражают все оттенки негативно-оценочного отношения к политику, создавая вокруг него дискредитирующий контекст.

Проанализированный материал демонстрирует сходное использование одних и тех же антропонимических форм в медийных текстах, посвященных разным политикам, — сообщение их имиджам одних и тех же признаков с целью «перепрограммирующего воздействия» (Н. Б. Руженцева). Показателем эффективности использования собственных имен в антиимиджевой функции является их быстрое распространение в медийном пространстве.

Специализация сниженных для институционального дискурса антропонимов на дискредитации политических фигур свидетельствует о приобретении ими статуса медийных технологий.

В заключение отметим, что дальнейшее накопление материала будет способствовать развитию представлений о «политической медиаимиджологии» [Добросклонская 2015: 21] в целом и ее основных языковых ресурсах в частности.

ЛИТЕРАТУРА

Арутюнова Н. Д. Диалогическая цитация: к проблеме чужой речи // *Вопр. языкозн.* 1986. № 1. С. 50–64.

Добросклонская Т. Г. Медиалингвистика в структуре современного языкознания // *Медиалингвистика. Вып. 5. Язык в координатах массмедиа: матер. I Междунар. науч.-практ. конф. (6–9 окт. 2016 г., Варна, Болгария) / отв. ред. В. В. Васильева. СПб.: С.-Петербург. гос. ун-т, Ин-т «Высш. шк. журн. и мас. коммуникаций», 2016. С. 285–286. URL: http://medialing.spbu.ru/upload/files/file_1481115662_5389.pdf.*

Добросклонская Т. Г. Прикладные аспекты медиалингвистических исследований // *Медиалингвистика. Вып. 4. Профессиональная речевая коммуникация в массмедиа: сб. статей / под ред. Л. Р. Дускаевой; отв. ред. Н. С. Цветова. СПб.: С.-Петербург. гос. ун-т, Ин-т «Высш. шк. журн. и мас. коммуникаций», 2015. С. 18–22. URL: http://medialing.spbu.ru/upload/files/file_1428343475_2861.pdf.*

Ильина О. В., Комаров Д. А. Конструирование образа политика в медиатексте: на примере кампании по выборам мэра Екатеринбурга 2013 г. // *Политическая лингвистика: проблематика, методология, аспекты исследования и перспективы развития научного направления: матер. междунар. науч. конф. (Екатеринбург, 27.11.2015) / гл. ред. А. П. Чудинов. Екатеринбург: Урал. гос. пед. ун-т, 2015. С. 99–105.*

Клинк Е. И. Коммуникативное моделирование жанра имиджевой статьи: на матер. газетно-журнальных текстов на рус. языке: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Екатеринбург, 2014.

Красовская О. В. Информационная война как коммуникативный феномен // *Полит. лингвистика.* 2016. № 4(58). С. 59–65.

