

ГУМАНИЗАЦИЯ ИНФОРМАЦИОННОГО ПРОСТРАНСТВА В КОНТЕКСТЕ ДИАЛОГА КУЛЬТУР

**Материалы Международной
научно-практической конференции,
посвященной 80-летию со дня рождения
первого декана факультета журналистики
Казанского университета
Флорида Агзамов**

11 февраля 2016 г.

КАЗАНСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

**ГУМАНИЗАЦИЯ ИНФОРМАЦИОННОГО ПРОСТРАНСТВА
В КОНТЕКСТЕ ДИАЛОГА КУЛЬТУР**

**Материалы Международной научно-практической конференции,
посвященной 80-летию со дня рождения
первого декана факультета журналистики
Казанского университета Флорида Агзамов**

11 февраля 2016 г., г. Казань



Казань

2016

УДК 070
ББК 76.01
Г93

*Печатается по рекомендации Ученого совета
Института социально-философских наук и массовых коммуникаций КФУ
(протокол № 5 от 19 мая 2016 г.)*

Научный редактор
доктор филологических наук **В.З. Гарифуллин**

Составитель
кандидат филологических наук **Р.Л. Зайни**

Рецензенты:
доктор филологических наук, профессор **И.М. Низамов**,
кандидат филологических наук **А.И. Галямудинов**

Гуманизация информационного пространства в контексте диалога культур.

Г93 Материалы Международной научно-практической конференции, посвященной 80-летию со дня рождения первого декана факультета журналистики Казанского университета Флорида Агзамова (11 февраля 2016 г., г. Казань)[Электронный ресурс] / под ред. В.З. Гарифуллина; сост. Р.Л. Зайни. – Казань: Изд-во Казан. ун-та, 2016. – 414 с.

ISBN 978-5-00019-649-6

Сборник сформирован по итогам Международной научно-практической конференции «Гуманизация информационного пространства в контексте диалога культур», посвященной 80-летию со дня рождения первого декана факультета журналистики Казанского университета Флорида Агзамова. Конференция прошла в Казанском (Приволжском) федеральном университете 11 февраля 2016 г.

Представлены результаты научных исследований ученых и практиков журналистики из семи стран мира. В сборник включены также работы, выполненные студентами и аспирантами.

Вошедшие в сборник материалы будут интересны как для преподавателей и научных сотрудников высших учебных заведений, аспирантов и студентов вузов, так и для широкого круга лиц, интересующихся проблемами гуманизации сферы массмедиа.

**УДК 070
ББК 76.01**

ISBN 978-5-00019-649-6

© Издательство Казанского университета, 2016

ШКОЛА АГЗАМОВА

Вместо предисловия

Р.А. Ратникова,
заместитель Председателя Государственного совета
Республики Татарстан,
Председатель Союза журналистов РТ

Богатая история татарстанской и татарской журналистики тесно связана с именем выдающегося педагога, ученого и практика Флорида Имамахметовича Агзамова (1936–2005 гг.).

Он получил высшее образование в Казанском университете и обратно вернулся в это же учебное заведение в качестве заведующего кафедрой журналистики уже зрелым журналистом, опытным мастером пера. Это было в 1972 году. Именно в этот год я поступила учиться на отделение журналистики КГУ, и наша 425-я группа стала первой, кого Агзамов сам набирал на учебу. Мои одноклассники вспоминают, что Флорид Ахметович всех студентов, даже нас, первокурсников, называл по имени-отчеству. Он был настоящим интеллигентом, гуманистом. Недаром и в его научных исследованиях превалирует эта тема – гуманизм, гуманитаризм. Он лично интересовался, как студенты устроены, как мы сдаем экзамены. И мы старались не подвести: по итогам первой сессии стали лучшей группой на факультете. И дальше, курса до третьего-четвертого, учились практически без троек.

Флорид Ахметович пришел в университет и в науку из журналистики, и был очень демократичен. Студенты, конечно, пользовались этим и толпами ходили к нему изливать душу: просить место в общежитии, пересдать экзамен, назначить стипендию. Даже явных бездельников и двоечников он не прогонял прочь, у Флорида Ахметовича было безупречное чутье на талантливых людей, которые, как известно, часто бывают неорганизованны. Мне кажется, наш наставник заранее знал, предчувствовал, сможет человек работать в журналистике или нет. Поэтому поддерживал даже самых отъявленных «хвостистов», если они были озарены искоркой божьей в журналистике. Он был выдающимся педагогом, в этом нет никаких сомнений.

Флорид Ахметович не отличался мастерством оратора. Он читал лекции размеренно и даже несколько монотонно. Но, собственно говоря, ораторское искусство – это ведь форма. А для него всегда было важнее содержание. Актуальностью темы, глубиной мысли он студентов, конечно, захватывал. Перечитывая его труды, и сегодня диву даешься, насколько важны его исследования темы межнациональных отношений в прессе. Термин «интернационализм» ушел из употребления, а проблема кричит о себе и с годами никуда не уходит. Как не хватает нынешней журналистике того самого гуманизма, изучению и продвижению которого Флорид Агзамов посвятил свою жизнь...

В этом году Флориду Ахметовичу исполнилось бы 80 лет. И в этом году вместе с коллегами из Казанского федерального университета, всем журналистским сообществом, родственниками мы установили Ф.И.Агзамову мемориальную доску на доме по улице Чистопольской, где он жил. Надпись гласит: «Видному ученому, педагогу, журналисту». На церемонии ее торжественного открытия выступающие в один голос говорили о том, что Флорид Ахметович и сегодня объединяет нас, таких разных: работающих в СМИ разных форм собственности, придерживающихся разных политических взглядов, «генералов» и «рядовых» профессии Журналист.

Флорид Ахметович похоронен на одной аллее с моим отцом, с которыми они, кстати, были знакомы. И каждый раз, навещая могилу отца, я подхожу и к могиле нашего Учителя, приношу цветы, пропалываю сорняки. И низко склоняю голову перед человеком, вырастившим не одно поколение журналистов в нашей республике.

ГУМАНИЗМ СОВРЕМЕННОЙ ЖУРНАЛИСТИКИ КАК ПРЕДМЕТ ИЗУЧЕНИЯ: ГЕНЕЗИС И ПЕРСПЕКТИВЫ

Е.С. Дорошук,

доктор педагогических наук, профессор
Казанский (Приволжский) федеральный университет (Россия)

E-mail: leona31@yandex.ru

Аннотация. Автор рассматривает методологические основы гуманизма современной журналистики, обозначая характеристики гуманизма как принципа журналистики, прослеживая генезис изучения гуманизма журналистики в отечественной науке, выявляя и описывая перспективы гуманизации современного медиапространства регионов России.

Ключевые слова: гуманизм, журналистика, гуманизация медиапространства, принципы журналистики.

Summary. The author considers methodological foundations of the humanism of modern journalism, denoting the characteristics of humanism as a principle of journalism, tracing the genesis of the study of humanism of journalism in science, identifying and describing the prospects for the humanization of modern media space of regions of Russia.

Keywords: humanism, journalism, humanization of media, principles of journalism.

*Человеку, использующему материальные блага,
следует защищаться от их тирании.
Если такой человек слаб настолько, что готов измельчать,
лишь бы поместиться внутри своей оболочки,
то он принимается сжимать свою душу,
начиная процесс постепенного самоубийства*
(Рабиндранат Тагор, индийский философ и педагог, ок. 1917 г.)

Как утверждал Жан-Жак Руссо, человеческие взаимоотношения должны быть наполнены смыслом, эмоциями и любознательностью. Эти слова можно было бы считать лейтмотивом размышлений о гуманизме вообще и о гуманизме современной журналистики, в частности.

Гуманизм составляет основу гражданского самосознания и является залогом успешного развития государства. Пренебрежение гуманистическими идеями не способствует развитию демократии. Это одна из распространенных точек зрения на явление гуманизма, сторонники которого считают его единственно возможной альтернативой религиозным представлениям о действительности, позволяющей освободиться от господства традиции и принципа уравнительности людей, а противники считают его одной из причин сегодняшнего общечеловеческого кризиса

как ценностно-мировоззренческого обоснования принципа доминирования человека по отношению ко всему, что его окружает.

Принцип гуманизма трактуется как принцип свободного развития личности, как исторический процесс самораскрытия и самоутверждения, что подразумевает под собой наличие у человека способности совершенствования собственной сущности на основании утверждения лучших человеческих проявлений в характеристиках каждого представителя человеческого рода. Гуманизм проявляется в признании человека величайшей ценностью, а в журналистике требованием при освещении всех вопросов жизни общества исходить из интересов развития личности, как подчеркивает В.В.Ворошилов [1, с. 314]. Изучение проблем гуманизации журналистики велось в отечественной науке последние десятилетия с позиций принципа гуманизма, который определял отношение журналистики «к человеку, к условиям его бытия» [2, с. 4], с позиций возможностей журналистов «учитывать и использовать существующую композицию социальных сил, настроений и ожиданий» [3, с. 8]. Эти направления исследований и сейчас продолжают оставаться актуальными [4; 5].

Основой гуманистической проблематики является, безусловно, проблема человека, отраженная в таких сложных и многосистемных понятиях как культура и человек. Феномен гуманизма, по мнению философов, подвергается трансформации, как подвергаются трансформации соответствующие ему идеология и принципы, обогащаясь вместе с развитием человека. А анализ генезиса гуманизма традиционно берет начало в эпохе Возрождения, хотя, по мнению А.В.Петрихина [6, с. 8], этот феномен предстал в это время уже как сформировавшееся, самостоятельное ценностно-мировоззренческое явление европейской культуры и философии.

Обращаясь к анализу гуманистического предмета отражения в журналистике, необходимо коснуться целого ряда подходов и методологических принципов, позволяющих полнее представить изучаемое явление. Важным в этой связи является экзистенциальный подход к анализу сущности человека, в частности, концепция Н.А.Бердяева о гуманизме как способе раскрытия человеческой ценности в качестве творческого существа [7, с. 320]. В контексте этого подхода человек – творец себя и своего мира, и, одновременно, ценность этого мира, он стремится к самосовершенствованию и это определяет его цели.

В цивилизационном подходе к анализу культуры А.Дж.Тойнби и О.Шпенглера прослеживается личностная значимость человека, оказывающая влияние на развитие цивилизации. Личностность, по словам Ю.Школенко, как свойство быть человеком может считаться высшей его аттестацией [8; 9; 10]. Важна для понимания феномена гуманизма теория коммуникативного формирования общности Ю.Хабермаса, который в целом ряде работ затронул проблемы морального сознания и степени его проявления в коммуникациях [11; 12; 13].

В свете ценностной доминанты человека представлен гуманизм в гуманистической культурологии и этике Э.Фромма [14]. Человек Фромма способен

к самосозиданию, противостоящий неплодотворным ориентациям, человек-борец, уважающий и любящий ближнего и себя в нем.

Особый интерес в свете рассматриваемой проблемы представляет интегральный подход к пониманию отношений между пространственными и временными параметрами целостного объекта А.А.Ухтомского, являющийся основой знаменитого учения о доминанте [15].

Методология гуманизма в журналистике строится на выше обозначенных подходах, их гибком сочетании; концентрации и интеграции духовного и социального, гуманистической идеи, способной выступить эффективным механизмом урегулирования отношений в интенсивно глобализирующемся социальном пространстве, отвечающей вызовам современного мира. Именно журналистика видится исследователям как инструмент формирования «принципиально нового (общепланетарного) мышления, открывающего возможность повышения уровня межкультурных коммуникаций, способствующего интеграции «многообразных векторов» человеческой самоактуализации» [16, с. 179].

Журналистика как сложный и важный институт общества, осуществляющий процессы социального действия, взаимодействия, взаимовлияния, социального познания, находится в сфере гуманитарного знания, его порождения и развития. На современном этапе преобладающим направлением в этом секторе является расширение сферы социогуманитарных знаний, образовательная революция, знаменующая переход от «человека образованного» к «человеку культурному». Для журналистики это задача формирования нового мировоззрения, базирующегося на глубоком осознании гуманистических целей информационной деятельности для достижения процесса овладения интегрированным знанием о человеке, его природе, закономерностях развития, роли в мире. Так можно определить процесс гуманизации журналистики.

Среди направлений изучения гуманизма современной журналистики выделяются следующие:

- изучение гуманизма как принципа журналистики с «признанием человека величайшей ценностью, требованием при освещении всех вопросов жизни общества исходить из интересов развития личности» [1, с. 315] и его проявлений в практической журналистике;
- изучение особенностей проявления гуманизации медиа и влияния этого процесса на состояние социально-культурной сферы;
- изучение особенностей организации и функционирования социальной журналистики, которая является выразителем идеи гуманизма и справедливости;
- изучение новых медиа в контексте влияния на гуманизацию информационного пространства.

Изучение проблем гуманизации журналистской деятельности или гуманизма журналистики приобретает на современном этапе особую остроту. Связано это с тем, что с изменением структуры средств массовой информации, явным омоложением медиасферы, изменилось и представление о роли медиа

в решении разнообразных общественных проблем. Что такое гуманизм или гуманность в журналистской деятельности? Американский философ Гарднер и российский философ Д.С.Лихачев считают, что это преобладающая философия XXI столетия, ключевым вопросом которой является вопрос развития гуманности. Для проявления этого качества в медиасистемах предлагается такой механизм: обсуждение проблем гуманизма в разных аудиториях на уровне масс-медиа, что дает определенный шанс повлиять на характер вооруженных конфликтов, снизить уровень насилия в обществах.

Представитель Саранской/Мордовской школы изучения гуманистических начал журналистики, связанных с широким этно-национальным представительством журналистик, А.В.Дрожжин считает, что гуманизация требует решения нормативных, профессиональных и этических вопросов, представляя гуманизм журналистики в широком спектре проблем философии [17, с. 39]. В частности, в свете развития нового направления – неогуманизма как возможного претендента на место глобальной идеологии нового века. А.В.Дрожжин обозначает стратегическую задачу медиа в этом ключе как формирование мыслящей, высокодуховной личности, способной к активному социальному созиданию [17, с. 36].

Гуманизация общественного сознания лежит в основе новой информационной парадигмы, а осуществление гуманизации возможно только в пространстве неогуманистического мировоззрения. Новый гуманизм, его идея, сформировали новое кредо ЮНЕСКО: основой становится процесс созидания инклюзивного общества, в котором любой его член имеет возможность получать знания и качественное образование и участвовать в международном диалоге.

Теоретические проблемы неогуманизма связаны с выработкой концепции, которая на современном этапе содержит признаки синергетической доктрины, направленной на возвеличивание личностных интересов и личностной значимости человека [18, с. 13]. В свете данной концепции, к наиболее важным темам, отражающимся в СМИ, следует отнести:

- совершенствование самого себя человеком;
- отношение к «другому», как к равноценному субъекту;
- защита окружающей среды;
- реализация прав и свобод;
- повышение эффективности экономики;
- развитие культуры;
- ликвидация правового неравенства.

Их можно свести к трем глобальным проблемам, формирующим современную информационную повестку дня: экологическое равновесие; всепланетное гражданство; вселенское единение.

В целом ряде исследований гуманизм журналистики рассматривается в контексте формирования новой медийной парадигмы, принципы которой постулируют моделирование поиска решения общественных проблем. На это указывает в своих исследованиях Т.И.Фролова [19]. Гуманизм журналистики как предмет изучения в этом контексте всегда представлен как философская про-

блема, как некая система ценностей, сопровождаемая рядом новых технологий, призванных отражать в журналистике и то и другое. При этом в такого рода исследованиях подчеркивается, что журналистика имеет обязанность перед общественной жизнью – качество работы журналиста влияет на общественную жизнь. Уместна и необходима в этом случае, по мнению Е.П.Прохорова, журналистика соучастия [20, с.57], позволяющая преодолевать дегуманизирующие эффекты современной прессы.

Представители Московской, Санкт-Петербургской, Казанской и Воронежской научных школ ориентируются на исследование социальной журналистики. Изучая гуманитарную повестку дня, исследователи получают возможность углубить знания о социальной журналистике, формировать ее теорию, которая может сыграть большую роль в гуманизации контента массовых информационных потоков. Медийный контент в этом ключе должен нести гуманитарную составляющую, наполненную гуманистическим смыслом. От этого зависит степень эффективности влияния медиаконтента на позитивные преобразования в социальной сфере для поступательного развития человека и общества. Таким образом, гуманитарная повестка дня, формируемая средствами массовой информации, рассматривается как средство гуманизации информационных процессов, реализация которого успешна только в том случае, если оно обеспечено соответствующими умениями журналистов. Авторы ведут разговор о необходимости социально-гуманитарной профилизации будущих журналистов на студенческой скамье [19].

Еще один аспект изучения гуманизма современной журналистики связан с усилением интереса исследователей к региональным медиасистемам, которые в результате слома прежних политических структур и распада общества на большое число аудиторных слоев и групп, выделились из некогда единой медиасистемы, модифицировавшись в многочисленные «малые журналистики», каждая из которых исповедует свои содержательные приоритеты [21]. Региональная журналистика рассматривается как социальная служба, полезная журналистика, журналистика соучастия, своего рода катализатор общественного развития, институт, который помогает обществу стать самим собой. Это исследователями обозначается как новая профессиональная парадигма и новые правила работы журналиста [22, с. 49]. В основе – контакт, сотрудничество, соучастие в освещении СМИ деятельности гражданского общества. Региональная журналистика, как считает В.Д.Мансурова, является неотъемлемым элементом системы социальных детерминант российского общества [23, с. 25].

Не может избежать обращения к гуманистической составляющей журналистики и такое направление исследования медиа, как изучение новой журналистики или новых медиа. Это явление рассматривается как внутренний институт гражданского общества, размещается внутри аудитории, а это значит, что контент, транслируемый СМИ, порождается самой аудиторией, а журналист воспроизводит то, что волнует население и что оно делает. Такое бурное разви-

тие дата-журналистики, журналистики путешествий, блоггинга – яркое свидетельство сказанного.

В контексте обозначенной темы необходимо выделить и проблемную составляющую исследования гуманизма современной журналистики. Это позволит определить и перспективные направления изучения гуманизации информационной сферы.

В современной модели деятельности средств массовой информации курс взят на краткосрочную рентабельность и формирование полезных умений, направленных на получение прибыли, что неминуемо приводит к снижению доли гуманистического начала – то есть образного, творческого начала и строгого критического мышления. В журналистике это проявляется особенно ярко в колоссальном снижении интереса журналистов к художественной публицистике – авторы, способные мастерски работать в этих сложных жанрах – наперечет. Изучение художественного начала медиатекстов идет, скорее в историческом контексте, чем по нарастающей современной практики публицистов. Хорошая качественная публицистика – с образным творческим началом и строгим критическим мышлением – ушла на нишевые телеканалы (Культура, ОРТ) или в малые журналистики – региональные национальные издания, сохраняющие и культивирующие литературно-художественные и публицистические традиции. Публицистика вопросов – основа гуманизации медиа – постепенно отходит на задний план.

Однако она неожиданно заявляет о себе в блогосфере – там идет открытая борьба между гуманитарными знаниями и экономическим ростом, между представлением о гуманной демократии и экономически детерминированной системе целесообразности знаний. Разнообразие и постоянный рост социально-сетевой журналистики ставит традиционные в смысле организации медиа не всегда в равное положение с авторами блогов и гуманной блогосферы. Конкуренция и здесь вынуждает многочисленную армию поклонников эссеистского способа выражения мысли искать новые возможности привлечения внимания к своему блого-миру, обращаясь опять же к широко известным и востребованным формам интервью. Интервью-портрет и интервью-монолог – наиболее прижившиеся в блогосфере формы старого жанра, однако, они теперь получают яркую интерпретационную окраску, формируя «как бы» новые способы выражения мнений и их представления.

Особый интерес в контексте изучаемого вопроса представляла для нас журналистская блогосфера.

Блог для журналиста – это не только дань моде и возможность сказать то, что не успел или не сумел на экране, портале, страницах, в эфире. Блог – это еще и площадка гуманитарного эксперимента, позволяющая развивать гуманитарный потенциал и использовать его для модернизации текстов и мыслей. Собранный нами эмпирический материал на основе анализа блогов журналистов таких известных изданий как «Известия», «Комсомольская правда», «Россий-

ская газета», «Коммерсант», «Взгляд» за 2015 год позволил выявить несколько особенностей, что отличают репрезентацию журналиста в блогосфере:

- тщательность в обдумывании политических вопросов, касающихся своего государства;

- тщательное исследование обсуждаемой проблемы на основе размышления, спора и дискуссии;

- понимание степени влияния, которое оказывает та или иная политика на перспективы и жизненный опыт людей (граждан своей страны и живущих за ее пределами);

- представление всего разнообразия сложных вопросов, касающихся человеческой жизни на всем ее протяжении – способность к размышлению о разных периодах человеческой жизни с опорой на конкретные ситуации, конкретные человеческие судьбы, конкретные человеческие истории – распространение формы интервью-истории – разновидности интервью-монолога;

- тщательность обобщений;

- критическое суждение о политических лидерах с опорой на всесторонний анализ;

- восприятие страны как части сложного мироустройства, где разрешение любых вопросов должно быть связано с разумным, транснациональным обсуждением на основе диалога культур.

Таким образом, используются средства гуманизации информационного пространства блогосферы, которые в суетливой атмосфере экономического соперничества могут препятствовать утрате важных способностей, играющих ключевую роль в создании достойной мировой культуры, которая была бы в состоянии найти конструктивное решение наиболее острых мировых проблем. Для успешного формирования гуманитарной повестки дня и реализации гуманизации информационного пространства необходимы гуманистические способности, которые выделяет Марта Нуссбаум в своей обобщенной модели гуманитарного образования, но они, на наш взгляд, могут быть использованы для обозначения гуманитарных способностей журналистов, чья деятельность должна способствовать всестороннему развитию человека:

- способность к критическому мышлению;

- способность отвлекаться от частных интересов и взглянуть на мировые проблемы с точки зрения «гражданина мира»;

- способность сочувственно относиться к трудностям другого человека [24, с. 22].

Более широкую модель требований к современному журналисту представляет Е.П.Прохоров. Она вполне, на наш взгляд, может быть использована для определения гуманистических способностей журналиста. В нее включаются:

- прогрессивность позиции;

- энциклопедическая образованность;

- гуманизм, стремление к добру, справедливости и истине;

- владение методологией социального анализа;

– способность толерантно относиться к инакомыслящим, умение конструктивно оценивать их взгляды и предложения;

– вести диалог в расчете на поиск и обнаружение совместных, приближающихся к истине решений [25, с. 137]

Гуманизация информационного пространства тесно связана с национальными интересами любого развитого демократического государства. Эти интересы требуют наличия сильной экономики и развитой деловой культуры (и эта проблематика становится едва ли не самой главной на центральных телеканалах и в интернет-СМИ). Но именно гуманизация этих отношений позволяет создать атмосферу ответственного и осмотрительного управления, «культуру творческих новаций».

Высокая степень культуры творчества журналиста позволит видеть мир в разных красках и способствовать формированию пространства информации для человека, а не против него. Одним из способов решения этой проблемы становится воспитание будущих журналистов в контексте восприятия окружающих людей не как предметов, которыми легко можно манипулировать. Еще Р.Тагор в своей известной работе «Национализм» подчеркивал, что агрессивный национализм должен притупить совесть, и потому ему нужны люди, не умеющие разглядеть конкретного человека, говорящие на языке группы, ведущие себя как покорные бюрократы и точно так же воспринимающие мир. Мыслитель называл врагом подобной ограниченности искусство, так как художник не может верно служить какой-либо идеологии и всегда стремится вывести собственное воображение за пределы обыденного, то есть увидеть мир с новой точки зрения. Воспитывать чувство нового мира – одна из главных целей при подготовке будущих журналистов XXI столетия.

Для того чтобы всесторонне исследовать проблему гуманизма современной журналистики, необходимо ответить на вопрос: почему так много негуманной – неконструктивной информации в СМИ?

Одна из точек зрения, которой придерживается и автор, такова: собственное начало общественного организма не может представить в полной мере гармонию его структуры, поэтому социум, желая уйти от собственного неконструктивного/разрушительного начала, пытается приписывать эти свойства какой-то отдельной группе или отдельным явлениям. При этом, распространяя это отношение через СМИ, общественный организм создает модель обращения с этими людьми или явлениями как с неважными, нечеловеческими, описывая их как нечеловеческие, создавая картины нечеловеческого, акцентируя внимание только на нечеловеческом, нисколько при этом, не задаваясь вопросами о том, что эти явления и эта природа отношений – часть человеческого социума. Данная модель лежит в основе информации, воплощенной в определенном информационном продукте, которая несет разрушающий посыл. Разрушающий общественную мораль, нравственность, разрушающий личность, создающий так называемое «проективное отвращение», когда мир окрашивается только черными красками, не претендуя на позитивное проявление.

По мнению многих исследователей, называющих такую информацию неконструктивной, она наполняет информационное пространство российских регионов более чем на 60%, абсолютно не давая никакой альтернативы другим видам информации, носящей конструктивный, позитивный/созидательный характер [26]. По словам Рабиндраната Тагора («Национализм»), бюрократизация общественной жизни и безжалостный, механистический характер современных государств (к чему причастны медиасистемы – Е.Д.) ослабили существующие у людей представления о нравственности, и потому люди молчаливо одобряют жестокость, не испытывая при этом никаких угрызений совести. Проследившая пагубное влияние на личность подобного типа информационных сообщений, можно говорить об утрате гуманистического начала российской журналистикой, которая была богата такого рода традициями еще со времен Белинского, Чернышевского, Писарева, Некрасова, Толстого.

Жан-Жак Руссо, известный как педагог и мыслитель, создатель новой для своего времени системы обучения, поместил получение базовых представлений о слабости человека в центр всей своей образовательной структуры; он утверждал, что лишь знание об этой слабости делает нас социальными и гуманными существами.

Понимание слабости характерно для региональных медиасистем, но оно поглощается нарастающими информационными потоками глобального уровня, позволяющими использовать человека в качестве элемента гигантского механизма, воплощающего идею создания государственной власти.

Поэтому задача журналистики воспитывать людей, которые могли бы дать отпор любым попыткам манипулирования, просвещая и созидая, создать общественную культуру, в которой медиа – большая часть, которая сама по себе станет мощной окружающей «средой», где не будет возможности для стигматизации других людей и доминирования над ними, как это происходит при негативизации информационного пространства современными медиа.

Литература

1. Ворошилов В.В. Партийность как принцип журналистики // Приоритетные направления развития науки и образования: материалы V Международной научно-практической конференции (Чебоксары, 12 июня 2015 г.) / редкол.: О.Н. Широков [и др.]. Чебоксары: Центр научного сотрудничества «Интерактив плюс», 2015. № 2(5). С.314-315.
2. Агзамов Ф.И. Типология взаимодействия журналистик // Взаимодействие журналистик (внутренние и внешние связи). Казань: Издательство Казанского университета, 1993. С.3-9.
3. Социальное функционирование журналистики / Под ред. С.Г. Корконосенко. СПб.: Изд-во «Час пик», 1994. 181 с.
4. Корконосенко С.Г. Основы журналистики. М.: Аспект Пресс, 2009.
5. Корконосенко С.Г. Коммуникационная свобода личности как ценностное измерение информационной культуры // Журналистика. Общество.

Ценности: Коллективная монография / Ред.-сост. В.А. Сидоров. СПб.: Петрополис, 2012. С. 76-93.

6. Петрихин А.В. Гуманизм как социокультурный процесс противостояния ценностно-мировоззренческих форм гуманности. Автореф. дисс. канд. филос. н.- Краснодар, 2014. 32 с.

7. Бердяев Н.А. Судьба человека в современном мире. К пониманию нашей эпохи /Философия свободного духа. М., 1994. С. 317-362

8. Тойнби А.Дж. Цивилизация перед лицом истории: Сборник / Пер. с англ. М.:Рольф, 2002. 592 с.

9. Тойнби А.Дж. Роль личности в истории / Пер. с англ. М.: Астрель, 2012. 222 с.

10. Шпенглер О. Закат Европы. М.: Наука, 1993. 592 с.; Хабермас Ю. Моральное сознание и коммуникативное действие. СПб.: Наука, 2000. 380 с.

11. Хабермас Ю. Моральное сознание и коммуникативное действие. СПб.: Наука, 2000. 380 с.

12. Хабермас Ю. Политические работы. М.: Практис, 2005. 368 с.

13. Хабермас Ю. От картин мира к жизненному миру. М.: Идея-Пресс, 2011. 126 с.

14. Фромм Э. Человек для себя. Минск: Коллегиум, 1992. 253 с.

15. Ухтомский А.А. Доминанта. Статьи разных лет. 1887 1939. СПб.: Питер, 2002. 448 с

16. Петрихин А.В. Роль гуманизма в СМИ как фактора преодоления негативного влияния на сознание индивида и уровень культуры в обществе // Вестник ВГУ. Серия: Филология. Журналистика. 2011. № 1. С. 179-181.

17. Дрожжин А.В. «Новая журналистика» и тенденции неогуманизма в современном обществе // Вестник Чувашского университета. 2009. Вып.1. С. 35-41.

18. Робуль О.Н. Неогуманизм как «энергия содействия» феноменов культуры и образования: синергетическое видение реальности // Культурологическое образование в контексте модернизации общего образования. 2001. № 11. С.14-31.

19. Фролова Т.И. Гуманитарная повестка российских СМИ: теоретическая модель, журналистские практики, стратегии развития. Автореф. дис. ... д-ра филол. н. М., 2015. 48 с.

20. Прохоров Е.П. Журналистика и демократия. М.: Аспект-Пресс, 2004. 456 с.

21. Дрожжин А.В. Гуманистические ориентиры в структуре прессы Поволжья // Регионоведение. 2008. № 3. URL:<http://regionsar.ru/node/161?pade=0,1> (Дата обращения: 9.02.2016)

22. Тихомирова Т. Проблемы обеспечения информационно-психологической безопасности России // Информационное общество. 1999. № 3. С.47-51.

23. Мансурова В.Д. Местная газета в системе социальных детерминант российского общества // Районная печать в системе СМИ Сибири: Тезисы региональной научно-практической конференции 18-19 октября 2001 г. Новосибирск, 2001. С.24-26.

24. Нуссбаум М. Не ради прибыли: зачем демократии нужны гуманитарные науки. М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2014. 192 с.

25. Прохоров Е.П. Введение в теорию журналистики. М.: РИП-холдинг, 2000. 307 с.

26. Киричек П.Н. Журналистика и информационная культура общества // Журналистика. Общество. Ценности: Коллективная монография / Ред.-сост. В.А. Сидоров. СПб.: Петрополис, 2012. С.316-350.

ПРОБЛЕМЫ ГУМАНИЗАЦИИ МЕДИАСФЕРЫ В НАУЧНЫХ ИССЛЕДОВАНИЯХ ФЛОРИДА АГЗАМОВА

В.З. Гарифуллин,

доктор филологических наук, профессор

Казанский (Приволжский) федеральный университет (Россия)

E-mail: vasilgarifullin@mail.ru

Аннотация. Статья посвящена анализу отражения проблем гуманизации СМИ в научных работах известного теоретика и практика татарской журналистики Ф.И.Агзамова.

Ключевые слова: Флорид Агзамов, гуманизм, советская журналистика, татарская периодическая печать, очерк.

Summary. This article deals with the analysis of the problems of the reflection of the media humanization in the scientific works by famous theorist and practitioner of Tatar journalism F.I.Agzamov.

Keywords: Florid Agzamov, humanism, the Soviet journalism, Tatar periodicals, essay.

В 2016 году мы отмечаем 80-летие со дня рождения известного исследователя татарской журналистики, первого декана факультета журналистики Казанского государственного университета Флорида Имамахметовича Агзамова.

Он родился 11 февраля 1936 года в деревне Бикметово Чекмагушевского района Башкирии. Позже название родной деревни стало одним из псевдонимов журналиста Агзамова. Чрезвычайно трудное детство пришлось на его долю. Отца он почти не помнил. В первые же дни войны бывший председатель колхоза Имамахмет Агзамов ушел на фронт и больше не вернулся. Флориду приходилось испытывать на себе все тяготы, голод и холод деревни военной поры. Даже свой небольшой рост Флорид Ахметович полуслушя аргументировал причиной голодного детства. Однако это не помешало ему с золотой меда-

лью окончить школу и поспешить в Мекку татарского народа – в город Казань и с первой же попытки поступить в историко-филологический факультет легендарного Казанского университета.

Флорид Агзамов с детства мечтал о поэтической стезе, ибо очень любил поэзию: татарскую, русскую, мировую. Но жизнь сложилась иначе: журналистов в те годы готовили из числа филологов, поэтому партия направила Агзамова, успешно окончившего в 1959 году Казанский государственный университет, в редакцию Пестречинской районной газеты. Талантливому работнику пера быстро примечают, не проходит и года, он уже сотрудник одного из ведущих изданий – газеты «Совет Татарстаны» (позже – «Социалистик Татарстан», ныне – «Ватаным Татарстан»). Вскоре он уже заведовал отделом литературы и искусства, а затем стал заместителем главного редактора газеты, легендарной личности Шамси Хабибулловича Хамматова.

Крутой поворот в жизни Флорида Ахметовича случается в 1968 году. Его направляют в Москву, в аспирантуру Академии общественных наук. После его окончания вездесущее око партии особо зорко следит за дальнейшим ростом карьеры новоиспеченного специалиста высшей квалификации: в 1972 году Ф.И.Агзамову поручено возглавить отделение журналистики КГУ. С тех пор в течение трех десятилетий он возглавляет сначала кафедру, позже организованный им же факультет журналистики. Он смог создать уникальную школу подготовки журналистских кадров, имеющую свое неповторимое лицо и четкое научно-педагогическое направление.

В течение всей своей жизни Флорид Имамахметович вел плодотворную научно-исследовательскую работу в области теории журналистики. Им опубликован ряд книг, посвященных исследованию одной из важнейших принципов журналистики – принципа гуманизма, изучению журналистского наследия Габдуллы Тукая, анализу состояния современной татарской журналистики. Среди них такие, как «Журналистское исследование активности личности», «Гуманизм советской журналистики», «Печать – пропагандист идеи дружбы народов», «Ленинские принципы журналистики в действии», «Животворная сила», «В центре внимания – человек», «Тукай – журналист» и др.

С первых дней работы на кафедре Агзамов заложил начало системного исследования богатой истории татарской журналистики. Было издано несколько сборников по истории национальной журналистики. Сам он написал несколько фундаментальных статей по научной классификации этапов становления и развития татарской журналистики.

В 1986 году, к 100-летию со дня рождения классика татарской литературы Габдуллы Тукая, была издана его книга «Тукай – журналист» [1]. Именно в этом монографическом труде впервые был научно изучен важнейший аспект творчества великого творца. Определяя прогрессивную роль Тукая в развитии общественно-политической мысли своего народа, Ф.И.Агзамов пишет: «В его (Тукая) творчестве есть большой общественно-политический, эстетический и этический идеал, есть социальный опыт, накопленный

народными массами на путях достижения этих идеалов, есть пламенный призыв их к свободе, братству, знаниям, словом, прогрессу. Главная магистраль творчества Тукая-публициста – проблемы, связанные с судьбой народа, раздумья о путях прогресса во всех областях жизни, поддержка любого роста нового» [1, с. 260].

Творчество Тукая можно без преувеличения назвать энциклопедией национальной жизни начала XX века. Пожалуй, не было такой области в общественной, политической и культурной жизни того времени, где бы не чувствовалось влияние этого великого публициста. Деятельность выпускаемых на татарском языке в Уральске и Казани газет и журналов была тесно связана с именем Тукая. С 1904 года, когда в рукописном журнале «Әл-гаср әл-жәдид» («Новый век») появились первые его произведения, и по 1913 год, когда жестокая болезнь свела двадцатисемилетнего поэта в могилу, им создано множество фельетонов, памфлетов и публицистических статей.

Тукай рано осознал свою миссию: сделать публицистику средством борьбы повышения национального самосознания, вырвать молодое поколение из-под власти муштровки старометодных школ и приобщить его к литературе, к общечеловеческим ценностям. Отсюда – неутомимая деятельность Тукая как фактического редактора журналов, острого полемиста, популярного лектора, составителя и, в сущности, единоличного автора книг для детского чтения. И все это продолжалось буквально до последнего его дыхания.

Тукай большую роль в деле просвещения отводил критике. Ф.И.Агзамов отмечает: «Тукай в своей публицистике, как и в прочем поэтическом творчестве, заговорил критическим словом. Его первые же произведения способствовали разворачиванию сатиры в татарской журналистике» [1, с. 58].

Перечитывая Тукая, Флорид Агзамов поминутно удивляется не только мастерству его публицистики, но и непреходящей созвучности современности его взглядов и мыслей.

Как пишет Ф.И.Агзамов, во всей многогранной публицистике Г.Тукая ярко отражаются гуманистические принципы и традиции. Для него, поэта и публициста, много значили славные традиции просвещения татарского народа, в которых были заключены общечеловеческие нравственные ценности. Тукай считал основной для достижения прогресса распространение среди народа литературы, искусства, развитие печати. Об этом он пишет в статье «Умерла ли наша нация или она только спит» [1, с. 145]. Тукай убежден, что народ пребывает в забвении и стимулом к полнокровной, радостной жизни может послужить лишь всестороннее развитие культуры. Особые надежды Тукай связывал с ростом числа газет и журналов, с проникновением печатного слова в повседневную жизнь каждого человека. Доказательством этому являются строки из статьи: «Давайте окропим нашу нацию душистым нектаром цветов литературы, овеем ее мягким ветерком газетных вееров и вольем в ее уста живительную влагу объединения и совместного труда; вдохновим ее музыкой, улаждающей душу, в ярких картинах отразим ее собственное лицо» [1, с. 146].

Таким образом, Флорид Агзамов впервые так ярко и выпукло, научно обоснованно раскрыл, насколько Тукай был блистательным публицистом, яростным и беспощадным полемистом, тонким критиком и терпеливым, мудрым воспитателем. Его публицистика относится к лучшим страницам отечественной журналистики.