- Кривоносов А. Д. PR-текст в системе публичных коммуникаций. 2-е изд. СПб.: Петерб. Востоковедение, 2002.
- Левин Ю. И. О семиотике искажения истины // Информационные вопросы семиотики, лингвистики и автоматического перевода. Вып. 4. М.: ВИНТИ, 1974. С. 108–117.
- Лящук О. Н. Имиджмейкинг как культурная технология человечества // Науч. проблемы гуманитар. исслед. 2011. № 1. С. 218–223.
- Ольшанский Д. В. Политический PR. СПб.: Питер, 2003.
- Почепцов Г. Г. Информационные войны. М.: Рефл-бук, 2001а.
- Почепцов Г. Г. Паблик рилейшнз для профессионалов. М.: Рефл-бук, 2001б.
- Руженцева Н. Б. Дискредитирующие стратегии и тактики русской речи. Екатеринбург: Урал. гос. пед. ун-т, 2004.
- Чумакова Е. В. Эмблематические лексико-фразеологические способы конструирования имиджа политика // Полит. лингвистика. 2013. № 2(43). С. 129–131.
- Шейгал Е. И. Семиотика политического дискурса. М.: Гнозис, 2004.
- Шмелева Е., Шмелев А. Мы и они в зеркале анекдота // Отеч. зап. 2007. № 1(34). URL: <http://strana-oz.ru/2007/1/my-i-oni-v-zerkale-anekdota>.
- REFERENCES
- Arutyunova N. D. Dialogic citation: to the problem of someone else's speech [Dialogicheskaya tsitatsiya: k probleme chuzhoy rechi] // Questions of linguistics [Vopr. yazykozn.]. 1986. No. 1. P. 50–64.
- Dobrosklonskaya T.G. Applied aspects of mediallyinguistic research [Prikladnyye aspekty medialingvisticheskikh issledovaniy] // Medialinguistics. Is. 4. Professional speech communication in mass media: collected articles [Medialingvistika. Vyp. 4. Professional'naya rechevaya kommunikatsiya v massmedia: sb. statey] / ed. by L. R. Duskaeva; Ch. ed. N. S. Tsvetova. St Petersburg, 2015. P. 18–22. URL: http://medialing.spbu.ru/upload/files/file_1428343475_2861.pdf.
- Dobrosklonskaya T. G. Media linguistics in the structure of modern linguistics [Medialingvistika v strukture sovremennogo yazykoznaniya] // Medialinguistics. Is. 5. Language in the coordinates of the mass media: mater. of I Intern. sci.-pract. conf. (6–9 Oct. 2016, Varna, Bulgaria [Medialingvistika. Vyp. 5. Yazyk v koordinatakh massmedia: materialy I Mezhdunar. nauch.-prakt. konferentsii (6–9 okt. 2016 g., Varna, Bolgariya)] / ed. by V.V. Vasilyeva. St Petersburg, 2016. P. 285–286. URL: http://medialing.spbu.ru/upload/files/file_1481115662_5389.pdf.
- Chumakova E. V. Emblematic lexico-phraseological methods of designing the image of politics [Emblematicheskiye leksiko-frazeologicheskiye sposoby konstruirovaniya imidzha politika] // Political Linguistics [Polit. lingvistika]. 2013. No. 2 (43). P. 129–131.
- Ilyina O. V., Komarov D. A. The construction of the image of the politician in the media text: on the example of the campaign for the election of the mayor of Yekaterinburg 2013 [Konstruirovaniye obraza politika v mediatekste: na primere kampanii po vyboram mera Yekaterinburga 2013 g.] // Political linguistics: problems, methodology, aspects of research and prospects for the development of the scientific direction: materials of the Intern. sci. conf. (Ekaterinburg, November 27, 2015) [Politicheskaya lingvistika: problematika, metodologiya, aspekty issledovaniya i perspektivy razvitiya nauchnogo napravleniya: mater. mezhdunar. nauch. konf. (Yekaterinburg, 27.11.2015)] / Ch. ed. A. P. Chudinov. Ekaterinburg, 2015. P. 99–105.
- Klink E. I. Communicative modeling of the genre of the image article: based on newspaper and magazine texts in Russian [Kommunikativnoye modelirovaniye zhanra imidzhevoy statji: na mater. gazetno-zhurnal'nykh tekstov na russkom yazyke: avtoref. dis. ... kamd. filol. mauk]. Ekaterinburg, 2014.
- Krasovskaya O. V. Information war as a communicative phenomenon [Informatsionnaya voyna kak kommunikativnyy fenomen] // Political linguistics [Polit. lingvistika]. 2016. No. 4 (58). P. 59–65.
- Krivoosov A. D. PR-text in the system of public communications [PR-tekst v sisteme publichnykh kommunikatsiy]. St Petersburg, 2002.

Levin Yu. I. On the semiotics of the distortion of truth [O semiotike iskazheniya istiny] // Information questions of semiotics, linguistics and automatic translation [Informatsionnyye voprosy semiotiki, lingvistiki i avtomaticheskogo perevoda]. Is. 4. Moscow, 1974. P. 108–117.

Lyashchuk O. N. Image-making as a cultural technology of humanity [Imidzhmeyking kak kul'turnaya tekhnologiya chelovechestva] // Scientific problems of humanitarian research [Nauchnyye problemy gumanitarnykh issledovaniy]. 2011. No. 1. P. 218–223.

Olshansky D. V. Political PR [Politicheskij PR]. St Petersburg, 2003.

Pocheptsov G. G. Information war [Informatsionnyye voyny]. Moscow, 2001a.

Pocheptsov G. G. Public relations for professionals [Pablik rileyshnz dlya professionalov]. Moscow, 2001b.

Ruzhentseva N. B. Discrediting strategies and tactics of Russian speech [Diskreditiruyushchiye strategii i taktiki russkoy rechi]. Ekaterinburg, 2004.

Sheigal E. I. The semiotics of political discourse [Semiotika politicheskogo diskursa]. Moscow, 2004.

Shmeleva E., Shmelev A. We and they in the mirror of an anecdote [My i oni v zerkale anekdotsa] // Domestic notes [Otechestvennye zapiski]. 2007. No. 1 (34). URL: <http://strana-oz.ru/2007/1/my-i-oni-v-zerkale-anekdotsa>.

АННОТАЦИИ

Э. Г. Шестакова
Донецк, Украина

ОБ ЭСТЕТИЧЕСКИХ ГРАНИЦАХ МЕДИАТЕКСТА

Поставлены проблемы определения сущности и тенденций развития эстетических границ медиатекста в новоевропейской культуре. Некорректно, невозможно разрывать при разговоре о взаимосвязи медиатекста и эстетического их целостность стратами культуры, жанрово-стилистическими, риторическими группами. Эстетическое — это не только система теоретических представлений, но и практическая сторона жизни человека, эпохи, которая реализуется в сфере «высокой» культуры и в повседневности. Эстетические границы медиатекста предлагается рассматривать как проявление смыслооформительных принципов эстетического (А. Лосев). Медиатекст стал самостоятельным репрезентантом единства чувства жизни и красоты (А. Лосев); памятником нашей эпохи, подобным произведениям искусства, религии, языку, бытовым, социальным, политическим типам, знаковым поступкам людей и общества. Собственно это единство обнаруживает эстетические границы медиатекста.