Монографический труд Ф.И.Агзамова «Журналистское исследование активности личности», изданный в Казанском университете в 1989 году, уже в пору перестройки, посвящен анализу роли журналистики в повышении роли отдельного человека, личности в быту, производстве, общественной жизни [2]. В это время слова о «повышении роли человеческого фактора» были на устах у многих. Но зачастую они так и оставались пустым призывом, не подкрепленным конкретными действиями. Агзамов же в своей книге сумел раскрыть, под влиянием каких условий этот самый человеческий фактор может проявить себя. В первую очередь, ученый исследует участие журналистики, как центральной, так и местной, в улучшении условий труда и быта людей в контексте социальной программы достижения единства индивида и общества. Исследуя деятельность конкретных журналистов в этом направлении, автор приходит к выводу о том, что основной целью развития производства в рыночных условиях, которые уже начали проявлять себя в нашей стране к этому времени, не должно быть сосредоточено лишь на повышении объема продукции, но, в первую очередь, на улучшении содержания труда человека, раскрытии его творческих возможностей. Необходимо учитывать, не наносит ли эта интенсификация вред техногенной среде, насколько производство соответствует требованиям эргономики, целью которой должно стать повышение привлекательности этого труда [2, с. 65].

«Отношение к труду – не единственный критерий активности людей, – пишет исследователь. – Их личность формируется и ее сущностные силы проявляются и в других видах деятельности, в частности, в общественно-политическом и духовно-идеологическом» [Там же]. Степень проявления личности и личностных качеств во всех этих видах деятельности стимулируется, прежде всего, посредством участия средств массовой информации, что убедительно доказано Агзамовым в анализируемой нами книге.

Монографическое исследование Ф.И.Агзамова «Гуманизм советской журналистики» посвящен функционированию этого важнейшего принципа журналистики в нашей стране в период верховенства коммунистической идеологии [3]. Естественно, оно написано в идеологических рамках той эпохи. Вместе с тем, основная мысль книги заключается в том, что в любые, даже в самые трудные периоды развития общества, основной задачей журналистики неуклонно остается бережное отношение к общечеловеческим ценностям. Одним из центральных идей, пронизывающих данное исследование, является мысль выдающегося советского востоковеда, академика Н.И.Конрад, который писал: «Гуманизм является идеей по своему общественному содержанию, может быть, важнейшей из великих идей, выдвинутых человечеством на

протяжении многих тысячелетий его истории. Идея гуманизма – результат огромного исторического опыта в его наиболее глубоком восприятии, результат познания человеком в процессе такого опыта самого себя, своих общественных задач» [3, с. 14].

Флорид Имамахметович неоднократно подчеркивает, что одним из основных принципов в деятельности журналиста является принцип «Не навреди!» Автор предостерегает мастеров пера от агрессивного вторжения в личную жизнь человека, оскорбления его личного достоинства. «Любить человека!» – так с восклицательным знаком сформировал смысл гражданской и творческой судьбы многих журналистов советского периода Ф.И.Агзамов.

Эти идеи являются особенно актуальными в наши дни, в период информационных войн, разрушающих представление человека о справедливости, гуманности, человеколюбии.

В другой своей книге под названием «В центре внимания – человек» Флорид Агзамов на примере деятельности татарских журналистов-очеркистов Гари́фа Ахунова, Марсе́ля Зари́пова, Мади́ны Маликовой, Ильдара Низамова, Рави́ля Валиева и других мастеров пера раскрывает проявление принципа гуманизма в журналистской практике. Из книги видно, насколько эмоционально авторы очерков сопереживают радости и горе своих героев, насколько активно они живут интересами своих читателей, своих героев [4].

«В центре внимания – человек». Такими же словами можно было бы определить и кредо жизни Флорида Агзамова. В центре его внимания всегда находился человек, как у педагога, в первую очередь, студент. Он активно внедрял в жизнь практику индивидуального, личностно-ориентированного подхода к обучению студентов-журналистов. В основе этого подхода лежат общие гуманистические традиции в образовании, заложенные величайшими классиками педагогики. При этом на вершину образовательного процесса выдвигается личность, обучение превращается в диалог и сотворчество педагога-профессионала, мастера своего дела со своим учеником. Флорид Имамахметович знал каждого из своих студентов по именам, живо интересовался их проблемами, потребностями, в дальнейшем следил за жизнью и творчеством многих своих выпускников, регулярно подправляя их действия, наставляя на правильный путь. Будучи интереснейшей личностью, он умел ценить в людях их достоинства и положительные личностные качества.

Литература

1. Агзамов Ф.И. Тукай – журналист. Казань: Таткнигоиздат, 1986. 271 с.
2. Агзамов Ф.И. Журналистское исследование активности личности. Казань: Изд-во Казан. ун-та, 1989. 224 с.
3. Агзамов Ф.И. Гуманизм советской журналистики. Казань: Изд-во Казан. ун-та, 1984. 168 с.
4. Агзамов Ф.И. В центре внимания – человек. Казань: Таткнигоиздат, 1981. 198 с.

СЛУЧАИ НАРУШЕНИЯ ЭТИКИ ЖУРНАЛИСТА В ПЕРЕДАЧАХ ФЕДЕРАЛЬНЫХ ТЕЛЕКАНАЛОВ КАК ПРЕДМЕТ СОВРЕМЕННОЙ МЕДИАКРИТИКИ

Р.П. Баканов,

кандидат филологических наук, доцент

Казанский (Приволжский) федеральный университет (Россия)

E-mail: rbakanov@yandex.ru

Аннотация. Автор данной статьи выявил, насколько регулярно и содержательно российские медийные критики освещали случаи нарушения профессиональной этики журналиста в телевизионных передачах главных телеканалов страны. Выявлено, что из десяти авторов, которые анализировали телевизионное содержание, только четыре человека обращали внимание и старались привлечь внимание общественности к нарушениям этики со стороны телевизионных журналистов. В статье также сделан вывод о том, что кроме публичного обсуждения таких случаев у медиакритиков нет возможности повлиять на ситуацию и исправить ее.

Ключевые слова: медийная критика, телевидение, телеканал, этика, нарушение, оценка, Ирина Петровская, Юрий Богомолов, Александр Мельман.

Summary. The article shows how regularly and meaningfully Russian media critics had covered of cases of violation of professional ethics of a journalist in television broadcasts of the main Russian TV channels. It was revealed that only four of the ten authors who analyzed the content of television paid attention and tried to draw public attention to violations of ethics by television journalists. It is concluded that except the public discussion of these cases, critics have no possibility to have an affect on the situation and improve it.

Keywords: Media criticism, TV, TV channel, ethics, violation, evaluation, Irina Petrovskaya, Yuri Bogomolov, Alexander Melman.

Дальнейшее развитие каналов передачи различных данных, совершенствование площадок для осуществления публичного обмена мнениями, рост числа средств массовой информации и, следовательно, объема медийного контента должны заставить не только исследователей журналистики, но и журналистов-практиков, и широкую общественность задуматься над качеством распространяемой и потребляемой медийной продукции. Федеральная служба по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор) сообщила: в начале 2016 г. в России зарегистрировано почти 84 тысячи СМИ [1]. Социологическая компания «TNS-Россия», регулярно измеряющая рейтинги всех видов СМИ в городах с населением более 100 тысяч человек регулярно публикует данные, из которых следует, что у жителей нашей страны печатная пресса потеряла былую привлекательность, зато по-прежнему популярны передачи основных федеральных телеканалов («Первый», «Россия

1», «НТВ», «ТНТ» и другие) [2]. По данным исследования Всероссийского центра изучения общественного мнения (ВЦИОМ), проведенного 2-3 мая 2015 г., телевидение является основным приоритетом в организации досуга и получения информации о событиях в стране для 62% россиян (в 2013 г. – для 60%) [3]. Телевидение – традиционно наиболее популярный источник информации среди жителей малых городов и сел и пожилого населения. При увеличении количества телевизионных программ и каналов, качество телепередач остается крайне неоднородным по содержанию. Жанровая палитра сокращается: право на жизнь получают лишь те, на которые «клянет» массовый зритель, и соответственно даст средства богатый рекламодатель.

К большой численности зарегистрированных в России медиа (мы осознаем, что даже до 50% их может и не издаваться или выходить в эфир) нужно добавить и учесть продолжающийся у россиян рост популярности социальных сетей и видеосервисов («You Tube», «Rutube», «NewsTube» и других) с распространяемым там содержанием. Объем потребляемой через соцсети информации в масштабе страны определить невозможно. Специалисты «Brand Analitics» занимаются регулярным мониторингом объема публикаций россиян в социальных сетях и на основании этого выявляют текущую популярность каждой из них. К примеру, по их данным, только в декабре 2015 г. жители нашей страны в возрасте 12-64 года оставили в самой популярной у нас соцсети «В Контакте» около 280 тысяч записей! [4] А сколько написали и что посмотрели там дети до 12 лет? Ведь они тоже активно проявляют себя в виртуальной реальности, несмотря на свой неплатежеспособный статус. Продолжается знакомство с мировой «паутиной» и представителей старшего поколения. Поведение в Сетевом пространстве мальчиков и девочек до 12 лет и взрослых после 64 лет чаще всего не исследуется, поскольку считается, что рекламодателям эти возрастные группы не интересны: их представители не обладают активной покупательской способностью. Многие люди зарегистрированы в разных соцсетях, пропуская через себя существенный объем информации. Развлечение и общение лидируют среди причин обращения россиян к социальным сетям. Каждый пользователь, находясь «В контакте с Интернетом», может сформировать собственную, отличную от других, траекторию потребления медийного содержания в зависимости от своих желаний [5]. Какого качества информация будет ими востребована, содержит она или не содержит нарушение законодательства, насколько сильное влияние окажет на психику потребителя, и насколько устойчивой и готовой окажется психика «юзера» для ознакомления с различной, чаще всего агрессивной, информацией – вопросы актуальные, на наш взгляд, требующие оперативных ответов. А их в меньшей степени можно получить от потребителей медийной продукции, в большей – в результате проведения давно уже необходимых соответствующих междисциплинарных научных исследований.

Таким образом, в настоящее время на человека (особенно на молодежь) значительное воздействие оказывают сведения, распространяемые как через традиционные медийные каналы (печать, телевидение и радио), так и посредством новейших мультимедийных платформ: сайты online-СМИ, блоги, чаты, соцсети. Дистанцироваться от нее, по нашему мнению, бессмысленно: даже если ты сознательно не будешь регистрироваться в social media, скажешь «нет» всем медийным информационным ресурсам, «виртуальная» информация догонит тебя в форме реплик или вопросов друзей и одноклассников («Смотрел? Как тебе, что скажешь?»), рекламы на улице, торговых центрах и в транспорте и т.д. Психологи несколько лет назад говорили, что в день на жителя крупного города приходится в среднем 20 тысяч случаев воздействия различной (в том числе вредной) информации. Сколько ее сейчас?

Выпуски теленовостей, передовицы газетных полос, едва ли не ежедневно освещая различные террористические акты, обсуждая их последствия и необходимые населению меры предосторожности оказывают мощное воздействие на каждого потребителя этой информации. Поэтому вслед за такими учеными, как А.Г.Качкаева, Н.Б.Кириллова, С.Г.Корконосенко, А.П.Короченский, А.В.Федоров, А.В.Шариков и другими мы считаем, что сейчас каждому из человека необходимо не только быть в курсе этих трагедий, но и постараться не поддаваться страху, который хотят посеять в обществе представители некоторых запрещенных в России группировок. Да что группировок, когда даже высокорейтинговые СМИ иной раз цитируют обращения террористов [6]. Можно ли было обойтись без этого? Конечно. Неоправданное излишнее внимание ко всему негативному ради рейтинга, на наш взгляд, делает журналистов невольными пособниками информационной войны, цель которой – запугивание населения. Примеров тому хватает.

Мы полагаем, что мощнейший манипулятивный потенциал масс-медиа конструктивен только в том случае, если он направлен на преодоление информационного вакуума у населения, повышение у них информационной и новостной грамотности, а также служит задачам консолидации общества, развитию демократии и самоуправлению граждан.

Настало время, когда каждый человек должен не столько потреблять, сколько фильтровать и отсеивать ненужную, а то и вредную для него и его семьи информацию. Особенно это важно для подростков и студентов, часто не умеющих распознать в «прикольном» (как они считают) видео скрытое воздействие на психику со стороны определенных сил или структур, группировок (например, запрещенных в России ИГ или «Хесбут-Тахрир»). В образовательных учреждениях сейчас необходимо больше внимания уделять повышению уровня новостной, медийной грамотности, медийного образования юношей и девушек в целом. «На рубеже XXI века произошла окончательная переориентация молодежной аудитории от печатного текста к аудиовизуальному, – написал еще в 2003 г. профессор А.В.Федоров и дополнил: – Поэтому вопрос о необходимости и актуальности медиаобразования ... уже принадле-

жит прошлому». На наш взгляд, абсолютно справедливым является следующий тезис ученого: «Современная система образования в качестве приоритетных целей рассматривает использование средств массовой коммуникации и медиапедагогики для формирования умений ориентации в информационном поле, противостояния манипуляциям общественным сознанием, для адаптации людей к новым социальным условиям жизни, для позитивного развития личности» [7, с. 7-8].

С тех пор прошло почти 13 лет, но ситуация если и меняется, то очень медленно: сказываются консервативность российской образовательной системы, перегруженность школьного и вузовского учебных планов и другие факторы. Участники состоявшейся 27-28 ноября 2015 г. в московском НИУ «Высшая школа экономики» второй Международной научно-практической конференции «Медиаграмотность и медиаобразование: цифровые медиа для будущего» еще раз отметили необходимость внедрения в процесс подготовки специалистов в области медиа дисциплины, повышающие уровень критичности их мышления, новостной грамотности, медиакомпетентности в целом.

С учащейся и студенческой молодежью более или менее понятно. Как быть с остальной частью населения страны, уже имеющей конкретный уровень образования, сложившуюся систему взглядов на мир, определенный уровень психологической усталости от существования в социальной среде? Как и с помощью чего развивать их уровень медийного образования и критичности мышления? Мы считаем, что это можно в некоторой степени сделать при помощи такой относительно новой области журналистики как *медийная критика*. Профессор А.П.Короченский дал следующее определение: данному термину «особая область в отечественной журналистике, призванная помочь обществу в познании новых реалий и тенденций в деятельности СМИ. Она является одновременно и своеобразным способом рефлексии, самопознания современной печатной и электронной прессы, и общественным зеркалом, которое призвано отражать «блеск и нищету» средств массовой информации, оказавшихся в рыночной среде» [8].

Для обычных граждан медиакритика должна реализовать свою просветительскую функцию (А.Короченский), с помощью которой можно формировать в обществе медийную культуру, «отражающуюся в отношении публики к печатной и электронной прессе, в степени развитости у аудитории навыков самостоятельного разбора и оценки содержания СМИ» [8].

Одной из задач медиакритики является всестороннее познание информационного производства. Следовательно, с ее помощью можно выявлять манипулятивный «арсенал» деятельности современных СМИ и объяснять гражданам, с какой целью и в какой мере медиакомпания его используют. Мы считаем, что именно эта область журналистики должна стать своего рода проводником в закулисы медийного мира для аудитории и оперативно выявлять и информировать ее о наиболее значительных тенденциях функционирования современных масс-медиа (особенно

телевидения как пока еще основного источника информации россиян). Но что есть российская медийная критика в настоящее время?

Ранее мы неоднократно писали [9; 10], что в нашей стране данное направление развивается очень медленно, несмотря на историю с середины XX века. Из нескольких своих направлений (критика печатных СМИ, online-медиа, критика теле- и радиопередач) современная медиакритика в российских изданиях и на просторах Рунета представлена главным образом критикой телевизионных передач. Редчайшее исключение составляют опубликованные в «Литературной газете» реплики о качестве радиопрограмм. Содержательный анализ статей, содержащих оценку аудиовизуальной журналистской продукции, показывает, что далеко не всегда уровень предпринятого авторами анализа и осмысления контента остается постоянным и выполняется на высоком идейно-творческом уровне. Причин тому несколько, но их рассмотрение не является предметом исследования настоящей статьи.

В центре внимания данной работы – выявление и изучение характера освещения медийными (телевизионными) критиками случаев нарушения профессиональной этики журналиста в передачах федеральных телеканалов. Перед началом исследования нас интересовало, во-первых, имеются ли в практике вещания федеральных телеканалов такие случаи и если да, то насколько они регулярны и с какой периодичностью освещаются критиками (если освещаются). Во-вторых, каким образом авторы статей интерпретировали и объясняли читателям газет данные факты, формулировали ли какие-либо тенденции, в чем видели причины выявленных случаев, организовывали ли публичную дискуссию в печати и модерировали ее?

Эмпирической базой исследования были выбраны семь федеральных общественно-политических газет, в которых, как показали наши предыдущие исследования, есть телевизионная критика: «Комсомольская правда», «Литературная газета», «Московский комсомолец», «Независимая газета», «Новая газета», «Российская газета» и «Труд». Из нескольких десятков тысяч периодических изданий в России, телевизионное содержание в настоящее время анализируется и оценивается только в указанных выше шести плюс в специализированных журналах «Журналист» и «Журналистика и медиарынок», но они не предназначены для массового читателя. Еще несколько лет назад телекритика еженедельно присутствовала в виде авторских колонок в «Известиях», «Времени новостей», «Коммерсанте», ряде региональных газет. Телекритика в передачах радио и online-СМИ нами не изучалась.

Хронологический период исследования – 2013-2015 гг.

В ходе выполнения исследования мы применили следующие методы:

1. *Содержательный анализ публикаций*, имеющих оценку медийных произведений, – позволил, во-первых, выявить наличие анализа и оценки медийного (в частности телевизионного) контента в них; во-вторых, определить, какое место в «повестке дня» медийной критики занимает освещение нарушения норм профессиональной этики журналиста в передачах

ведущих федеральных телеканалов, и присутствует ли там эта тема вообще. В-третьих, если она там есть, то насколько регулярно освещалась критиками?

2. *Сравнительно-сопоставительный анализ* освещения медийными (телевизионными) критиками случаев нарушения этики журналиста: специфики подачи информации, уровня аргументации, наличия / отсутствия авторского видения в этом проблемы, качества интерпретации выявленных фактов для аудитории для повышения ее уровня медийной грамотности.

В ходе исследования выяснилось, что в указанных выше изданиях за хронологический период всего было опубликовано 1583 статьи, содержащих оценку федеральному телевизионному и радиному содержанию передач. Из этого количества публикаций случаи нарушения профессиональной этики журналиста освещались всего лишь в 228 публикациях (14,4% от общего количества текстов за три года). Данная тема стала предметом изучения не для всех критиков, а только для некоторых. Этическую тему не рассматривали в «Независимой газете», «Труде», «Комсомольской правде», эпизодически (всего 14 раз) писали о ней в «Литературной газете» (в основном освещая проблему искажения исторических фактов в художественных фильмах), немного чаще в «Российской газете», еще более чаще – в «Московском комсомольце». Регулярнее других авторов к интересующей нас проблеме обращалась телекритик «Новой газеты» Ирина Петровская: за три года она опубликовала 109 статей, в которых хотя бы вскользь обсуждались примеры нарушения этики журналиста, выявленные в телепередачах федеральных каналов. Не остались безразличными к данной проблеме и Александр Мельман («Московский комсомолец», 83 выступления) с Юрием Богомоловым («Российская газета», 22 обращения) (В середине января 2014 г. еженедельная рубрика Ю.Богомолова «Теленеделя со мной» была закрыта, так как редакция «Российской газеты» не продлила договор с ее автором.). Как видим из общей численности содержащих критику телепередач публикаций, за три прошедших года проблема нарушения творческими работниками телекомпаний норм журналистской этики вряд ли осознавалась многими медийными критиками в качестве первостепенной, важнейшей для освещения. Если бы не профессиональная настойчивость Петровской и Мельмана, выраженная в обсуждении данной проблемы, презентации ее перед аудиторией и стремлении зафиксировать ее в «повестке дня» федеральных изданий, можно было бы говорить о том, что отечественная критика СМИ не считает, что на российском ТВ нарушают этику.

О каких проблемах, связанных с нарушением профессиональной этики журналиста в эфире, писали критики?

1. Обсуждение не всегда проверенных тайн личной жизни популярных людей сразу после их смерти, а то и до кончины (68 статей).

2. Некорректность в оценках определенных ситуаций, а также действиям людей (наклеивание ярлыков без достаточных на то оснований) (65).

3. Доминирование одной – выгодной государству – точки зрения в информационных выпусках и дискуссионных передачах при явном игнорировании альтернативных мнений (49).

4. Преобладание развлекательной «повестки дня» федеральных каналов в дни общенациональных трагедий (32).

5. Искажение исторических фактов режиссерами художественных фильмов и, тем самым, введение аудитории в заблуждение (14).

Таким образом, можно говорить о том, что основные федеральные телекомпании («Первый канал», «Россия 1», НТВ) за три исследуемых года не отличались большим разнообразием средств в проблеме нарушения профессиональной этики журналиста. Изучив публикации критиков, мы не смогли определить, какие из вышеуказанных проблем были характерны для конкретного телеканала, – все они выявлены на разных телекомпаниях. Телеканалов, полностью соблюдающих этические нормы, увы, не было.

Рассмотрим, каким образом этические нарушения актуализировались в «повестке дня» телекритики и объяснялись для массовой аудитории.

Самым непримиримым к данной проблеме автором стала И.Петровская. В каждой из своих работ она старалась представить случаи нарушения этики как норму для современного телевидения, одну из тенденций вещания, без которой невозможны высокие рейтинговые показатели. На протяжении всего временного периода исследования уже из заголовков ее выступлений читатель мог понять, что разговор там будет серьезным. Вот лишь несколько примеров из практики разных лет: «Михаил Зеленский с товарищами ударили лицом в глаз», «Мамонтов против садомитов», «Скорби час, потехе время», «Выставка грязного белья», «ТВ, ледящее душу», «Где совесть, Борь?», «На ДНЕ» и т.д. Редкое еженедельное обозрение телепередач данного автора обходилось без внимания к случаям нарушения журналистской этики.

В центре внимания И.Петровской, как и телекритиков «Российской газеты» и «Московского комсомольца», были вопросы качества телеконтента главным образом вечернего прайм-тайма. Именно в это время (с 18.30 до 23.00 в будние и с 17.00 до 23.00 в выходные дни) у телеэкранов собирается больше всего аудитории, а редакции представляют самые зрелищные, дорогостоящие, как правило, развлекательные проекты с целью как можно более дорогой продажи им рекламного времени. Однако экспертиза медиатекстов не всегда ограничивалась только вечерним временем: если в сетке вещания были запланированы поздневечерние дискуссионные передачи, то критики чаще всего смотрели и анализировали их, насколько позволяла площадь газетной полосы. К сожалению, из-за небольших объемов, отведенных редакциями для обозрений передач (в среднем, всего 90-100 строк), каждый из обозревателей успевал дать анализ всего 3-4 передачам за неделю, да и то лишь обращая внимание на самое важное.

По мнению телекритиков, среди выходящих в прайм-тайм передач практически не наблюдалось разнообразия форматов: информационные

выпуски, ток-шоу, сериалы, криминальные хроники-докудрамы, концерты. В публикациях постоянное внимание уделялось проектам, предусматривающим дискуссии, например, ежедневным ток-шоу на каждом из каналов («Пусть говорят» на «Первом», «Прямой эфир» на «России 1» и «Говорим и показываем» на НТВ), еженедельным программам «Специальный корреспондент» и «Воскресный вечер в Владимиром Соловьевым» («Россия 1»), в дни совершения различных резонансных происшествий и трагедий – вечерние информационные выпуски. Большого не позволяло место на полосе.

Проведенный нами содержательный анализ обзоров Ю.Богомолова, А.Мельмана и И. Петровской показал, что претензии этического характера они направляли ведущим ток-шоу. Они упрекали в том, что ради повышения рейтинга готовы на многое, включая искажения и подтасовку фактов. В одной из своих публикаций И.Петровская сформулировала такую тенденцию федерального телевидения: «Разрешено плевать в душу, разрешено копаться в чужом грязном белье, а если его нет, подкидывать свое, разрешено топтать грязными сапогами чужую жизнь и смерть» [11].

Оценивая качество телепередач по законам соответствующего им жанра, телекритики все чаще утверждались в мнении, что почти все подвергавшиеся анализу произведения не соответствовали предъявляемым к журналистике требованиям, поскольку содержали нарушения их по критерию соблюдения профессиональной этики журналиста, а именно: пропаганда одной, как правило, выгодной государству позиции по многим вопросам и замалчивание альтернативных точек зрения; стремление сделать сенсацию путем обвинения одной стороны конфликта без достаточных на то оснований; попытки представить в эфире комментарий или оценку явления за факты и т.д. Ориентируясь на «Кодекс профессиональной этики российского журналиста», а также на то, что телевидение – это один из видов средств массовой информации (а не дезинформации или манипуляции), обозреватели, судя по освещаемым в их публикациях проблемам, очень хотели, чтобы тележурналисты и ведущие передач работали честно, то есть не обманывали бы зрителя в угоду рейтингу любой ценой. Но вместо похвал за профессионализм, поиск и обнародование актуальной и социально значимой информации критикам регулярно приходилось ругать их за отступление (часто сознательное) от канонов журналистики и введение аудитории в заблуждение.

К примеру, в статье «Выставка грязного белья» (название подчеркивает проблему) И.Петровская подробно пересказала, каким образом участники ток-шоу на основных телеканалов страны «проводили» в последний путь ушедшую на неделе в мир иной актрису Т.Самойлову. Уже в первом абзаце статьи телекритик напомнила читателям один из трендов современного телевидения: «Чужая душа – потемки. Чужая семья – порой и вовсе мрак, о котором совсем не обязательно знать посторонним. Но телевидение отнюдь не считает себя посторонним и с отвагой, достойной лучшего применения, вторгается в личное

пространство живых и умерших, докапываясь до реальных и мнимых человеческих тайн или вовсе высасывая их из пальца» [12].

Настроив аудиторию на критичное восприятие телевизионной «реальности», автор публикации поведала, в чем увидели мистику создатели фильма «Последняя тайна Татьяны Самойловой» («Первый канал»), как с помощью магов, экстрасенсов и шамана они пытались разгадать «тайну» актрисы. Далее последовал пересказ содержания ток-шоу на НТВ «Говорим и показываем», у которых на повестке дня «дележка наследства Татьяны Самойловой». Какова была обстановка в студии, по мнению Петровской? «Все наперебой кричат что-то о наследниках первой и второй очереди, попутно пытаясь устыдить единственного сына актрисы, якобы бросившего старую мать на произвол судьбы. Сын Дмитрий, интеллигентный мужчина средних лет, мягко отвергает обвинения в свой адрес, со всей возможной деликатностью описывая непростой характер мамы (зачем пришел на этот «шабаш» – непонятно, возможно, жизнь в Америке притупила инстинкт самосохранения). В качестве пикантной приправы к теме обсуждения телевизионщики показывают явно снятые скрытой камерой кадры, где Самойлова – неприбранная, плохо одетая и кое-как передвигающаяся – обходит близлежащие кафе, в которых, по свидетельству обслуживающего персонала, она завтракала, обедала и ужинала за счет заведений, поскольку у их владельцев никогда не поднималась рука предъявить ей счет» [12]. Демонстрация в эфире видео, сделанного скрытой камерой, – на наш взгляд, в данном случае является нарушением журналистской этики. Ведь неизвестно, разрешала ли Самойлова осуществлять эту съемку, да и какое эстетическое удовольствие получают родственники и поклонники актрисы от того, что увидят ее кое-как передвигающейся?

В «Кодексе профессиональной этики российского журналиста», положениями которого руководствовались телекритики при выявлении фактов нарушений этики со стороны журналистов или ведущих передач, написано: «Журналист уважает честь и достоинство людей, которые становятся объектами его профессионального внимания. Он воздерживается от любых пренебрежительных намеков или комментариев в отношении расы, национальности, цвета кожи, религии, социального происхождения или пола, а также в отношении физического недостатка или болезни человека». А также: «Журналист распространяет и комментирует только ту информацию, в достоверности которой он убежден и источник которой ему хорошо известен. Он прилагает все силы к тому, чтобы избежать нанесения ущерба кому бы то ни было ее неполнотой или неточностью, намеренным сокрытием общественно значимой информации или распространением заведомо ложных сведений» [13].

Таким образом, исходя из данных цитат, можно сделать вывод, что работавший над подготовкой ток-шоу коллектив нарушил сразу два пункта Кодекса. Упреки телекритика оказались справедливыми.

Если И.Петровская с первых строк своих статей однозначно давала понять, что не приемлет нарушений журналистской этики в телепередачах, то Ю.Богомолов и А.Мельман зачастую сохраняли нейтральность в оценках до последних абзацев повествований. Дискуссионные передачи трех основных телеканалов страны также становились объектом внимания данных авторов. Но их стилистика была мягче, чем у И.Петровской, обозреватели при пересказе сюжета передач и в случае выявления примеров нарушения журналистской этики не обвиняли работников телевидения сразу, а пытались понять, что стало тому причиной. В результате и Богомолов, и Мельман всегда независимо друг от друга сходились во мнении, что почти все случаи нарушения журналистской этики – примеры не спонтанные, произошедшие от непрофессионализма редакторов или ведущих ток-шоу, а наоборот, сознательно используемые для увеличения рейтинговых показателей приемы. Критики считали, что примеры нарушений журналистской этики на телевидении необходимо рассматривать и как приемы манипулирования общественным мнением и вниманием зрителей.

Редактор отдела «Телеведение» «Литературной газеты» А.Кондрашов по сравнению с упомянутыми выше критиками гораздо реже уличал тележурналистов в нарушениях этики, но тоже считал, что в этом виноват прежде всего рейтинг, экранные люди – его рабы. «Плевать им на людей, родителей и детей. Не их интересы, а деньги решают все на коммерческих телеканалах. От Первого до последнего. И будут показывать там любую американскую дрянь, лишь бы давала рейтинг. И будет Ургант беседовать с тем, с кем скажут. И сценаристы писать, что прикажут» [14].

В результате исследования мы пришли к следующим выводам.

Соблюдение профессиональной этики является одним из слагаемых мастерства журналиста. В этой связи отступление от общепринятых норм или стандартов поведения корреспондентами или ведущими популярных телепередач основных телеканалов страны, мы полагаем, может и должно негативно отразиться на имидже нарушителей не только в профессиональной среде, но и в обществе. Регулярная практика несоблюдения этики и морали приведет к дальнейшему снижению и так уже невысокого уровня доверия аудитории к представителям «четвертой власти».

Постоянное освещение социальных проблем современной жизни, нахождение в рыночных условиях, когда от публичного человека, торгующего своим лицом, руководство канала требует рейтинга любой ценой, даже профессионалу нелегко сохранить объективность. Проведенное нами исследование творчества российских медиакритиков за три последних года показало, что в своих публикациях они старались сформировать отрицательное общественное мнение к случаям нарушения этики журналиста на ТВ, однако получалось это не у каждого.

Мы выявили, что всего четыре из девяти критиков в 2013-2015 гг. с разной периодичностью и убедительностью обращали внимание на факты

отступления от этики творческих сотрудников федеральных телеканалов. Проблематика и частота выступлений И.Петровской («Новая газета») за этот период позволила нам говорить, что эта тема для критика была достаточно важной. Каждая вторая ее статья если не была полностью посвящена, то содержала отдельные абзацы, в которых описывались ситуации и давалась однозначно негативная оценка случаям этического плюрализма как со стороны журналистов, так и со стороны приглашенных в студию гостей. Критики А.Мельман («Московский комсомолец») и Ю.Богомолов («Российская газета») также не одобряли такие примеры, но делали это мягче по стилю, чем их коллега. Например, они не пересказывали подробно ситуации нарушений норм этики, ограничиваясь зачастую их простой констатацией; конкретных упреков в сторону журналистов было немного, они сводились в основном к общим рассуждениям о причинах, побуждающих медийных лиц отступать от декларируемых норм. Обозреватель «Литературной газеты» А.Кондрашов также не обошел вниманием интересующий нас вопрос, но нарушения этики он видел эпизодически и, во-первых, в искажении или перевираании фактов в исторических сериалах или фильмах, во-вторых, в современной рыночной среде, в которой почти нет места честным творцам. На взгляд критика, правило работы современного экранного телеменеджера можно сформулировать так: честный человек в условиях телепопсы долго популярным не останется.

Наше исследование показало, что у отечественной телекритики начала XXI в. разный предмет изучения. Нарушение этики журналиста в качестве одной из основных тенденций современного телевидения осознавали, пожалуй, лишь И.Петровская и А.Мельман. Для А.Кондрашова, судя по его выступлениям в печати, данная тема являлась одной из актуальных, но далеко не основной. На наш взгляд, так произошло, видимо, потому, что обычно он писал большие статьи (объем полосы позволял сделать это), в которых анализировал телепередачи, фильмы и сериалы по разным критериям. До выявления случаев соблюдения / не соблюдения этики часто дело не доходило. Вероятно, что в творчестве Ю.Богомолова интересующая нас проблема заняла бы одно из важных мест, если бы редакция «Российской газеты» в начале 2014 г. не закрыла его рубрику «Теленеделя со мной».

Несколько остальных телекритиков, сотрудничающих с федеральными газетами, в 2013-2015 гг. оставили данную проблему без внимания. Они писали о своих впечатлениях от сериалов, о том, насколько тот или иной актер натурально сыграл в роль в них, кто из гостей студии в какой одежде пришел на эфир, кто что сказал в студии и т.д. Таким образом, можно казать, что телекритики разделились как минимум на две группы в зависимости от предмета исследования: авторов, которые обращали внимание на соблюдение в телепередачах норм этики журналиста, и на авторов, которые оставили этот вопрос без внимания. Всего 14,4% публикаций за три года, предметом которых стали факты нарушения работниками телекомпаний норм этики, – этого, на наш взгляд, недостаточно для осуществления всестороннего качественного

и объективного анализа телевизионного содержания. Трудно сказать, почему другие критики не освещали данную проблему. Возможно, не хотели усиливать и без того слабый уровень доверия аудитории к журналистам [15]. Возможно, решили, что проблема не была актуальной или почему-то еще. Стоит ли в таком случае говорить о качестве существующей в российских СМИ медиакритики, если некоторые обозреватели не видят (или не хотят видеть) регулярные со стороны «телевизионников» случаи неуважения к гостям студии и к зрителям?

Невысокий уровень выявления фактов нарушения профессиональной этики журналиста в телепередачах актуализирует необходимость регулярного всестороннего и качественного анализа не только содержания телеканалов, но и печатных изданий, online-медиа. В настоящее время критика очень избирательна, анализирует в основном передачи федерального прайм-тайма, оставляя без внимания многие не попавшие туда проекты. Необходима постоянная и объективная экспертиза качества журналистской работы разных уровней, особенно в регионах (к примеру, в Татарстане медиакритики нет). В ней должны быть заинтересованы как творческие сотрудники ТВ, так и их аудитория. В современной рыночной системе честная критика СМИ не выгодна даже медийной аудитории, поскольку заставляет людей думать самостоятельно, к чему далеко не все привыкли. Что уж говорить о тех, кто каждый день через «голубой экран» приходит в наши дома с новостями или шоу...

Мы полагаем, что для дальнейшего качественного становления медиакритики в стране необходимо развитие других институтов гражданского общества, в частности, здоровой конкуренции, практики самоуправления граждан и их правовой защиты. Критика СМИ должна способствовать развитию плюрализма мнений, содействовать гласности, свободе слова и общественному прогрессу в целом.

Однако в нынешней России все это пока теория. На медийных руководителей влияние имеют только рейтинговые показатели и мнения рекламодателей. Медийные критики скорее в их черном списке, ведь к ним почти не прислушиваются. Практикующие журналисты редко их уважают. Наше исследование в общих чертах показало: медиакритики отчасти в этом виноваты и сами, потому что пока не готовы писать и говорить правду. Она очень нужна с точки зрения повышения уровня медийного образования и новостной грамотности аудитории. Чтобы, по выражению И.Петровской, «стервятники от ТВ» [12], работающие в эфире «самого пошлейшего и беспардоннейшего из «искусств»» [11], впредь понимали, что именно от зрителей зависит их современное положение. Ведь если кому-то из творческих «деятелей» захочется нарушить этические нормы, то его зрители в следующий раз перестанут смотреть передачу, и он потеряет работу.

Литература

1. Перечень наименований зарегистрированных СМИ. Указан по данным на 31.01.2016 г. [Электронный ресурс]. Доступно на: URL: <http://rkn.gov.ru/mass-communications/reestr/media/> (режим доступа – свободный).

2. Топ-100 наиболее популярных программ. Исследование «ТВ Индекс» регулярно проводит компания «TNS Россия». Период исследования «неделя 18.01.16-24.01.16», исследуемая часть суток «05:00-29:00 – все сутки в целом», регион исследования «Россия (города с населением 100 тысяч человек и более)». Исследуемая аудитория – население в возрасте от 4 лет и старше. [Электронный ресурс]. Доступно на: URL: http://www.tns-global.ru/services/media/media-audience/tv/national-and-regional/audience/?arrFilter_pf%5BCITY%5D=5096&arrFilter_pf%5BPERIOD%5D=18%2F01%2F2016+-+24%2F01%2F2016&arrFilter_pf%5BTYPE%5D=66&set_filter=%D0%A1%D1%84%D0%BE%D1%80%D0%BC%D0%B8%D1%80%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D1%82%D1%8C&set_filter=Y (режим доступа – свободный).

3. СМИ в России: потребление и доверие // Пресс-выпуск ВЦИОМ. 2015. № 28-29. 7.05. [Электронный ресурс]. Доступно также на: URL: <http://wciom.ru/index.php?id=236&uid=115248> (режим доступа – свободный).

4. Рейтинг социальных сетей – лучшее, 2015 г. Дата публикации 20.12.2015. [Электронный ресурс]. Доступно на: URL: <http://sd-company.ru/article/rating/social-networking-2015> (режим доступа – свободный).

5. *Стечкин И.В.* Журналист «ВКОНТАКТЕ» с Интернетом. Ханты-Мансийск: ОАО «Издательский дом «Новости Югры», 2014. 144 с.

6. ИГИЛ заявило о готовности атаковать Рим и разрушить Биг Бен и Белый дом // БИЗНЕС Online. 2015. 14.11. [Электронный ресурс]. Доступно на: URL: http://www.business-gazeta.ru/article/145482/?utm_source=search (режим доступа – свободный).

7. *Федоров А.В.* Медиаобразование и медиаграмотность. Таганрог: Изд-во Кучма Е.А., 2003. 340 с.

8. *Короченский А.П.* «Пятая власть?» Феномен медиакритики в контексте информационного рынка. [Электронный ресурс]. Доступно на: URL: <http://old.kpfu.ru/f13/rbakanov/index.php?id=5&idm=0&num=23> (режим доступа – свободный).