Ключевые слова: *медиатекст, эстетические границы, риторическое, эстетическое.*

Элеонора Георгиевна Шестакова, доктор филологических наук. 83062, Украина, Донецк, ул. Куйбышева, 2/29. E-mail: shestakova_eleonora@mail.ru.

М. Г. Златева
София, България

КАКВО НОВО МОЖЕ ДА ДАДЕ МЕДИАЛИНГВИСТИКАТА НА „ГАЛВАНИЗИРАЦИЯ КРЪГОВРАТ“ МЕЖДУ ПР И ЖУРНАЛИСТИКАТА?

В статията се обобщават основните хипотези и модели на взаимоотношенията между ПР (PR) и журналистиката и съвременните им отношения като бизнес към бизнес в условията на „икономиката на вниманието“ според пазарния модел на Шефан Рус-Мол. Процесът на формирането на ПР посланията и на имиджите се характеризира като пресечна точка между ПР, журналистиката, медиите и медиалингвистиката. При интенционално-стилистичния подход към професионалния стил на PR-специалистите трябва да се вземат предвид изключителната особеност на субекта на ПР като институ-

ция, а също въздействията на дигиталната култура, инфилтрирането и преמודелирането на писмените и говоримите езици в интернет (М. Дуеи). След анализ на 34 наградени български PR-проекта се стига до извода, че медиалингвистиката може да допринесе за по-високата ефективност на ПР.

Ключови думи: ПР, журналистика, „икономика на вниманието“, медиалингвистика, Българско дружество за връзки с обществеността (БДВО).

Минка Генчева Златева, доктор на политическите науки, професор в катедра „Комуникация, връзки с обществеността и реклама на Факултета по журналистика и масова комуникация“ на Софийския университет „Св. Климент Охридски“. 1000, България, София, ул. Московска 49, E-mail: minkazlateva@gmail.com.

Л. П. Иванова
Киев, Украина

МЕДИАЛИНГВИСТИКА В ЛИНГВОИМАГОЛОГИЧЕСКОМ АСПЕКТЕ

Статья посвящена аргументации важности данных лингвоимагологического анализа для современных медиатекстов. Близость последних и материала для лингвоимагологического анализа (путевые заметки, дневники, публицистические и иногда художественные тексты) проявляется в одинаковых функциях, хотя в медиатекстах преобладает экспрессивная, в лингвоимагологических — информативная, при этом усиливается роль оценки и личностного начала. На примере текстов Е. Р. Дашковой, Н. М. Карамзина, А. С. Пушкина, Н. В. Гоголя анализируется образ Англии и англичан в русском языковом сознании XVIII–XIX вв. Оценка этими авторами Англии и англичан разнообразна как в денотативном, так и в языковом отношении: это и восприятие составных частей Англии (Ирландия у Е. Р. Дашковой), характера ее жителей, описание обычаев и привычек, указание на патриотизм, анализ проблем и противоречий в развитии промышленности, описание архитектуры. Отношение русских авторов к Англии и англичанам объективное и доброжелательное. Отрицательная оценка аргументируется. Данные лингвоимагологического анализа могут служить надежным базисом для современных медиатекстов, призванных формировать общественное мнение, в частности относительно Англии и англичан.

Ключевые слова: лингвоимагологический анализ, медиатексты, экспрессивная и информативная функции, оценка, личностное начало, Англия и англичане, Е. Р. Дашкова, Н. М. Карамзин, А. С. Пушкин, Н. В. Гоголь.

Людмила Петровна Иванова, доктор филологических наук, профессор кафедры русского языка Национального педагогического университета им. М. П. Драгоманова. 01054, Украина, Киев, Тургеневская ул., 8/14. E-mail: lupiv@mail.ru.

А. С. Макарова

Москва, Россия

РОЛЬ КРЫЛАТЫХ ВЫРАЖЕНИЙ-ГАЛЛИЦИЗМОВ В ПОСТРОЕНИИ ПУБЛИЦИСТИЧЕСКИХ ТЕКСТОВ

Одним из наиболее актуальных и перспективных направлений современных лингвистических исследований является язык публицистики, наиболее быстро реагирующий на все изменения, происходящие в современном мире. В данной статье анализируется особая роль крылатых выражений французского происхождения, которая ярко проявляется в их функционировании в языке СМИ. Введение в текст устойчивых языковых единиц придает публикации авторитетность, воздействует на мировосприятие и мировоззрение читателя, формирует его мнение и взгляды на различные проблемы общества, помогает определить вкусы и оценки читательской аудитории. Для достижения этих целей журналисты часто используют трансформированные крылатые выражения, в которых обновляется образность, появляется комический эффект или эффект неожиданности, содержится загадка, что способствует свежести восприятия информации и напрямую связано с прагматическими задачами массмедиа.