9. См., например: *Баканов Р.П.* Профессионализм журналиста в дискурсе современных федеральных СМИ // Известия Уральского федерального университета. Сер. 1 Проблемы образования, науки и культуры. Екатеринбург: Изд-во УрФУ, 2015. №3 (141). С. 16-22.

10. См., например: *Баканов Р.П.* Российская медиакритика: учителя есть, школы нет // Журналистский ежегодник: в 2-х ч. Ч. 1. Томск: Изд-во Томск. гос. ун-та, 2013. № 2. С. 49 – 51.

11. *Петровская И.* И все разрешено // Новая газета. 2013. 15.02. С.24.

12. *Петровская И.* Выставка грязного белья // Новая газета. 2015. 16.05. С.24.

13. Кодекс профессиональной этики российского журналиста. Одобрен Конгрессом журналистов России 23 июня 1994 г., г. Москва. [Электронный ресурс]. Доступно на: URL: http://www.ruj.ru/_about/code_of_professional_ethics_of_the_russian_journalist.php (режим доступа – свободный).

14. *Кондрашов А.* Порнографы // Литературная газета. 2013. № 23. С.10.

15. Доверие российским СМИ. Объективны ли СМИ в освещении событий? И стоит ли им быть более критичными к властям? // Фонд общественное мнение. 2015. 30.04. [Электронный ресурс]. Доступно на: URL: <http://fom.ru/SMI-i-internet/12140> (режим доступа – свободный).

ПРОБЛЕМЫ СТАНОВЛЕНИЯ И РАЗВИТИЯ НАЦИОНАЛЬНЫХ МЕДИАСИСТЕМ

РАЗВИТИЕ МЕДИАСИСТЕМЫ КАЗАХСТАНА

С.Х. Барлыбаева,

доктор исторических наук, профессор

Казахский Национальный университет им. аль-Фараби (Казахстан)

E-mail: tv.headmaster@gmail.com

Аннотация. Глобализация информационного процесса активизирует развитие экономики, науки, культуры, образования, повышает интерес к местным средствам массовой информации. В XXI веке формируется новая коммуникационная среда, создаваемая с помощью новейших информационно-коммуникационных технологий. От того, как государство использует открывшиеся возможности глобальной коммуникационной системы, какую стратегию выработают, зависит будущее страны, дальнейшее развертывание политических, социально-экономических, культурных преобразований в обществе, катализатором которых является массовая коммуникация, развитие медиа системы страны.

Ключевые слова: Информационно-коммуникационные технологии, массовая коммуникация, средства массовой информации, кабельно-спутниковое, цифровое вещание.

Summary. The globalization of information process activates the development of economy, science, culture, education, raises an interest to local media. There are forming new communication sphere, creating with the aid of new information-communication technologies. The future of the country, political, social, economic development depends on strategy which will be chosen by our state. The media system of the country has an affect on these processes, on the country, political, social, economic development.

Keywords: Information-communication technologies, mass communication, mass media, cable-satellite, digital broadcasting.

Информационные процессы имеют глобальный характер, но они имеют национальную специфику того государства, в котором они происходят. В Казахстане с обретением суверенитета сформировалась новая система средств массовой коммуникации. Была проведена демонополизация телекоммуникационного, вещательного сектора. Появление новых медиа организаций, частных, акционерных СМИ, телерадиокомпаний дало возможность быстрее и легче войти в медиа рынок, который постоянно ощущает потребность в информационных ресурсах, в вещательном обмене.

Передовые информационно-коммуникационные технологии (ИКТ), обеспечивающие динамичное социально-экономическое и культурное развитие, стали определять лицо постиндустриальных государств. Новые ИКТ вносят свои коррективы в жизнь казахстанского общества: расширяется кабельно-спутниковое вещание, мобильный Интернет, сотовая связь, цифровое вещание, постепенно внедряются элементы интерактивного ТВ, увеличивая доверие к электронным средствам массовой коммуникации как важному источнику информации о событиях в стране и в мире.

Потенциал ИКТ уже входит в число государственных приоритетов. В стране растет производство информационных продуктов и услуг. В XXI веке бизнес информационных технологий стал одним из наиболее процветающих. Ежегодно отрасль информационных технологий в Казахстане растет на 13-18%. Изменения в жизни казахстанского общества, вызываемые распространением ИКТ, носят экономический, социально-политический и культурный характер.

Социокультурный характер воздействия коммуникационной инфраструктуры на общество проявляется в увеличении возможностей общения и сотрудничества, использовании различной информации и знания для решения своих вопросов, проблем. Разные виды телевидения, видеоинформация, компьютерные игры, компакт-диски, ноутбуки, банкоматы, мобильные телефоны, цифровые фотоаппараты, кинокамеры, пластиковые карточки, факсы, телексы, электронные устройства защиты и безопасности, дистанционные пульты, видеонаблюдение, различная мультимедийная продукция – это все наша сегодняшняя жизнь. «Включенность» в мир ИКТ стала реальным фактором социальной мобильности, социальной обеспеченности и защищенности.

В рейтинге по Индексу сетевой готовности Казахстан поднялся с 55-го на 43 место (12 позиций), и занимает место между Чешской Республикой (42) и Венгрией (44). «Индекс сетевой готовности» Республики Казахстан, определяющий уровень развития ИКТ в стране, вырос с 4,03 до 4,32. Лидерство в рейтинге сохранила Финляндия (индекс сетевой готовности — 5,98), на втором месте по-прежнему Сингапур, на третьем — Швеция. Значительный рост вышеуказанных показателей в мировом рейтинге явился результатом мероприятий по обеспечению населения Республики Казахстан телекоммуникационными услугами и инфраструктурой с использованием таких современных технологий как 3G, CDMA-450/800, 4G, FTTN, FTTB.

Современный уровень развития государств в значительной степени формируется на основе использования информационно-коммуникационных технологий, на основе активного производства и использовании информации. Не только природные ископаемые и материальное богатство, но и телекоммуникационная инфраструктура и информационные ресурсы составляют национальное богатство.

В настоящее время реализуется государственная программа «электронного правительства» в Казахстане. Запущен веб-портал «электронного правительства», который как единое окно объединяет все Интернет-ресурсы госу-

дарственных органов. В стране активно внедряются новые информационные технологии в медийное пространство. Огромная территория страны также способствует развитию спутникового ТВ – телевидения без границ. Большим подспорьем в этом направлении является казахстанский космодром «Байконур» – центр по запуску космических ракет. В июне 2006 году был запущен первый казахстанский спутник «Казсат-1». Уже «Казсат-2» был запущен в середине 2011 года, который обеспечивает республику спутниковой связью, а также цифровым телевидением и радиовещанием. Данный спутник предназначен для отечественного вещания и телекоммуникационной связи. А с запуском «Казсат-3» Казахстан не будет зависеть от иностранных операторов связи.

Первые сети кабельного телевидения на территории страны стали создаваться в конце 1980-х годов. В настоящее время на территории республики услуги кабельного телевидения предлагают 46 операторов сетей кабельного телевидения, в основном в областных центрах и в крупных городах страны. В стране идет бурное развитие системы кабельного телевидения, где абонентам этого вида вещания предоставлено свыше 100 каналов. В марте 2003 года в Казахстане была создана Ассоциация операторов кабельного ТВ. Крупнейшие игроки кабельного ТВ в Казахстане:

- АО «Алма-ТВ»,
- Холдинг «Alem Communications», куда входят сети: Digital TV (Алматы), G-Media (Павлодар), «Секател» (Актау, Астана, Алматы) и еще 5 компаний в городах –Тараз, Актау, Жанаозень, Уральск, Актюбинск.
- Icon TV,
- «Казахтелеком» и iDTV.

Как отмечают специалисты, рынок платного телевидения в Казахстане ежегодно растет на 15-20%.

В настоящее время в стране активно развивается рынок мобильной телефонии. Уровень проникновения сотовой связи в 2011 году составлял 104%, к началу 2012 года насчитывалось 24 млн. абонентов сотовой связи в республике, к началу 2015 года – свыше 32 млн. пользователей мобильной телефонии.

Важнейшим приоритетом для Казахстана является переход страны на цифровое вещание к 2016 году, что обусловлено общемировыми тенденциями – Международным Союзом Электросвязи в рамках соглашения «Женева-2006» переходным периодом (2007-2015гг.) для внедрения цифрового вещания. В Казахстане была разработана Государственная программа развития цифрового телерадиовещания в РК на 2008-2015 годы.

В настоящее время системы цифрового ТВ быстро развиваются в разных регионах мира. Во многих странах поставлен вопрос о прекращении в первом десятилетии XXI века аналогового вещания и полном переходе к цифровому ТВ. С 2012 года в Казахстане запущена сеть цифрового эфирного телевидения в Астане, Алматы, Караганде, Джезказгане и Жанаозене. В общей сложности сеть включает в себя 827 радиотелевизионных станций. Стандарт вещания DVB-T2 с применением СУД. В Астане, Алматы и областных центрах переда-

ются два мультиплекса, эквивалентные 30 каналам SDTV, в остальных населенных пунктах – один мультиплекс из 15 телеканалов. В 2013 году национальная спутниковая сеть «ОТАУ- TV» охватила цифровым вещанием 400 тысяч новых абонентов [1]. Завершено строительство сети цифрового эфирного телевидения в 2015 году. Национальный оператор телерадиовещания АО «Казтелерадио» обеспечивал параллельную эксплуатацию существующей аналоговой сети вещания.

Для повышения конкурентоспособности отечественной телевизионной продукции планируется создание глобальной мультисегментной вещательной сети, предусматривающей появление крупнейшего информационного агентства в Центральной Азии. Министерство связи и информации РК (ныне Министерство культуры и информации РК) открыло в декабре 2011 года в Астане новый Телерадиокомплекс.

Казахстан первым среди Центрально-Азиатских государств в СНГ начал вещание по прогрессивной технологии с использованием цифрового телевидения, мультимедийной спутниковой системы передачи телевизионного сигнала, созданием непосредственного телевидения. Широкомасштабные реформы в телекоммуникационной и вещательной отраслях республики проводятся несколько лет, начиная с 1992 года. Эти отрасли были реформированы по нескольким направлениям: создание законодательной и нормативно-правовой базы, структурная перестройка, акционирование и приватизация предприятий.

Сегодня ведущую роль в стране играют компьютеризованные информационные линии связи, которые внедряются в нашу жизнь в различных направлениях, внутри отдельных государств, регионов, транснационально, образуя разветвленную сеть коммуникаций, функции которых часто сравнивают с функцией нервной системы.

27 ноября 2012г. правительством страны был одобрен проект государственной программы «Информационный Казахстан-2020». По словам экс-министра транспорта и коммуникаций РК Аскара Жумагалиева: «Программа направлена на внедрение инфокоммуникационных технологий во всех сферах экономики. Это, в свою очередь, позволит решить задачи повышения эффективности системы государственного управления, способствует развитию отечественного информационного пространства. Проектом программы предусмотрено дальнейшее внедрение современных технологий связи, цифрового телевидения, перевод государственных услуг в электронный формат к 2014 году, активное применение новых технологий в медицине, образовании и других сферах» [2]. Данная программа способствует созданию открытой информационной среды для социально-экономического и культурного развития казахстанского общества.

В программе «Информационный Казахстан-2020» особый акцент делается на развитие медийного вещательного пространства, на производстве казахстанского контента, на повышение уровня удовлетворенности отечественным информационно-культурным продуктом. В сентябре 2012 года при канцелярии

премьер-министра РК создали службу Центральных коммуникаций. Новую службу ввели для большей информированности общественности и открытости органов власти. Данная служба направлена на повышение информационной кооперации между государственными органами, что послужит дальнейшему развитию коммуникаций между структурами власти и средствами массовой информации.

В начале XXI столетия в казахстанский телеэфир были запущены специализированные телеканалы: «Мадениет» (Культура), «Балапан» (Детский канал), «24.kz» (Новостной канал) – это республиканские телеканалы, которые демонстрирует телепродукцию только отечественного производства. Такая дифференциация телеканалов будет постепенно расти в Казахстане, развивая узкоспециализированные республиканские и региональные телеформаты.

Все заметнее проявляется тенденция к подготовке национальных вещательных программ, способных конкурировать с международными, запуск собственного спутника связи обеспечивает непосредственное телевидение на всей территории страны, создаются специализированные кабельные телевизионные службы, постепенно внедряется цифровое, интерактивное вещание, активно развивается Интернет.

Политически сильная тенденция в направлении дерегуляции, открытости страны для расширения сферы приема глобального вещания, коммерциализация телевизионных систем способствуют ускорению интеграционных процессов, что, в свою очередь, повышает конкурентоспособность новых участников информационного рынка.

По всему миру растет число пользователей Интернет, практически половина из них – жители азиатских стран. Происходит бурный рост пользователей сети Интернет и в Казахстане. Так, за период с 2000 по 2003 годы их количество увеличилось на 200% ежегодно. С 2000 по 2009 годы число интернет-пользователей в Казахстане возросло с 70 тысяч до 2,3 млн. человек (увеличение в 30 раз). По данным Министерства связи и информации РК на начало 2011 года в стране было 4 млн. 300 тысяч интернет-пользователей, к концу 2012 года их число достигло 9,4 млн. человек. На 1 января 2013 года в Казахстане 62,8% – интернет-пользователей [3]. В настоящее время около 13 млн. пользователей сети Интернет (население республики, по данным 2015 года, составляет 17,4 млн. человек).

В настоящее время бурно развиваются новые СМК и, в частности, социальные сети во всем мире, и Казахстан не исключение. Facebook – одна из наиболее распространенных социальных сетей в мире, является часто встречающимся запросом в поисковой системе Google. Как отметила исполнительный директор «Интеньюс-Казахстан» – М.Ельшибаева, «если российские интернет-пользователи отдают предпочтение таким социальным сетям, как «Одноклассники» и «В контакте», то казахстанцы больше любят «Facebook» и «Мой мир». Причем в Facebook казахский язык является одним из четырех наиболее часто употребляемым [4].

В настоящее время наблюдается качественное изменение деятельности медиа развития в стране в связи с бурным внедрением новых информационно-коммуникационных технологий, возросшей конкуренцией со стороны зарубежных СМИ, с появлением новых вещателей, операторов связи в стране и постепенным переходом на цифровые стандарты вещания.

Если в 1990 г. в стране существовало только два канала республиканского ТВ, 4 радиопрограммы, издавалось около 400 журналов и газет, в настоящее время зарегистрировано свыше 7000 СМИ, из этого числа на постоянной основе действуют 3018 СМИ. Доля печатных СМИ (газеты и журналы) составляет 91% от общего числа масс-медиа, 8,5% – электронные СМИ: 63 телеканала и 42 радиокomпании, 46 операторов кабельного ТВ и 6 спутникового вещания, и 0,5% – информационные агентства.

Доля негосударственных СМИ на информационном рынке страны составляет 85%. Наибольший процент среди печатных масс-медиа составляют:

- общественно-политические издания – 36%,
- информационные -32%,
- научно-аналитические -27%.

Из общего числа газет почти половина выходит на казахском и русском языках, есть газеты, выходящие только на казахском или только на русском языках, часть газет выходят на уйгурском, корейском, английском, немецком и других языках. В Казахстане аккредитованы зарубежные информационные агентства ИТАР-ТАСС, РИА «Новости», Рейтер, Франц-Пресс, Синьхуа и другие. На поддержку этнических средств массовой информации и освещение межнациональных отношений с 2005 года финансирование увеличено более чем в 4 раза. Газеты и журналы в Казахстане выпускаются на 15 языках, радиопередачи выходят на восьми, телепередачи на 11 языках, государством выделяются средства на поддержку деятельности 19 этнических СМИ, а всего их – 33 [5].

Общенациональный охват электронными СМИ осуществляют 11 телеканалов и 5 радиостанций. На республиканском уровне вещают телеканалы «Хабар» – 98,19%, «Казахстан» -98,06%, «Первый канал Евразия»-78,82%, Казахское радио-93,2%. Функционирует спутниковый канал «Caspionet» – ныне «Kazakh-TV», вещающий на территории Центральной Азии, Среднего Востока, Европы и Северной Африки. В 2011 году он начал вещание в США, а его программы стали доступны и странам Америки [6]. Сельские территории охвачены в большинстве вещанием государственных каналов «Хабар», «Казахстан».

Негосударственные республиканские теле-радиокomпании, осуществляющие вещание на значительной территории республики за счет собственных средств.: «КТК», «НТК», «31 канал», «СТВ», «Русское-радио -Азия», «Европа плюс Казахстан», «NS радио.

На внутреннем казахстанском информационном рынке распространяется около 2400 иностранных СМИ, включая 2309 газет и журналов, 83 телерадиoproграммы. В Казахстане аккредитованы более 80 представителей зарубежных СМИ. Около 90% от общего числа наименований иностранных СМИ распро-

страняется на территории республики на русском языке, 5% – на английском, 5% – на других языках народов мира.

Крупнейшими сетями распространения иностранных СМИ на территории республики являются АО «Казпочта», ТОО «Совместное предприятие «АиФ-Казахстан», АО «Евразия-пресс», АО «Алма-ТВ», ТОО «Секател», «Казцентр-ТВ», «Кателко+». Совокупный объем распространяемых этими структурами масс-медиа составляет 70% от общего объема.

Расширяющееся медийное пространство обновляет социальный климат в обществе. Так сравнительный анализ особенностей медиа потребления в Казахстане, проведенный Общественным фондом «Стратегия» в рамках проекта «Евразийский монитор», показал, что наиболее востребованным медиа является телевизор, он есть в каждом доме, 91% любят смотреть ТВ передачи в Казахстане, 22% читают газеты каждый или почти каждый день. Высокий уровень востребованности у мобильных телефонов – 86% опрошенных в стране, владение компьютерами (в том числе ноутбуками) – 52%, однако выход в Интернет – 35% опрошенных, которые имеют компьютер; показатель подключения к спутниковому ТВ – 29%, к кабельному ТВ подключена треть опрошенных. На вопрос: «К каким источникам информации вы обратились бы в первую очередь, чтобы узнать о событиях в политической, экономической, культурной жизни»? 64% казахстанцев ответили, что к отечественному ТВ. Казахстанцы чаще опрошенных в других странах СНГ (Содружество Независимых Государств) ищут информацию в отечественных газетах и журналах – 34%. Но наши соотечественники более активны в потреблении телевизионных каналов, чем в других постсоветских странах [7].

На повестку дня встают вопросы конкурентоспособности СМИ с зарубежными СМИ, качества традиционных и новых медиа, заполнения новых медиа отечественным контентом (содержанием), производством казахстанских IT-продуктов и услуг. В условиях мировых коммуникационных тенденций, таких как глобализация, дигитализация, мультикультурная направленность актуальным становятся вопросы сохранения национальной культурной самобытности, специфики духовной культуры, искусства, ценностных норм социальной жизни.

Коммуникационная индустрия переходит на новый количественный и качественный уровень. Электронные средства массовой информации Казахстана первыми реагируют на вызов времени, они изменяют свою политику, стремясь соответствовать новым возросшим требованиям.

Глобальный информационный процесс сильно повлиял на региональный и национальный уровни. Информационно-технологическая революция активизировала внедрение и развитие глобальных СМИ. В Казахстане быстро распространяется кабельно-спутниковое вещание, мобильная телефония, растет количество web-изданий, информационных мультимедиа ресурсов, развивается цифровое вещание, конвергентная журналистика. Социально-экономические изменения казахстанского общества определили направление развития новых информационных технологий, СМИ республики.