Ключевые слова: крылатология, крылатое выражение, трансформация, галлицизм, фразеологизм, российская и французская публицистика.

Александра Стефановна Макарова, кандидат филологических наук, старший преподаватель кафедры иностранных языков богословского факультета Православного Свято-Тихоновского гуманитарного университета. 115184, Москва, Новокузнецкая ул., 23Б. E-mail: aleste_63@mail.ru.

Т. В. Чернышова

Барнаул, Россия

МЕДИАТЕКСТ И ЕГО МЕСТО В СТРУКТУРЕ КУРСА «ОСНОВЫ ЛИНГВОКОНФЛИКТОЛОГИИ»

В статье обобщен опыт использования медиатекстов в ходе преподавания студентам-журналистам курса «Основы лингвоконфликтологии» — активно развивающейся прикладной дисциплины филологического цикла, объектом изучения которой являются речевые конфликты в разных сферах деятельности человека. Основное внимание уделено таким принципам отбора медиатекстов в качестве инструмента обучения, как характер преподаваемой дисциплины; цель и задачи курса; качество отбираемых для занятия текстов, их структура; жанровая природа и композиционная сложность; этические и юридические аспекты. Навыки, которые должны приобрести студенты в ходе освоения курса, поддерживаются системой предыдущих учебных дисциплин, освоенных

в бакалавриате. Обучение студентов-магистрантов осуществляется на базе региональной общественной организации Алтайского края Ассоциация лингвистов-экспертов и преподавателей «Лексис», эксперты которой имеют большой опыт работы с конфликтными текстами.

Ключевые слова: журналистика, медиатекст, речевой конфликт, лингвоконфликтология.

Татьяна Владимировна Чернышова, заведующий кафедрой общей и прикладной филологии, литературы и русского языка, Алтайский государственный университет. 656049, Барнаул, ул. Дмитрова, 66, к. 407. E-mail: labrlexis@mail.ru.

Н. Г. Нестерова, С. В. Фащанова
Томск, Россия

РАДИОТЕКСТ В АСПЕКТЕ МЕДИАОБРАЗОВАНИЯ

Статья посвящена радиотексту как объекту медиаобразования и ресурсу в обучении русскому языку как иностранному. Осуществлен краткий обзор исследований научной и методической литературы по медиаобразованию, акцент сделан на дидактических возможностях радио. Радио рассматривается как проводник культурных ценностей и традиций народа. Обоснован выбор радиотекстов культурно-просветительских программ для использования на занятиях по русскому языку как иностранному. Предложено включение в учебный процесс радиотекста в разных формах его существования: звучащего в эфире и представленного на сайте радиостанции в виде стенограммы. Разработана методика обучения иностранцев аудированию посредством использования звучащего текста и стенограммы. Представлены типы заданий, применяемых для обучения разным видам речевой деятельности и разным уровням языка.

Ключевые слова: медиаобразование, радиотекст, русский язык как иностранный, аудирование, культурно-просветительская программа.

Наталья Георгиевна Нестерова, доктор филологических наук, доцент кафедры русского языка Томского государственного университета. 634050, Томск, пр. Ленина, 36. E-mail: nesterovatomsk@mail.ru.

Светлана Владимировна Фащанова, кандидат филологических наук, доцент кафедры русского языка Томского государственного университета. 634050, Томск, пр. Ленина, 36. E-mail: faschanova@gmail.com.

Ю. С. Подлубнова,
Екатеринбург, Россия

НАРОДЫ СЕВЕРА В ТРАВЕЛОГАХ УРАЛЬСКИХ ПИСАТЕЛЕЙ 1930-х годов

Статья посвящена травелогам 1930-х годов: очеркам и рассказам советских писателей и журналистов — А. Климова, С. Морозова-Уральского, И. Панова и др., побывавших в районах Севера и описавших быт и нравы малых народностей Урала и Сибири. Советские создатели травелогов ориентируются на обслуживание внутривосточных запросов и уходят от антропоцентризма и этнографизма этнической беллетристики XIX — начала XX в. Они активно вживляют в свои тексты советский дискурс, существенно ограничивающий любые проявления национального. Малые народы, за редким исключением, предстают в травелогах 1930-х годов как часть большого советского народа, они включены в общие процессы советизации Севера. Писатели 1930-х даже в случае активного использования антиколониальной риторики оказываются вынужденными трансляторами идеи «внутренней колонизации» в рамках советской пространственной модели.

Ключевые слова: Советский Север, малые народности, 1930-е, травелог, внутренняя колонизация, Анатолий Климов, Степан Морозов-Уральский, Иван Панов, «Мы из Игарки».

Юлия Сергеевна Подлубнова, научный сотрудник сектора истории литературы Института истории и археологии Уральского отделения Российской академии наук; заведующий музеем «Литературная жизнь Урала XX века» Объединенного музея писателей Урала. 620990, Екатеринбург, ул. С. Ковалевской, 16; 620075, Екатеринбург, ул. Толмачева, 41. E-mail: tristia@yandex.ru.

И. А. Пушкарева
Новокузнецк, Россия

СПЕЦИФИКА РЕГИОНАЛЬНОГО МЕДИАДИСКУРСА: ЛИНГВОАКСИОЛОГИЧЕСКИЙ АСПЕКТ

В статье на материале текстов городской газеты «Кузнецкий рабочий» (Новокузнецк) рассматривается лингвоаксиологическое своеобразие регионального медиадискурса. В качестве основы для формирования региональной составляющей аксиосферы местных СМИ представлена мемориально-краеведческая функция, которая определяет семантико-стилистическую специфику ведущей гипертемы (темы региона, города) и краеведческих доминант регионального СМИ. Краеведческими доминантами становятся формирующиеся в региональном медиадискурсе и связанные с осознанием и выражением региональной идентичности темы в которых воплощаются своеобразие, колорит региона, города, села, актуализированные системой стилистических средств

и приемов. Так, в городской газете «Кузнецкий рабочий» 1980–2014 гг. краеведческие доминанты «Новокузнецк металлургический», «Ф. М. Достоевский в Кузнецке», «Судьба шорского народа» задают несколько направлений ценностного осмысления темы малой родины.

Ключевые слова: региональный медиадискурс, мемориально-краеведческая функция, гипертема, краеведческая доминанта.

Ирина Алексеевна Пушкарева, кандидат филологических наук, доцент кафедры русского языка, литературы и методики обучения Новокузнецкого института (филиала) Кемеровского государственного университета. 654007, Новокузнецк, Пионерский пр., 29, к. 208. E-mail: pia11@yandex.ru.

А. Б. Ефтимова
София, Болгария

ЭВФЕМИЗАЦИЯ И ДЕТАБУИЗАЦИЯ МЕДИЙНОЙ РЕЧИ В МАССОВОЙ ПРЕССЕ (НА МАТЕРИАЛЕ ЛЕКСИКИ, ОБОЗНАЧАЮЩЕЙ СЕКСУАЛЬНЫЕ ОТНОШЕНИЯ И СЕКСУАЛЬНУЮ ПРИНАДЛЕЖНОСТЬ)

В статье рассматриваются стилистические и прагматические характеристики эвфемизмов и дисфемизмов в медийной речи (в тематическом поле сексуальных отношений и сексуальной принадлежности) как часть таких процессов, как: 1) эвфемизация и табуизация и 2) дисфемизация и детабуизация, — которые становятся основным языковым механизмом в процессе реализации языка политической корректности и речи ненависти. Результаты лингвостилистического анализа показывают, что разрушение табу не приводит к доминированию дисфемизмов. Наоборот, использование эвфемизмов в этой тематической сфере является устойчивой и нарастающей тенденцией, но не гарантирует прекращения дискриминационных практик относительно пола и сексуальной принадлежности в медийной речи. Употребление эвфемизмов подтверждает парадоксальный, на первый взгляд, вывод, что они являются характеристикой не только одного типа социально ограниченной авторитетной речи, но и неформальных речевых регистров, которые преобладают в массовой прессе.

Ключевые слова: эвфемизмы, дисфемизмы, медийная речь, политическая корректность, речь ненависти.

Андреана Борисова Ефтимова, доктор филологических наук, доцент кафедры прессы-журналистики и издательского дела факультета журналистики и массовой коммуникации Софийского университета им. Климента Охридского. 1000, Болгария, София, ул. Московска, № 49, к. 60. E-mail: aeftimova1971@abv.bg.

О. В. Красовская
Луганск

НЕОФИЦИАЛЬНЫЕ АНТРОПОНИМЫ В ПОЛИТИЧЕСКОМ МЕДИАТЕКСТЕ КАК ИМИДЖЕВЫЙ РЕСУРС

Статья посвящена изучению языковых средств конструирования имиджа политика в современных медийных текстах, принадлежащих дискурсу информационной войны между Россией (с которой солидаризуются ЛНР и ДНР) и Украиной. Анализ конкретного материала предшествует выделению характерных черт имиджевого дискурса. Рассматриваются антропонимические наименования, интерпретационный потенциал которых связан: 1) с наличием в русском речевом этикете разнообразных формул именования; 2) с субъективно-оценочной и стилистической модификацией русских антропонимов; 3) с включением в медийную антропонимику иностранных вариантов русских собственных имен. Выделяются приемы использования неофициальных собственных имен в антиимиджевой функции. Анализируется антропонимическое поле, которое образовалось в исследуемом материале вокруг экс-президента Грузии М. Саакашвили. Делается вывод о превращении сниженных антропонимов в политическом тексте в медийную технологию.