Создание рынка информационных услуг, появление сетей различных операторов, коммуникационных фирм в Казахстане, новых телерадиоканалов – вот те факторы, которые влияют на перспективы современного медиа развития в стране. Модернизация ряда стран и регионов может быть успешной при условии сохранения обществом своей идентичности в условиях коммуникационной и экономической глобализации при активном развитии новых информационных технологий и новейших средств массовой коммуникации.

Литература

1. ТРК «Хабар», 18 января 2013.
2. Казахстанская правда, 27 ноября 2012.
3. ТРК «Хабар», 19 марта 2013.
4. Джалилова А. Эксперты говорят о революции в сфере массовой коммуникации // Панорама, 2010, 1 октября- С. 3.
5. Онербаева К. Нация созидателей//Экспресс-Казахстан, 2011, 2 июля.- С. 5.
6. ТРК «Хабар», 2011, 20 сентября.
7. <http://www.eurasiamonitor.org/rus/>

ОСВЕЩЕНИЕ РАЗВИТИЯ НАЦИОНАЛЬНОЙ КУЛЬТУРЫ И ЯЗЫКА РЕСПУБЛИКИ ТАТАРСТАН В РЕГИОНАЛЬНЫХ СМИ (НА ПРИМЕРЕ ГАЗЕТ «РЕСПУБЛИКА ТАТАРСТАН» И «ВАТАНЫМ ТАТАРСТАН»)

Д.Н. Батршина,

магистрант

Казанский (Приволжский) федеральный университет (Россия)

E-mail: dilarik08@mail.ru

Аннотация. В данной работе представлены выявленные в ходе контент-анализа общие черты и различия в освещении проблемы национальной культуры и языка РТ в региональных СМИ. Показано, как репрезентируются проблемы развития национальной культуры и языка в информационном пространстве Республики Татарстан, какие темы наиболее актуальны, с чем это связано, определены особенности освещения исследуемой проблемы. Главными источниками медиаисследования стали материалы, опубликованные в газетах «Ватаным Татарстан» и «Республика Татарстан» в 2014 году.

Ключевые слова: русскоязычные СМИ, татароязычные СМИ, татарский язык, татарская культура, Республика Татарстан, «Ватаным Татарстан», развитие национальной культуры и языка, национальности, татары.

Summary. This article describes similarities and differences in the problem of coverage of national culture and language of the Republic of Tatarstan by the region-

al media. It is showed how problems of development of national culture and language are represented in the information space of the Republic of Tatarstan, what themes are topical and why. Moreover article determines features of coverage of the studied problem.

Keywords: The media in the Russian language, media in the Tatar language, Tatar language, Tatar culture, Tatarstan, «VatanymTatarstan», the development of national culture and language, nationality, tatars.

В Республике Татарстан (РТ) в мире и согласии проживают представители 173 национальностей. Татарстан является субъектом Российской Федерации и суверенной республикой с доминирующей в количественном плане татарской нацией. Декларация о суверенитете, Закон о языках и Конституция заложили основы языковой политики Татарстана, в основе которой лежит положение о двух равноправных государственных языках – татарском и русском. Следуя этому, в республике ведется деятельность по сохранению, развитию и популяризации татарской национальной культуры и языка. Для этого реализуются проекты по строительству культурных и образовательных учреждений, проводятся мероприятия разного масштаба, вещают радио- и телеканалы на татарском языке.

Однако в области развития национальной культуры и языка РТ существует немало проблем. Решение главных задач в этой области немыслимо без отражения проблем развития национальной культуры и языка в периодической печати Татарстана.

Главными источниками медиаисследования стали материалы, опубликованные в газетах «Ватаным Татарстан» и «Республика Татарстан» в 2014 году.

2014 год был объявлен в Татарстане годом культуры, в связи с чем произошли важные культурные события, по этой причине в 2014 году в региональных СМИ РТ проблемам и темам развития национальной культуры и языка должны были уделить особое внимание.

«Республика Татарстан» и «Ватаным Татарстан» — государственные общественно-политические газеты, издающиеся в Татарстане. Аудитория – население всей республики. Различия газет «Республика Татарстан» и «Ватаным Татарстан»:

- «Республика Татарстан» издается на русском языке, а «Ватаным Татарстан» – на татарском;
- «Республика Татарстан» выходит 5 раз в неделю, а «Ватаным Татарстан» – 4 раза;
- Тираж газеты «Республика Татарстан» – около 30 000 экземпляров, тираж газеты «Ватаным Татарстан» – 6 000 экземпляров.

В газете «Республика Татарстан» количество всех газетных публикаций за период 2014 год составило около 5184 материалов. В газете «Ватаным Татарстан» количество всех газетных публикаций за период 2014 год составило около 5040 материалов.

Развитие национальной культуры

Газета «Республика Татарстан». В газете «Республика Татарстан» количество материалов, посвященных теме культуры, составили 325 (6,3%), посвященные теме национальной культуры 90 (1,7%), посвященные развитию национальной культуры 67 (1,3%).

В освещении темы культуры в газете по жанровой классификации доминируют материалы, написанные в информационных жанрах: информации – 181, расширенные информации – 109, интервью – 11, отчеты – 10, репортажи – 5. Далее следуют материалы в аналитических жанрах (корреспонденции – 3) и художественно-публицистические жанры (зарисовки – 6). В среднем среди материалов информационного жанра преобладают материалы, число слов в которых варьирует от 200 до 600. Самые объемные материалы имеют около 1560.

Стиль языка газеты публицистический. Почти все материалы имеют нейтральный характер. Большое количество материалов информируют о прошедших или состоящих спектаклях, концертах, фестивалях, конкурсах, выставках в музеях и др. В газете публикуется информация о всевозможных культурных мероприятиях, которые проходят в РТ.

Если материал написан в жанре информации, в нем сообщается о присутствующих в мероприятии персонах, однако какие-либо их высказывания не представлены. В материалах газеты чаще даются реплики выступающих в том или ином мероприятии. Как правило, это общие слова или мнения, которые не содержат развернутой мысли о развитии национальной культуры. Сами журналисты наводящих вопросов задают очень редко.

В газете большое внимание уделяется культуре в целом. Охарактеризовать эту тенденцию можно словами госссоветника Минтимера Шаймиева: «Республика пропитана духом созидания, сотрудничества и всестороннего диалога культур и цивилизаций, стремлением к достижению межнационального и межконфессионального согласия». Следовательно, в газете освещается вся культурная жизнь РТ: и русская, и татарская и др.

Много материалов посвящены теме сохранения культурно-исторических объектов, проектам по возрождению историко-культурного наследия, развитию культуры на селе. Цикл материалов описывают прогулки президента РТ Рустама Миннеханова со своим помощником Олесею Балтусовой по Казани. Также много материалов, информирующих о туристических маршрутах в регионах и городах РТ, о туристических брендах древнего Болгара и острова-града Свияжск и др.

Что касается именно темы развития национальной культуры, в этом плане большое внимание газета уделила трем более запомнившимся событиям в 2014 году: включению Болгарского музея-заповедника в Список Всемирного наследия ЮНЕСКО, избранию Казани культурной столицы тюркского мира и фестивалю «Тюрквидение». Некоторое количество материалов в газете посвящено Казанскому международному фестивалю мусульманского кино.

Следующая тема – влияние театра на развитие национальной культуры. Цикл материалов, где освещается деятельность Татарского академического театра им. Г.Камала, Театра драмы и комедии им. К.Тинчурина, театра кукол «Әкият», театральных коллективов сельских районов РТ и другие, также можно отнести к тем, которые поднимают проблему развития национальной культуры. Ведь каждый спектакль, поставленный по произведению татарских драматургов и писателей, можно рассматривать как пропаганду татарской национальной культуры.

В материалах, где освещается проведение фестиваля «Татар жыры», встречаются некоторые мнения о развитии национальной культуры. Председатель правления инновационного делового центра «Барс-Медиа» Камиль Гараев считает, что этот фестиваль подводящий итоги года в татарской эстраде в будущем станет значимым для татарского народа и прославит его еще больше.

Газета «Ватаным Татарстан». В газете «Ватаным Татарстан» количество материалов, посвященных теме культуры, составили 398 (7,9%), посвященные теме национальной культуры 391 (7,8%), посвященные развитию национальной культуры 372 (7,4%).

В освещении темы культуры в газете по жанровой классификации доминируют материалы, написанные в информационных жанрах: информации – 107, расширенные информации – 186, интервью – 46, репортажи – 3. Далее следуют материалы в аналитических жанрах (корреспонденции – 29) и художественно-публицистические жанры (зарисовки – 19, очерки – 8.).

В газете доминируют такие жанры, как информация и расширенная информация. Но нужно отметить, что, в отличие от газеты «Республика Татарстан», в «Ватаным Татарстан» жанр интервью встречается намного чаще. В среднем в таких жанрах преобладают материалы, число слов которых достигает 800. Самые большие материалы имеют около 2000 слов и больше (был материал, который имел 3172 слов).

Нужно отметить, что журналисты татароязычной газеты охотно выражают собственное мнение. С одной стороны, это можно оценить положительно:

- читатель может задумываться над тем, соглашаться с мнением автора или нет;
- материал получается более динамичным, так как не основан на простом повествовании;
- в таких материалах можно найти стереотипные мнения, свойственные всем татароязычным журналистам и другие.

Но есть и негативные стороны:

- журналисты иногда перебарщивают с высказыванием своего мнения: их оценочные суждения в некоторых материалах можно прочесть почти в каждом абзаце. Следовательно, такое надоедает читателю;
- навязывание своего мнения может оттолкнуть читателя;
- материал может иметь субъективный характер;

- мнения журналистов часто негативного характера, содержат критику. Однако не все читатели могут с ним согласиться.

Например, журналисты пишут: «Не следовало ведущему брать образ Остапа Бендера. У нас, у татар, есть свои сатирические герои», «На гала-концерте не прозвучали песни Гузель Уразовой, Зайнап Фархутдиновой, Салавата. Интересно узнать, кто выбирал номера для этой премии. Мне кажется, достойных не было», «Наши зрители привыкли слушать песни, состоящие из трех нот. У них нет ни вкуса, ни понимания настоящего творчества» и др.

Стиль языка газеты публицистический. Судя по материалам в данной газете можно сказать, что татароязычные журналисты превосходят пишущих на русском языке коллег в том, что первые зачастую задают своему собеседнику наводящие вопросы. Такие вопросы могут заставить собеседника задуматься, заставить врасплох, что очень важно при раскрытии темы. В итоге и получаются аналитические материалы, которые, по сравнению с газетой «Республика Татарстан», в газете «Ватаным Татарстан» печатаются намного чаще.

Газета публикует материалы, где сообщается о культурных мероприятиях, проходящих в РТ. В отличие от газеты «Республика Татарстан» в «Ватаным Татарстан» не часто пишут о выставках, проходящих в музеях, гастролях тех или иных ансамблей, театров. Также на страницах «Ватаным Татарстан» очень сложно найти материалы, которые сообщают о культурных мероприятиях других народов. О культуре русского народа, например, не нашлось ни одного материала.

В газете большое предпочтение отдается масштабным фестивалям, конкурсам. Также часто пишут о персонах, так или иначе относящихся к татарской культуре. Этим и объясняется наличие в татароязычной газете очерков.

Что касается темы развития национальной культуры, было замечено, что в «Ватаным Татарстан» в каждом материале хотя бы одним предложением имеется какая-либо информация о развитии национальной татарской культуры. Во всех интервью журналисты находят возможность задать такой вопрос, который может раскрыть мнение собеседника, касающегося развития национальной культуры. В материалах газеты реплики, мнения выступающих или дающих какой-либо комментарий намного больше. Обычно один материал содержит по несколько прямых речей.

Журналисты газеты часто раскрывают тему развития национальной культуры через сравнение современной эстрады с эстрадой прошлых лет. Например, в ряде материалов, написанных в жанре интервью, журналисты спрашивают мнение своих собеседников. Ознакомимся с некоторыми из них.

В своем интервью певица Джамия (живет в Финляндии) характеризует татарскую эстраду с разных сторон. Она критикует ее однотипность: по ее мнению, это похожее друг на друга мелодии, аранжировки, исполнители; она считает, что мало индивидуальных образов со своеобразным голосом; что начинающие певцы копируют известных певцов, поэтому их творчество мало кого может заинтересовать.

Заслуженный артист РТ Ильсур Сафин – за профессионализм татарской эстрады. Он высказывается прямо, ставит необходимые на его взгляд конкретные требования, указывает на пути их осуществления: по его мнению, сегодняшняя эстрада приравнивается к русской, европейской, тем самым отрекаясь от собственных исторических корней, что приведет к исчезновению колорита национальной музыки; он говорит, что нужно восстановить худсоветы, которые следили бы за концертными программами, качеством песен; что необходима поддержка государства молодым талантливым певцам.

Конечно, о таких важных мероприятиях, как «Татар моңы», «Сандугач», фестиваль мусульманского кино, национальных праздниках, татарских театральных декадах, о детских конкурсах «Созвездие-Йолдызлык», «Жырлы-моңлы балачак», о ведущих, талантливых музыкантах, певцах и других представителях культуры на страницах «Ватаным Татарстан» пишут только с положительной стороны. А об эстрадных конкурсах, представителях современной эстрады, о многих писателях журналисты отзываются не совсем лестно. Описывая их творчество, они используют такие выражения как «Өч сүзле жыр» (песня, состоящая из трех нот), «мәгънәсез жыр» (бестолковые песни), «халык жырлы белмәгән жырчыларны тыңлый» (народ слушает тех, кто не умеет петь), «халык чын сәнгатьне аңламый» (народ не в состоянии понимать настоящее искусство) и другие. Часто осуждают их поведение на сцене, уровень исполнения, их одежду.

Развитие татарского языка

Газета «Республика Татарстан». В газете «Республика Татарстан» количество материалов, посвященных теме развития национального языка, составило 9 (0,17% от общего количества).

По жанровой классификации в газете были напечатаны материалы, написанные в информационном жанре: из них информации – 1, расширенных информации – 5, интервью – 2. Было опубликовано одно аналитическое интервью. В среднем число слов в материалах составило от 200 до 800.

Безусловно, открытие программы «Казань – культурная столица тюркского мира – 2014» не осталось без внимания газеты «Республика Татарстан» и было упомянуто в трех материалах, так как целью программы является сохранение, развитие и передача будущему поколению общей тюркской культуры, языка, искусства и традиций.

Развитие татарского языка в газете раскрывается значительными фактами. В одной статье были приведены статистические данные о том, что воспитание и обучение на татарском языке ведутся в 823 учреждениях, где воспитываются более 40 тысяч детей. Также отмечалось, что русскоязычные родители относятся положительно тому, что их дети в детском саду изучают татарский язык. В другой отмечается, что к обучению татарскому языку проявляют интерес в Германии, Китае, Японии, Швеции, ОАЭ, Франции.

В газете материалов, посвященных теме развития национального языка, крайне мало. Однако приведенные в них примеры и факты привлекают внимание. Журналисты также придерживаются нейтральной позиции, не навязывают свои мысли и суждения читателю.

Вместе с положительными прогнозами, в газете есть информация и о проблемах развития национального языка. Эти данные представлены в двух материалах, написанных в жанре интервью. Собеседники – татарский писатель, поэт, депутат Государственного Совета РТ Разиль Валеев и председатель Союза писателей РТ, детский поэт, драматург Рафис Курбан.

Рафис Курбан считает, что «в школах литературе и даже изучению родного языка (татарского) уделяется недостаточно внимания. Все это привело к падению интереса к художественной литературе и чтению вообще».

Разиль Валеев отмечает, что сегодня дети даже в отдаленных деревнях все чаще общаются на русском языке. «Ничего удивительного в этом нет: они смотрят телевизор – а все самые интересные передачи транслируются на русском языке; выходят в Интернет – он тоже русскоязычный». Он признает, что в этой области татары пока не конкурентоспособны. Приводя в пример ЕГЭ, депутат делится с мыслью о том, что «дело идет к закрытию национальных школ».

Газета «Ватаным Татарстан». В газете «Ватаным Татарстан» количество материалов, посвященных теме развития национального языка, составило 38 (0,75%).

По жанровой классификации в газете были напечатаны материалы, написанные в информационном жанре (расширенных информации – 23, интервью – 4, опрос – 1; в аналитическом жанре: корреспонденций – 9, расследований – 1). В среднем число слов в материалах колеблется от 300 до 1000. Самый большой материал имеет до 3000 слов.

В газете чаще публикуются материалы, в которых журналисты или авторы материалов выражают неудовлетворенность состоянием татарского языка в республике.

Профессор, член-корреспондент Академических наук РТ Рузаль Юсупов в своей статье «Туган тел – куштырнак эчендә...» (Родной язык – в кавычках) пишет о том, что в последние годы в России игнорируется международное право на языки разных национальностей, и в связи с этим приняты несколько несоответствующих требованиям Конституции РФ законы. Такие действия, однозначно, могут привести к постепенному исчезновению национального языка и культуры.

В статье «Ятим татар теле» (Сиротливый родной язык) журналист Люция Фаршатова приводит множество фактов о том, что татарский язык не востребован в нашей республике: в Татарстане мало специалистов в министерствах и других ведомствах, не говоря о руководителях, которые свободно владеют татарским языком; большинство указаний, объяснительные, ответы на критические статьи от министерств и организаций написаны на русском языке; уменьшились выступления на татарском языке на заседаниях, коллегиях; исчезают татароязычные аннотации товаров, вывески организаций.

В татароязычных рекламных щитах и названиях улиц множество ошибок; уменьшилось количество подаваемых реклам на татарские издания. Всею виной Люция Фаршатова считает нейтральное отношение руководства республики и ответственных ко всему происходящему.

Также пишут о том, что часто закон о двух государственных языках не соблюдается, напротив, все остается только на бумаге и на словах. Риман Гилемханов пишет, что Россия делает все, чтобы сохранять, развивать и популяризировать русский язык, а татары сидят сложа руки. Другой журналист Расима Муллаянова придерживается мнения, что ребенка татарскому языку нужно обучать именно в семье. Профессор Рузаль Юсупов критикует российскую власть, вышестоящие органы в том, что они принимают некомпромиссные законы. Однако, обвиняет и сам татарский народ в том, что он искажает, портит язык, неправильно его употребляет.

Заключение

В соответствии с целью исследования были определены особенности освещения проблемы национальной культуры и языка в региональных СМИ. Они отражаются в следующих выводах:

- Количество всех газетных публикаций за 2014 год составило 10224 материала. При этом материалов, полностью посвященных теме развития национальной культуры и языка, было зафиксировано 486 (4,8%).

- Из всех материалов количество информационных за указанный период составило 693, аналитических – 43, художественно-публицистических – 33.

- Исходя из того, что в 2014 году в газете «Республика Татарстан» проблема развития национальной культуры и языка была освещена в 76 материалах, а в газете «Ватаным Татарстан» в 410 материалах, можно сделать вывод о том, что татароязычная газета этой теме уделила больше внимания. Также газета «Ватаным Татарстан» опубликовала больше аналитических материалов, чем газета «Республика Татарстан».

- В газете «Республика Татарстан» журналисты придерживаются нейтральности: они не делятся своим мнением, не навязывают свою оценку ситуации. Напротив, журналисты «Ватаным Татарстан» часто высказывают свое мнение, но иногда и навязывают его читателю.