Ключевые слова: имидж, антиимидж, политический медиатекст, антропоним. медийная технология.

Оксана Владимировна Красовская, доктор филологических наук, доцент, профессор кафедры социальных коммуникаций Луганского национального университета имени Тараса Шевченко. 91000, Луганск, ул. Оборонная, 2, корп. 1, к. 317. E-mail: rusistika@rambler.ru.

ABSTRACTS

E. G. Shestakova
Donetsk, Ukraine

REGARDING THE AESTHETIC BOUNDARIES OF MEDIA TEXTS

The problems of determining the nature and trends of aesthetic boundaries of media text in modern European culture. Incorrectly, it is impossible to break during a conversation on the relationship of media texts and aesthetic them integrity strata of culture, genre and stylistic, rhetorical groups. Aesthetic is not only a system of theoretical concepts, but also the practical side of life, epoch, which is implemented in the field of “high” culture and everyday life. The aesthetic boundaries proposed mediatext interpreted as a manifestation of the principles of aesthetic meaningdraw (A. Losev). Mediatexts is an independent representative sense of oneness of life and beauty (A. Losev); monument of our time, like oeuvre, religion, language, personal, social, political types, symbolic actions of people and society. Actually this unity reveals the aesthetic boundaries of mediatext.

Key words: mediatext, aesthetic boundaries, rhetorical, aesthetic.

*Eleonora Georgievna Shestakova, Doctor of Philology. 83062, Ukraine, Donetsk, Kuibyshev Str., 2/29.
E-mail: shestakova_eleonora@mail.ru.*

M. G. Zlateva
Sofia, Bulgaria

WHAT IS THE NEW CONTRIBUTION OF MEDIA LINGUISTICS TO THE “GALVANISING CIRCLE” BETWEEN PR AND JOURNALISM?

The article summarizes the basic hypotheses and models of interrelations between PR and journalism and their current relations as business to business in the conditions of “economy of attention” in the market model of Stefan Russ-Mohl. The process of formation of PR slogans and images is characterized as a crossing point between PR, journalism, media and media linguistics. In the intentional-stylistic approach to the professional style of PR specialists is necessary to be taken into consideration the exceptional peculiarity of the subject of PR as institution, as well as the impact of digital culture, infiltration and remodeling of written and colloquial languages on the Internet (Doueishi). After an analysis of 34 awarded Bulgarian PR projects the author comes to the conclusion that media linguistics can contribute to a more effective PR.

Key words: *PR, journalism, “economy of attention”, Media linguistics, Bulgarian PR Association (BDVO).*

Minka Gentcheva Zlateva, Doctor of Philology, Professor of the Chair of Communication, PR and Advertisement at the Faculty of Journalism and Mass Communication at University of Sofia “St. Kliment Ohridski”. 1000, Sofia, Moskovska Str., 49. E-mail: minkazlateva@gmail.com.

L. P. Ivanova
Kiev, Ukraine

MEDIA LINGUISTICS IN LINGVOIMAGOLOGICAL ASPECT

The article is dedicated to the importance of the arguments of lingvoimagological analysis of modern media texts. The proximity of the latter and the material for lingvoimagological analysis (travel notes, diaries, journalistic and literary texts sometimes) is shown in the same functions (although in media texts the expressive function is dominated but the informative one is in lingvoimagological texts), the role of evaluation and personality of the author. As an example the image of England and the British in the Russian language consciousness of the XVIII — XIX centuries is analyzed (E. Dashkova's, N. Karamzin's, A. Pushkin's, N. Gogol's texts). The authors' evaluation of England and the British varied in denotative and linguistic aspect: constituent parts of England (E. Dashkova about Ireland), the character of the inhabitants, customs and habits, patriotism, problems and contradictions in the development of industry and architecture are characterized. The Russian authors' attitude to England and the British is objective and friendly. Negative evaluations are explained. Therefore, data of lingvoimagological analysis intended to serve as a reliable basis for the modern media texts, forming public opinion, in particular — according to England and the British.

Key words: *lingvoimagological analysis, media texts, expressive and informative functions, evaluation, personal principle, England and the British, E. Dashkova, N. Karamzin, A. Pushkin, N. Gogol.*

Lyudmila Petrovna Ivanova, Doctor of Philology, Professor of the Russian Language Department at National Pedagogical Dragomanov University, Kiev. 01054, Ukraine, Kiev, Turgenev Str., 8/14. E-mail: lupiv@mail.ru.

A. S. Makarova
Moscow, Russia

**THE ROLE OF THE WINGED UNITS GALLICISM
IN JOURNALISTIC STYLE TEXTS (EXEMPLIFIED
BY RUSSIAN AND FRENCH MASS MEDIA)**

One of the most popular and advanced directions of modern linguistic researches is the journalistic style as the most flexible and fast-reacting on all changes taking place in modern world. In this article a special role of idioms of French origin is analyzed which is brightly represented with appearing in their functioning in a mass media language. The introduction of steady language units in the texts makes the publication more authoritative, influences upon the world perception and world view, forms the reader's opinion and views on different problems of society, helps to define the of reader's choices and marks. To achieve these aims the journalists usually use the transformed winged units in which the imagery is renovated, the comic or the unexpected effects appear. It also contains some mystery which helps to refresh the information perception and is directly connected with the pragmatic mass media problems.

Keywords: krylatology, winged unit, transformation, gallicism, idiom, Russian and French journalism.

Alexandra Stefanovna Makarova, Doctor of Philology, French Professor at St. Tikhon's Orthodox University. 115184, Moscow, Novokuznetskaya Str., 23/B. E-mail: aleste_63@mail.ru.

T. V. Chernyshova
Barnaul, Russia

**MEDIA TEXT AND IT'S SITE IN THE STRUCTURE
OF THE COURSE "BASIS OF LINGUISTIC
CONFLICTOLOGY"**

The article summarizes the experience of the use of media texts in the teaching of academic subject "Fundamentals of linguistic Conflictology" — rapidly developing applied discipline of philological cycle, the object of study which are speech conflicts in different spheres of human activity. The emphasis in the selection of texts for practical training is done on the following principles: a content of taught discipline, the purpose and objectives of the course; the quality of the texts selected for employment, their structure; genre and compositional complexity of nature; ethical and legal aspects. Skills that students acquire in the learning process, are supported by the system of disciplines the previous stage of learning - in a bachelor degree. In the process of teaching students brings together the experiences of linguists experts of the regional public expert organization of "Lexis," which experts have extensive experience with conflicting texts.

Key words: *journalism, media text, speech conflict, Linguistic Conflictology.*

Tatyana Vladimirovna Chernyshova, Doctor of Philology, Head of the Department of General and Applied Philology, Literature and Russian Language at Altai State University. 656049, Barnaul, Dimitrov Str., 66, r. 407. E-mail: labrlexis@mail.ru.

N. G. Nesterova, S. V. Fashchanova
Tomsk, Russia

RADIO TEXT IN THE CONTEXT OF MEDIA EDUCATION

The article is devoted to radio text as an object of media education and resources in teaching Russian as a foreign language. Summary of scientific and methodical media education literature is presented, the most attention is given to didactic radio possibilities. Radio is regarded as a conduit of cultural values and traditions of the nation. The choice of cultural and educational radio texts is proved for use in classes for Russian as a foreign language. It is proposed that the including radio text improves the quality of the educational process. Radio texts are included in the various forms of their existence: broadcast and transcripts, presented at the radio station's website. The technique of training to listening skills for foreigners through the use of sounding texts and transcripts is presented. The types of tasks used to study different types of speech activities and different levels of language are in this article.

Key words: *media education, radio text, Russian as a foreign language, listening, cultural and educational programs.*

Natalia Georgievna Nesterova, Doctor of Philology, Associate Professor of the Russian Language Department at Tomsk State University. 634050, Tomsk, Lenin Av., 36. E-mail: nesterovatomsk@mail.ru.

Svetlana Vladimirovna Fashchanova, Candidate of Philology, Associate Professor of Russian language Department at Tomsk State University. 634050, Tomsk, Lenin Av., 36. E-mail: faschanova@gmail.com.

Ju. S. Podlubnova
Ekaterinburg, Russia

THE PEOPLES OF THE NORTH IN THE URAL WRITES' OF 1930S TRAVELOGUES

The article is concerned with travelogues of the 1930s: essays and stories of soviet writers and journalists such as A. Klimov, S Morozov-Uralsky, I. Panov and others who visited the North of USSR and described the life and customs of indigenous peoples of Ural and Sibe-

ria. Soviet writers were guided by domestic political requests and reduced anthropocentrism and ethnographism of travelogues of the XIX — early XX centuries. They actively involved Soviet discourse limiting any manifestations of national identity in texts. Indigenous people appeared in travelogues of the 1930ies as the part of great Soviet people, they were included in the general processes of the Sovietization of the North of USSR. Writers of the 1930s often used anti-colonial rhetoric, but they were the real translators of the idea of “internal colonization” in the Soviet space model.

Key words: Soviet North, indigenous people, 1930-ies, travelogue, internal colonization, Anatoly Klimov, Stepan Morozov-Uralsky, Ivan Panov, “We are from Igarka”.