- В газете «Республика Татарстан» публикуются статьи, которые освещают проблемы культуры и языка и русского, и татарского населения республики. Газета «Ватаным Татарстан» больше внимания уделяет только татарской национальной проблеме.

- Обе газеты раскрывают тему развития национальной культуры и языка с разных сторон и приводят значительные факты.

В результате исследования нами были разработаны следующие рекомендации для решения проблем в сфере развития национальной культуры и языка:

- СМИ необходимо больше освещать проблемы развития национальной культуры и языка в Республике Татарстан;

- нужно стремиться к росту количества аналитических материалов;
- газете «Республика Татарстан» следует публиковать больше аналитических, оценочных материалов, приводить больше реплик участников того или иного мероприятия, события;
- журналистам газеты «Ватаным Татарстан» следует придерживаться свои эмоции и не высказывать их столь открыто. Также им следует освещать мероприятия и русскоязычного населения.

Литература

1. Валиев Р. Роль СМИ в нациестроительстве. <http://kitap.net.ru/valeev/tatary.16.php> (дата обращения: 10.11.15);
2. Валиева З. Теле барның иле бар // Мәгариф. 2003. №3. С. 5-9.;
3. Национальные традиции и искусство татарского народа. Республика Татарстан. Архив официального сервера 1997-2011 гг.

Источники

- Акифьева В. Урок татарского // Республика Татарстан, 2014, 21 янв.
- Бикмөхәммәтова Р. Аксак татар теле // Ватаным Татарстан, 2014, 11 окт.
- Бикмөхәммәтова Р. Жәмилә: «Ялынып йөрисем килми» // Ватаным Татарстан, 2014, 25 апр.
- Высокая миссия театра // Республика Татарстан, 2014, 9 дек.
- Гилемханов Р. Бу татарга ни житми? // Ватаным Татарстан, 2014, 18 ноябрь.
- Гимадова Г. Илсур Сафин: «Жинеләю»нең әжерен күрәбез // Ватаным Татарстан, 2014, 7 март.
- Дать культуре крылья // Республика Татарстан, 2014, 7 июль.
- Дашина А. Рафис Курбанов: «Средний возраст писателей приближается к семидесяти...» // Республика Татарстан, 2014, 24 апр.
- Измайлова И. Знаковое событие для татарского народа // Республика Татарстан, 2014, 28 ноябрь.
- Муллаянова Р. Мәхзәэ бәйтүн? // Ватаным Татарстан, 2014, 12 ноябрь.
- Мушкина И. Интернет-школа для татарского // Республика Татарстан, 2014, 14 февр.
- Олина С. Владимир Мединский открыл Год культуры // Республика Татарстан, 2014, 27 март;
- Свияжск на пороге международного признания // Республика Татарстан, 2014, 15 ноябрь.
- Фаршатова Л. Ятим татар теле // Ватаным Татарстан, 2014, 15 гыйнв.
- Чеснокова Е. Сфера государственной безопасности // Республика Татарстан, 2014, 31 дек.
- Юсупов Р. Туган тел – куштырнак эчендә // Ватаным Татарстан, 2014. 19 февр.
- Юсупов Р. Эшне жинел генә эшләп кую – яхшы эшләү дигән сүз түгел // Ватаным Татарстан, 2014, 25 ноябрь.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМЫ В ФЕЛЬЕТОНАХ ФЛОРИДА АГЗАМОВА

Р.М. Галиева,

кандидат филологических наук, доцент

Казанский (Приволжский) федеральный университет (Россия)

E-mail: grasima@yandex.ru

Аннотация. Статья посвящена анализу изучения постановки проблемы в фельетонах Флорида Агзамова. Задачами исследования являются определение мастерства сатирического языка и образных выразительных средств и изучение особенностей творческой лаборатории журналиста-сатирика. Для работы в жанре фельетона требуется и немало жизненного опыта, который помогает доводить до читателя сатирическое мышление автора.

Ключевые слова: специфический стиль, сатирический образ, фельетон, сатирик-журналист.

Summary: The article is dedicated to the study of presentation of problem in the feuilletons by Florid Agzamov. The goal of this article is to consider specifics in the feuilletons of journalist-satirist. Our tasks are to expose the placement of problem in the satirical articles, as one of literary-publicist genres, to determine the mastery of satiric language and vivid expressive tools and to study the specifics of creative laboratory of journalist-satirist. In order to work in such a genre as feuilleton, satirist needs a lot of life experience and that fact alone will help the reader to understand the satiric thinking of the author.

Keywords: specific style, satirical figurative, feuilleton, journalist-satirist.

В начале 90-х XX века в газете «Мэгрифэт» (Просвещение) Флорид Агзамов под псевдонимом Ф.Бикметле начинает печатать один за другим свои фельетоны. У ученого, наверное, был ряд причин творить в жанре сатиры. Во-первых, в это же время в университете он начинает преподавать дисциплину, обучающую азам литературно-публицистических, а именно сатирических жанров, во-вторых, у журналиста-сатирика есть накопленный опыт, с которым необходимо поделиться со своими читателями. В эти годы сама ситуация в стране дает возможность для творения в этом жанре. Эта специфика связана с напряженностью, непростой социально-политической жизнью в стране. Ведь в фельетоне разоблачаются негативные явления, реалии жизни.

Нет однозначного определения фельетона, разные ученые по-своему определяют его. «Во-первых, в сатирических материалах рассматриваются конкретные поступки людей в сатирическом ракурсе. Во-вторых, события и поступки людей отражаются через сатиру, в-третьих, к реальным актуальным вопросам дается публицистическая оценка». Фельетоном или маленьким фельетоном называют сатирические статьи, где остро критикуются отрицательные или вредные стороны деятельности отдельных людей. Со

временем жанр фельетон не только изменился, но и перестал существовать. На это А.А.Тертычный дает следующее толкование: «...фельетон – это средство осмеяния какого-то зла. Именно в этом качестве оно использовалось соответствующими учредителями СМИ на протяжении многих десятков лет. Когда у СМИ появились новые учредители в лице «денежных мешков», всевозможных «администраций», «олигархов», «финансово-промышленных групп» и т.п., то было бы странно ожидать от них осмеяния тех дел, которые творились в основном по их воле (или неразумению) и большей части населения России представлялись как зло. Кроме того, на фоне всевозможных «расследований», «сливов», бесконечного потока компромата, с помощью которых разные политические силы в течение десятилетия дрались за власть, фельетон просто не мог выглядеть «ударным» жанром. Наступление определенной стабилизации в стране, наметившаяся тенденция возрождения моральных ориентиров в жизни общества, несомненно, будут способствовать укреплению позиций фельетона. Не в малой степени утрата современным фельетоном некогда ведущих позиций на страницах прессы объясняется и недостаточно высоким уровнем квалификации современных фельетонистов. Даже у тех из них, кто достойно представляет нынешний фельетон, нередко можно обнаружить досадные промахи» [1, с. 268-269].

Работа фельетониста начинается с детального изучения фактов и их неоднократной проверки. Правда, этот процесс нельзя рассматривать только как проверку готового набранного материала и их достоверности. Изучение различных документов, общение с людьми, обсуждения мнений и фактов дает возможность фельетонисту полностью построить композицию на бумаге и понять суть поступков героев фельетона и узнать их психологию. В то же время фельетон нельзя переполнять различными ненужными фактами. Лишние факты только мешают успешному фельетону, они могут стать причиной снижения внимательности автора при литературной обработке. Язык фельетона должен быть доступным, ясным, образным и точным. Каждый фельетон применяется как инструмент смеха, но в каждом случае он бывает разного характера. Во-первых, смех нужен для того, чтобы выразить мысль данного произведения по-особенному; а во-вторых, чтобы показать отношение автора ко злу, выступающему объектом смеха.

Часть фельетонов Флорида Агзамова, вышедшие в 1995-1998 гг., можно найти в подшивках газеты «Мәғрифәт». Некоторые сатирические произведения вошли в книгу «Осталар остазы» (Наставник умельцов). «И дусларым, дусларым» («О, мои друзья, друзья...»), «Түгәрәкләнү» (Округление), «Талашу» (Ссора), «Кызым, сина әйтәм» (Дочка, только тебе говорю), «Депутат буласың килсә» (Если хочешь стать депутатом), «Адашу» (Заблуждение), «Ташбакачылык» (Жить как черепаха), «Конкретика», «Аллергия», «Кайгынамә караламасы» («Черновик некролога») – это лишь часть фельетонов, вошедших в книгу. Наверное, необходимо уделить особое внимание к его фельетонам и собрать полностью все его труды. На занятиях по

курсу сатиры сатирические произведения Ф.Агзамова могут быть использованы в виде практического материала для студентов.

Что касается тем, которые подняты в фельетонах, они в большинстве случаев до сегодняшнего дня остаются актуальными. В фельетонах сатирика рассматривались разные проблемы, касающиеся выборов в государственные органы, оплаты труда учителям, вопросы взаимоотношений людей в обществе, решению проблем социальной жизни. В фельетонах «Этлегебез югала» (Пропадает подвох) , «Ташбакачылык» (Жить как черепаха), «Белмәгәннән башы авыртмый» (У того, кто не знает, голова не болит), «Икетеллек или двуязычие» (Двуязычие или двуязычие), «Мөгез чыгару» (Наставить рога) проблемы остаются актуальными и сегодня.

Как раскрываются проблемы в фельетонах Ф.Агзамова? Мастер сатирического пера умело руководит образами и изобразительными и выразительными средствами языка. Остановимся на его нескольких фельетонах. В фельетоне «Кызым, сина эйтәм» (Дочка, только тебе говорю) затрагиваются школьные проблемы. Автор поднимает вопросы о чиновниках, которые не хотят слушать простых людей, не хотят выделять деньги школам, задерживают зарплату. В фельетоне успешно применяются изобразительные средства языка. Они привлекают внимание к тем или иным явлениям, создают эффект смеха. Здесь широко использованы риторические предложения, литота, гипербола, метонимия, фразеологизмы, пословицы и поговорки, заимствованные слова, просторечие. «В них литература и публицистика, образные и логические средства мышления объединяются вместе. В его фельетонах можно встретить множество юмористических заимствований. Из них можно отметить: анаграмму, каламбур, создание нового имени, созвучного с именем героя, гиперболу, гротеск, литоту, фантастику, религиозные образы и сюжеты, пародию, карикатуру, эпитет, сравнение, словарь, диалог, сатирические монологи» [2, б. 256]. Имена своих героев он подчеркивает иным образом, называя по должностным обязанностям. Например, образы – Чин Чиныч, Турэ Түрэвич. Он высмеивает их как руководителей, которые, не занимаясь своими прямыми обязанностями, лишь защищают собственные интересы, горько смеется над ними. Используя языковые выразительные средства, автор обогащает текст, делает доступным и понятным всем. Обратим внимание в концовку фельетона: «В тот день я, поняв как поговорка «дочка, тебе говорю, невестка, ты слушай» вошла в речь среди чиновников (кто дочь, черт ее знает, а вот сноха – это такие же люди, как мы), уехал к себе в школу. Но от этой правды голова опустилось все ниже и тело сторбилося». Если в фельетоне, написанном в 1997 году, правдиво изображены такие явления, как нехватка средств в системе образования, оцененный крайне низко труд учителей, то сегодня можно было бы поднимать другие вопросы, связанные с современными проблемами в образовании. Вот поле для творчества сегодняшних сатириков!

Остановимся на фельетоне «Мөгез чыгару». Словосочетание «мөгез чыгару» часто употребляется в тексте. Автор использует его в смысле способа

обмана пенсионеров, тем самым указывая, что обманутый, значит, «с рогами». Речь идет о незначительном повышении размера пенсии. Ведь цены растут заметно, а пенсии – лишь чуть-чуть. Надо отметить, что эта проблема не теряет актуальности и сегодня. «Особый сорт пенсионеров – это не мы, а государственные служащие. У них пенсия в 4-5 раза больше, чем у других рогатых». При этом «У кого нет рогов, так у них закон в своих руках. Все тебе теперь понятно, рогатый?» – вот концовка фельетона. В этом фельетоне автор горько смеется над правилами современного общества и над теми, кто находится на верхушке власти. Смех не только призывает измениться, но и улучшить условия жизни. Автор, приводя конкретные факты, подсчитывает, какой «урон» несут пенсионеры, иронично доказывая, что из-за них государство может оказаться банкротом. Ф.Бикметле очень сильно переживает за такое отношение государства к престарелым людям, испытывает чувство стыда, беспокоится. Проблема раскрывается через образы, публицистические размышления. Автор умело ставит проблему в фельетоне и пытается его разрешить.

Хотим обратить внимание еще на один фельетон автора, который называется «Икетеллелек или двуязычие». Вопрос о двуязычии остается актуальным всегда. Сатирический пафос фельетона можно увидеть с первого предложения, ведь автор написал фельетон на татарском языке, но обильно и неуместно используя слова русского языка. В этом и сила иронии. Фельетон богат не только языковыми средствами, но также и образами. «Большой язык – это наш родной язык, а младший – другой язык. Многие пользуется двумя языками. В подъезде, на улице мы услышим, как дяди и их дети разговаривают на другом – малом языке. То же самое повторяется и по телевизору». Автор волнуется за судьбу родного татарского языка, он пишет «прошло уже более 20 лет, в нашей стране ситуация осталась такой же. Малый язык по-прежнему выходит на первое место».

Изобразительно-выразительные средства необходимы для придания языку поэтического звучания. Умелое использование языковых средств таким образом, чтобы они оказывали эмоциональное воздействие на читателя, требует от автора огромного мастерства. В работах И.Низамова смех изучается в связи с намерением говорящего. «Исходя от намерения употребляются такие термины, как «анекдот», «юмор», «ирония», «сатира», «пародия», «комизм», «смех», «сарказм», – пишет он, изучая специальные языковые средства, как фразеологизмы, притчи, паронимы, омонимы, антонимы, архаизмы, сходство звуков, слов и явлений [3, б.118]. С этой точки зрения он изучает и дает оценку фельетонам Ф.Бикметле. «Ф.Бикметле уместно применяет в фельетонах иронию, сарказм, новые способы смеха, пословицы, поговорки, крылатые слова, фразеологические единицы. Видно, что во всем этом есть «мудрость» жизни автора», – пишет ученый Ильдар Низамов [4, с. 44-46].

Действительно, фельетоны Ф.Агзамова мы изучаем в плане богатого языкового материала. Более того, на практических занятиях в университете

студенты сами учатся писать фельетон. Стоит отметить, что среди них есть немало успешно пишущих, хотя на первый взгляд кажется, что это сложный жанр.

По мнению Х.Курбатова, приемы языка и мышления, создающие стиль сатиры и юмора, в большинстве случаев одинаковы. Однако он указывает на принципиальное различие между юмором и сатирой с точки зрения цели их использования и влияния. «Сатира – оскорбление кого-либо и убийственный злой смех над отрицательными моментами жизни; юмор – дружеское подшучивание, смех над недостатками, слабостями человека, приносящий, в первую очередь, неудобства не обществу, а самому человеку, очень часто ставящий его в неловкое положение» [5, с. 28]. Это злой смех автора отражается и в образе, и в языке фельетона. Образы, а их достаточно в фельетонах Флорида Агзамов, в сатирическом плане очень сильные. Автор находит новые имена своим героям: «Чин Чиныч», «Түрә Түрэвич» чего только стоят! По этому поводу профессор Ильдар Низамов пишет: «В этих произведениях есть что изучить не только студентам и молодым журналистам, но и опытным мастерам пера»

Литература

1. Курбатов Х.Р. Хәзерге татар әдәби теленен стилистик системасы / Х.Р.Курбатов. Казан: Таткнигоиздат, 1978. Б. 28-29.
2. Низамов И.М. Бикмәтленен сүзе хикмәтле // Флорид Әгзамов: осталар оҗасты / төзүче В.З. Гарифуллин. Казан: Казан ун-ты, 2011. Б. 44-46.
3. Тертычный А.А. Жанры периодической печати: учеб. пос. 2-е изд., испр., и доп. М.: Аспект Пресс, 2002. С. 268-269.

ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ ГОРОДСКОЙ ГАЗЕТЫ С АУДИТОРИЕЙ: ГУМАНИСТИЧЕСКИЕ ТРАДИЦИИ ИЛИ СРЕДСТВО ВЫЖИВАНИЯ?

Т.В. Гончарова,
студент

Хакасский государственный университет им. Н.Ф.Катанова (Россия)

E-mail: tanja-cat@list.ru

Научный руководитель: кандидат исторических наук, доцент **Ю.Б.Костякова**

Аннотация. В статье рассматривается взаимодействие городской газеты с аудиторией в аспекте реализации аксиологической функции прессы. Проанализировано целевое назначение, содержание, принципы выбора героев для портретной рубрики в газете «Власть труда». Сделан вывод о гуманистической и коммерческой составляющей данной рубрики.

Ключевые слова: местная газета, взаимодействие с аудиторией, портретная рубрика, гуманистические традиции.

Summary. The article deals with the interaction between the city newspaper and the audience in the aspect of implementation of axiological function of the press. Purpose, content and principles of choice of the heroes for portrait column in the newspaper «The power of labor» were analyzed by article's author. It is concluded that the humanistic and commercial component of this column is very important.

Keywords: the local newspaper, the interaction with the audience, portrait rubric, humanistic traditions.

В небольшом городе местная газета находится в центре каждодневных интересов читателей, что делает ее значимой частью жизни горожан. Исследователи современного состояния периодической печати в своих трудах нередко выделяют тот факт, что «местные газеты функционируют как средства коммуникации внутри района», в качестве «своеобразного «клуба общения» его жителей, объединенных общими проблемами и интересами, а также центра общественного диалога населения с властью» [1, с. 97]. Поэтому тесное взаимодействие городской газеты и ее аудитории является неотъемлемой частью работы средства массовой информации. Под аудиторией мы, вслед за Е.П. Прохоровым, понимаем «совокупность тех, к кому обращаются СМИ, и кто воспринимает обращенную к нему информацию» [2, с. 310]. Аудитория, откликаясь на материалы и деятельность СМИ, устанавливает, таким образом, обратную связь, то есть естественную или специально организованную реакцию читателей, слушателей, зрителей на журналистские выступления [3, с. 63].

С одной стороны, миссия местной прессы, заключается не только в том, чтобы передать уникальность города (поселка, районного центра), но и показать его жителей через освещение всевозможных ритуалов, церемоний, культурных форм, где люди выражают себя [1, с. 27]. Таким образом, в условиях провинции в прессе воплощаются гуманистические традиции – интерес к человеку, его личности, его месту в обществе.

С другой стороны, близость к аудитории является средством «выживания» для местного издания, поскольку «и редакционный коллектив, и горожане обладают едиными, исторически сложившимися культурными ценностями, одними традициями, привычками, стереотипами, мировоззренческими представлениями, интересами и потребностями» [1, с. 112]. А территориальная компактность провинциального города позволяет тесно взаимодействовать журналистам и читателям не только на медийном, но и на межличностном уровне. В результате, гуманистическая направленность взаимоотношений СМИ и аудитории становится наиболее заметной.

Для поддержания этого взаимодействия редакция использует различные приемы: при выборе тематики старается ориентироваться на все группы целевой аудитории, акцентирует внимание на местных событиях, выдерживает нейтральную позицию, использует доступный для понимания большинства своих читателей язык. Реализуя эти задачи, журналисты также должны учитывать и особенности своей аудитории.