Yulia Sergeevna Podlubnova, Research Fellow of History of the Literature Sector of Institute for History and Archaeology at Ural Branch of RAS; Director of the Museum “Literary Life of the Ural of XX Century” at The United Museum of Ural Writers. 620990, Ekaterinburg, Kovalevskaya Str., 16; 620075, Ekaterinburg, Tolmachev Str., 41.

I. A. Pushkareva

Novokuznetsk, Russia

SPECIFICITY OF THE REGIONAL MEDIA DISCOURSE: THE LINGUISTIC-AXIOLOGICAL ASPECT

The article examines linguistic-axiological specificity of the regional media discourse on the material of the city newspaper “Kuznetsky rabochy” texts. The memorial and local historical function is represented as the basis for the development of the local mass media axiosphere regional component. This function determines semantic and stylistic specificity of the main hypertopic (the city, region topic) and of local history dominants peculiar to the regional mass media. Local history dominants are the topics forming into the regional media discourse and connected with comprehension and expression of regional identity. These topics, actualized by the system of stylistic means and devices, embody singularity, the unique local flavour of a region, city, village. For example, local history dominants “Metallurgic Novokuznetsk,” “F. M. Dostoevsky in Kuznetsk,” “The Shor nation fate” in the city newspaper “Kuznetsky rabochy” since 1980 to 2014 specify several directions for value comprehension of the small motherland topic.

Key words: regional media discourse, memorial and local history function, hypertopic, a local history dominant.

Irina Alekseevna Pushkareva, Doctor of Philology, Associate Professor of the Chair of the Russian Language, Literature and Learning Methods at Novokuznetsk Institute-Branch of Kemerovo State University. 654007, Novokuznetsk, Pionersky Av., 29, r. 208. E-mail: pia11@yandex.ru_

A. B. Efftimova

Sofia, Bulgaria

**EUPHEMISMS AND DISPHEMISMS IN MEDIA SPEECH IN THE PRESS
(IN THE LEXICAL FIELD OF SEXUAL RELATIONS AND AFFILIATIONS)**

The article examines the stylistic and pragmatic features of euphemisms and disphe-misms in media speech (in the thematic field of sexual relations and affiliations) as a part of the processes of creating (1) euphemisms and taboos and (2) disphe-misms which are a major language mechanism to implement the language of political correctness and hate speech. The results of linguistic and stylistic analysis show that the collapse of the taboos are not reflected in the dominance of disphe-misms. On the contrary, the use of euphemisms in this thematic area remains steady and growing trend, but does not guarantee the cessation of discriminatory practices regarding sex and sexual affiliations in media speech. The use of euphemisms confirmed seemingly paradoxical conclusion that they are characteristic not only of one type of socially limited prestige speech, but of informal speech registers that prevail in the mass media.

Key words: *euphemisms, disphe-misms, media speech, language of political correctness, hate speech.*

Andreana Borissova Efftimova, Doctor of Philology, Associate Professor of Department of Press Journalism and Book Publishing, Faculty of Journalism and Mass Communication at Sofia University. 1000, Bulgaria, Sofia, Moskovska Str., 49, r. 60. E-mail: aeftimova1971@abv.bg.

O. V. Krasovskaya

Lugansk

**INFORMAL ANTHROPONYMS IN POLITICAL MEDIA TEXT
AS AN IMAGE-BUILDING RESOURCE**

The article deals with the study of linguistic means of development of politician's image in modern media texts, which is the discourse of the information war between Russia (Lugansk People's Republic and Donetsk People's Republic are identified themselves with it) and Ukraine. The identification of characteristic features of image discourse is done before the analysis of a specific material. Anthroponymic names are considered, the interpretation potential of which is related to: 1) the presence of various naming conventions in Russian verbal etiquette; 2) a subjective and evaluating and stylistic modification of Russian anthroponyms; 3) the inclusion of foreign versions of Russian proper names in the media anthroponymics. Techniques for using of informal proper names in an anti-image function are singled out. Anthroponymic field that was formed around M. Saakashvili, the ex-president of Georgia, in studying material is analyzed. It is concluded that substandard anthroponyms in the political text are transformed into media technology.

Abstracts

Keywords: *image, anti-image, political media text, anthroponym, media technology.*

Oksana Vladimirovna Krasovskaya, Doctor of Philology, Associate Professor, Professor of Social Communication Department at Lugansk Taras Shevchenko State University. 91000, Lugansk, Oboronnaya, Str., 2. E-mail: rusistika@rambler.ru.

Макет: *С. Е. Курочкин*
Оформление обложки: *П. Ч. Хан*
Верстка: *Е. П. Смирнова*

Подписано в печать 08.09.2017.
Формат 60x84/8. Гарнитура CharterITC. Печ. л. 15.
Тираж 50 экз. Заказ 140.

Отдел допечатной подготовки
Института «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций»
Санкт-Петербургского государственного университета
199004, Санкт-Петербург, 1-я линия В. О., д. 26.