Г.С.Мельник и А.Н.Тепляшина обращают внимание на то, что «аудитория населения малых и средних городов – это преимущественно люди, занятые общественно-полезным трудом в качестве наемных работников» [1, с. 55]. Это, как мы считаем, накладывает определенный отпечаток не только на их образ жизни, но и на восприятие информации, транслируемой газетой. Чем меньше город, тем неторопливее жизнь горожан, которых интересуют не проблемы мирового масштаба, а события и явления бытового характера, все то, что может повлиять на их существование. Поэтому среди основных функций городских газет основополагающей является «создание аксиологических установок аудитории, т.е. формирование у нее определенных ценностей» [4, с. 267].

Действительно, аудитория нуждается и в примерах, жизненных ориентирах, равняясь на которые, она может выстраивать отношения с близкими, формировать картину мира, модели поведения и т.д. Для удовлетворения таких потребностей своих читателей газеты нередко создают специальные рубрики, в которых знакомят с интересными личностями, специалистами в различных областях, людьми, достигшими карьерных высот или теми, кто вводит новшества в трудовую деятельность и повседневную жизнь.

Рассмотрим данное утверждение на примере рубрики «Встреча по четвергам» в газете «Власть Труда» (г.Минусинск Красноярского края). Рубрика была создана в 2005 году. Инициатором ее появления стал коллектив редакции, откликнувшийся таким образом на письма читателей с просьбами почаще рассказывать об известных и рядовых минусинцах, их судьбах, профессиональной деятельности, увлечениях [5]. Можно сказать, что за 10 лет своего существования рубрика выработала собственные традиции оформления: под «шапкой» с названием рубрики располагается крупная, бросакая цитата, выполняющая функцию заголовка, и фотография героя. Текст представляется в многоколонной верстке шириной в четыре слова с одной врезкой – самой яркой цитатой из интервью героя.

С января по октябрь 2015 г. рубрика в газете «Власть труда» появилась 41 раз. Анализ содержания показал, что ее героями за этот период стало 44 человека, в том числе, семь педагогов, четыре деятеля искусства и культуры, три медицинских работника, три представителя местной власти и др. Чаще всего гостями рубрики становились «люди труда», творческие личности и ветераны. Последний факт можно объяснить тем, что в 2015 году отмечалось 70-летие Победы в Великой Отечественной войне. Наиболее ярким героем в этой категории стал Геннадий Иванович Аникин, рассказавший о реалиях военного времени и особенностях труда стахановцев [6].

В рубрике «Встреча по четвергам» рассказывали о секретах своего успеха известные городские бизнесмены, но также и те, кто только что открыл свое дело. Одним из них стал Геннадий Владимирович Ерофеев, который перевел свое увлечение на бизнес-уровень и создал мастерскую по изготовлению деревянных игрушек [7].

Благодатной средой для выбора героев подобной рубрики являются люди искусства – актеры, музыканты, поскольку многие из них – люди публичные и способны грамотно и творчески подходить к формулировке своих ответов на вопросы корреспондента. Так, например, уроженка Минусинска Юлия Вербицкая, ныне проживающая в Италии, рассказала о том, как ей удалось воплотить свою мечту в жизнь и стать восходящей звездой среди зарубежных скрипачей. Одним из показателей своего успеха Юлия считает то, что ей посчастливилось играть на скрипке, чей возраст составляет 265 лет [8].

В 2015 году гостями рубрики чаще всего становились учителя. Это, на наш взгляд, обусловлено тем, что каждый год в системе образования вводятся различные новшества, о которых хотят знать и читатели. Педагоги представляли разные направления образовательной деятельности (русский язык и литература, физическая культура, труд и др.) В результате, аудитория из их интервью могла получить представление о специфике работы представителей местных школ и колледжа. Так, например, Л.Л.Бронникова пояснила некоторые правила сдачи ЕГЭ по русскому языку, основные методы подготовки к экзамену. Не обошлось и без обсуждения такой проблемы, как малограмотность юного поколения [9].

Журналисты редакции в разговоре с нами рассказали, что героев в рубрику «Встречи по четвергам» находят по-разному. Специального рецепта по выбору гостя не существует. Чаще всего обращение к конкретному человеку – это задание редакции, отклик на телефонный звонок или письмо. «Было так, что приехали к одному человеку на виноградник – заснять, а к нему приходит его знакомый с интересными мыслями. Записываешь его координаты, а потом, может через год или через два, но ты вернешься к этому человеку и сделаешь с ним интервью» [5]. Иногда в поисках интересного человека журналисты обращаются в отделы кадров предприятий и организаций г.Минусинска. Благодаря такому неформальному подходу гостями рубрики становятся люди интересных и даже уникальных профессий: В.Д.Егоров – пилот первого класса транспортной авиации, В.М.Солдатов – инженер кинотеатра «Россия», С.А.Петрушин – космобиоэнергетик.

Поводом для выбора того или иного героя нередко становится общественная проблема, торжественная дата, государственный праздник. Но журналисты, используя в качестве повода «красный день календаря», стараются творчески подходить к поиску героев на праздничный номер. Так, например, гостями рубрики на 8 Марта стала супружеская пара – Ольга и Александр Ларько, которые родились в этот праздничный день.

Но в большинстве случаев (25 выпусков из 41) выбор героя не был связан с каким-либо знаковым событием или торжественной датой. Можно сделать вывод, что журналисты привлекают людей «из народа», которые встречаются им случайно, либо находят их по рекомендации «проверенных источников», ориентируясь, в первую очередь, на индивидуальность самой личности, таланты, достижения и своеобразную «изюминку».

Цель рубрики «Встречи по четвергам» журналисты «Власти Труда» определяют следующим образом: не только как шанс показать интересную личность, но и как возможность через показ людей разных профессий, увлечений, социального статуса дать ответы на жизненно важные вопросы, помочь аудитории лучше ориентироваться в мире, повлиять на самосознание своих читателей, заставить их задуматься над теми или иными темами [5].

Мы считаем, что рубрика «Встреча по четвергам» является залогом успеха и средством выживания газеты «Власть труда», так как удерживает читателей, удовлетворяя их информационные потребности. Анализ публикаций позволяет сделать вывод о наличии у журналистов газеты искреннего интереса к своим героям, что подтверждает сохранение газетой своих гуманистических традиций. Через такие портретные материалы формируются аксиологические (ценностные) ориентиры и установки у читателей, что, в свою очередь, является выполнением основной функции местной городской газеты.

Литература

1. Мельник Г.С., Тепляшина А.Н. Современная местная газета: типология, особенности функционирования и перспективы развития: учеб. пособие. СПб., 2011. 130 с.
2. Прохоров Е.П. Введение в теорию журналистики: Учебник для студентов вузов. 8-е изд., испр. М.: Аспект Пресс, 2011. 351 с.
3. Лозовский Б.Н. Журналистика: краткий словарь. Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2004. 116 с.
4. Зеленцов М.В. Городские медиа: условия функционирования // Вопросы теории и практики журналистики, 2015. Т. 4. № 3. С. 262-272.
5. Из беседы автора с Еленой Николаевной Вернер, заместителем главного редактора газеты «Власть Труда», работающей в редакции с 1998 года, записанной 9.10.2015 г. в г. Минусинске.
6. Новикова О.С. Война кончилась. Победа! // Власть труда, 2015, 7 мая.
7. Беляева Т.С. Труд ремесленника тяжелый, но благодарный // Власть труда, 2015, 11 июня.
8. Вернер Е.Н. В музыке все и обо всем! // Власть труда, 2015, 10 сент.
9. Беляева Т.С. ЕГЭ можно сдать, если поставить цель // Власть труда, 2015, 28 мая.

ТИПОЛОГИЯ ЖУРНАЛЬНОЙ ПЕРИОДИКИ НА ТАТАРСКОМ ЯЗЫКЕ

Р.Л. Зайни,

кандидат филологических наук, доцент
Казанский (Приволжский) федеральный университет (Россия)
E-mail: zaini@yandex.ru

Аннотация. В статье исследуется типология татароязычных журналов. Рассматриваются этапы развития татарской журналистики в соответствии с целями и задачами периодической печати на каждом этапе. Отмечено, что современные концепции журналов, вместе с их почти столетним опытом, сформировались с учетом сегодняшних тенденций развития СМИ в России. Автор вносит свой вклад в определение места татароязычных журналов в системе печати Татарстана и России.

Ключевые слова: журнал, татарская журналистика, история татарской журналистики, периоды развития татарской журналистики.

Summary: This article explores the typology of Tatar magazines. The stages of the development of the Tatar journalism are considered in accordance with the objectives of the periodical press in each stage. It is noted that the modern concepts of magazines with their almost century of experience were formed taking into accounts today's media development trends in Russia. Author contributes to determining the place of Tatar-speaking magazines in the printing system of Tatarstan and Russia.

Keywords: magazine, Tatar journalism, history of journalism Tatar, periods of Tatar journalism.

В системе средств массовой информации журналы занимают особое положение. В связи с тем, что их подготовка к печати занимает немалое время, у авторов материалов, размещенных на их страницах, больше возможностей для более глубокого анализа, размышлений, оценки, прогнозирования будущего, обдумывания выходов из ситуаций и решений обозначенных в статьях проблем.

Тираж журналов не означает реальный объем их аудитории. Напечатанные на хорошей бумаге, иллюстрированные, оформленные со вкусом и самое важное – поднимающие актуальные, в то же время никогда не стареющие проблемы журналы читаются, передаваясь из рук в руки, к ним возвращаются снова и снова даже через некоторое время. Журналы являются фактором, влияющим на развитие общества, инструментом, воздействующим на сознание народа.

В то же время у этого процесса существует и противоположная сторона: изменения в обществе в той же мере влияют на журналы, трансформируют их содержание, оформление, авторский состав. Времена меняются, и ровно, как и другие СМИ, журналы служат различным передовым силам. На этом месте

стоит сделать ссылку на историю журналистики, особенно, на тот его сегмент, о котором мы будем говорить далее – на историю татарской журналистики.

Со дня своего появления татарская журналистика до сегодняшнего дня прошла сложный путь. Ее зарождение связано с многочисленными прошениями просветителей из татар и представителей других национальностей и отказами на них. Только политические события 1905 года и, как итог, временное освобождение от гнета цензуры дали возможность появлению газет и журналов на татарском языке.

В зависимости от того, к каким прогрессивным силам служила татарская журналистика, ее деятельность была направлена на особенные цели. Исходя из этого по линии развития татарской журналистики с 1905 по 2016 гг. можно выделить три этапа.

I период, конечно же, включает в себя этап от 1905 года до Октябрьской революции 1917 г., т.е. время появления и становления татарской печати. Основным критерий, характеризующий данный период – в цели татарской печати, которую представляли в служении нации, формировании национального самосознания.

Но Октябрьская революция и политический режим, последовавший за ней, однопартийная система заставили забыть об этой цели: в советское время национальные вопросы не поднимались, потому что в СССР была поставлена определенная и ясная задача – воспитать человека одной-единственной нации – советской.

Поэтому с 1917 года (в частности, можно сказать и с 1918 года, потому что некоторые издания не прекращали свою деятельность вплоть до мая 1918 года) по 1980-ые – это уже II период развития татарской журналистики, в котором можно выделить две стадии – довоенную и послевоенную. Если до Великой Отечественной войны появилась и развивалась система советской татароязычной печати, которая была обязана доказывать преимущества советского уклада жизни, то после войны для печати особо ярко была сформулирована цель создания новой жизни в стране, победившей фашизм. Но как бы там ни было, цели для обеих стадий определялись восхвалением советского государства и пропагандой советского образа жизни.

III период начинается в начале 1990-х. Принятый именно в эти годы Закон РФ «О средствах массовой информации» создал возможность учреждать газеты и журналы общественным организациям, группе лиц и одному человеку, появилась свобода слова. В первое время была совершена попытка использовать эту возможность в деле служения народу. Во многих изданиях заиграли национальные ноты, но всеобщая коммерциализация вынудила в скорейшем времени забыть о таких амбициях. Было ясно, что лишь посредством национальных идей невозможно материально обеспечить подготовку и издание СМИ. А среди представителей татарского народа не нашлись люди, подобные меценатам начала XX века, какими были Акчурины, Апааневы, Рамиевы, Хусаиновы, то есть тех лиц, которые смогли бы содержать издания национального со-

держания, формирующие национальное самосознание и служащие народу хотя бы в культурном направлении. Вот поэтому основная цель сегодняшней татарской печати выражена в увеличении количества читателей и, соответственно, тиража. Газета и журнал – это такой же товар, как и продукты питания или одежда, которых надо продать все больше и больше... Чем больше тираж – тем дороже реклама на страницах издания. Правда, сильно увеличить тиражи не получается, из-за этого для рекламодателей площади татароязычных изданий не особо привлекательны. Работа на увеличение тиража актуальна не только для тех СМИ, которые находятся на самообеспечении, но и для государственных. Вот поэтому с начала 2013 года холдинг «Татмедиа», кому относится большая часть газет и журналов, начал обновлять издания. В первую очередь ребрендинг коснулся газеты «Мәгърифәт» (Просвещение) – черно-белая газета превратилась в цветной иллюстрированный журнал «Гаилә һәм мәктәп» (Семья и школа), благодаря чему тираж с 5 тыс. экз. поднялся до 7 тыс. Второй пример: с начала января 2014 года газета «Сабантуй» превратилась в журнал с одноименным названием, тираж издания также пошел в рост.

Вот эти моменты создают возможность представить и понять типологию и место журналов на татарском языке в системе СМИ России и Татарстана. А изучение типологии, как представляют ученые, регулирует отношения между изданиями, создает здоровую конкуренцию, определяет их место в географической, экономической и социальной плоскости, также определяет особенности деятельности с политическими структурами, экономическими институтами, потребителями информации, указывает на лучшие приемы ведения информационной политики, общения с аудиторией [1, с. 34].

Журнал – это периодические издание книжного формата, в нем печатаются статьи и авторские произведения. Происхождение слова – от французского *journal* (дневник, поденная записка) [2]. История журналов берет начало с 1665 года с издания «*Journal des savants*», в России же первая попытка издания журнала была совершена в 1728 году [3, с. 10].

У татар первые журналы появились лишь в начале XX века. Среди первых – «Әлгасрел-әлжәдит» (Новый век, г.Уральск), «Шура» (Совет, г.Оренбург), «Яшен» (Молния) и «Ялт-йолт» (Удар молнии, г.Казань), «Чикерткә» (Сверчок, г.Оренбург), «Карчыга» (Ястреб, г.Оренбург), «Сөембикә» (Сююмбике – казанская царица, г.Казань), «Аң» (Мысль, г.Казань), «Русия сәүдәсе» (Российская торговля, г.Казань), «Дин вә мәгъыйшәт» (Религия и жизнь, г.Казань), «Әддин вә әләдәп» (Религия и мораль, г.Казань), «Тәрбия» (Воспитание, г.Казань), «Тәрбиятел-әтфал» (Казань) [4].

При определении типологии журналов мы опираемся на исследования С.Н.Корконосенко. В первую очередь берется во внимание аудитория СМИ. Исходя из этого, можно выделить общенациональные, общероссийские, региональные (республиканские), местные (районные) журналы. Второй критерий – по учредителю: журналы могут быть как государственными, так и не государственными. По аудитории берутся во внимание возрастные, гендерные, про-

фессиональные, конфессиональные признаки, например, издаются журналы для женщин, для детей, подростков, молодежи. Для определения характера издательских особенностей важны периодичность, тираж, формат, объем издания. Также издания делят на легитимные и нелегитимные. И, наконец, по содержанию выделяем качественные и массовые виды. Деление по тематике включает в себя многочисленные группы журналов универсального, политического, экономического, социального направлений [4, с. 75-90].

Среди татарских журналов издаются журналы разных направлений. Но надо подчеркнуть, что татароязычные журналы в основном издаются в Республике Татарстан, где татары составляют большинство среди населения. Несмотря на то, что жители других регионов могут подписаться на эти издания, за республикой проживает не так много людей, знающих свой родной язык и использующих его в своей работе. Например, как видно по материалам С.Таишевой, журнал «Мәғариф» в 2014 году распространялся по подписке за пределы Республики Татарстан в следующем количестве: в Республику Башкортостан – 200 экз., в Оренбургскую область – 17 экз., Нижегородскую область – 11 экз., Пермский край – 22 экз., Тюменскую область – 27 экз., в Чувашскую Республику – 20 экз. [5, с. 17]. Основной территорией распространения татарских журналов является Татарстан. Поэтому невозможно определить общенациональные и общероссийские журналы на татарском языке, при этом все остальные являются региональными, нет журналов, зарегистрированных только для одного сельского района или деревни.

В настоящее время татароязычных журналов немало, зарегистрировано 52 наименования (другой вопрос, сколько из них реально выпускаются ежемесячно). Из них 12 входят в холдинг «Татмедиа» [5, с. 12]. В Татарстане много частных, негосударственных изданий, но основную массу, если не принимать во внимание пару-тройку журналов, составляют газеты. Причина, по нашему мнению, зависит от той цели, с которой частные издатели начинают свою деятельность. У татар эти цели пока нам видятся в двух ипостасях: первая – создание свободной печати, вторая – получение прибыли. Для поклонников как первой, так и второй группы более интересным полем деятельности пока остается газетный формат.

Татарские журналы легитимны, также всех их можно с некоторой оговоркой включить в ряд качественных изданий. Потому что в татарских журналах по той или иной причине отражаются национальные традиции, а они, в свою очередь, являются неким гарантом обеспечения качества издания. При анализе отдельных журналов мы в дальнейшем сможем в этом убедиться.

Журналы издаются с учетом демографических особенностей. Для мужчин нет особого издания, но женский журнал «Сөембикә» (Сююмбике – имя легендарной царицы Казанского ханства) начал свою деятельность в 1926 году с советского журнала «Азат хатын» (Освобожденная женщина). Также надо учесть, что еще до Октябрьской революции с 1913 года издавался журнал для женщин

под тем же названием «Сөембикә», так что можно сказать, что нынешний общественно-политический и литературный журнал стремится воплощать в жизнь традиции первого журнала.

Журнал начала XX века издавался два раза в месяц, всего было выпущено 115 номеров. Они были посвящены прекрасной идее – развитию женщин, которые впоследствии смогли бы воспитать достойных сыновей нации.

В августе 1926 года на заседании секретариата областного комитета ВКП(б) прозвучал призыв начинать издавать специальный журнал для проживающих в СССР татарок, где и было принято постановление об издании журнала «Азат хатын» и утверждена редколлегия будущего журнала. В годы Великой Отечественной войны журнал прекратил свою деятельность, восстановившись лишь через 17 лет. Журнал становился все популярнее, в 1970-80-х тираж доходил до 360 тыс. экз. Он в эти годы полностью преобразил свое лицо: стал ближе к проблемам семьи, родителей, ребенка.

С 1990 года начинается новая эра – эра журнала «Сөембикә». Обновляется концепция журнала, издание выходит на международную арену, входит в каталог «Периодика Исламика», организует Общетатарское женское объединение «Ак калфак», проводит прошумевшие на всю страну особые конкурсы «Киленбикә» (Невестка), «Гыйффәт туташ» (Девственная чистота).

Новый журнал постоянно выступает на темы о будущем народа, выражая мнение, что будущее в руках молодых матерей, значит, оно зависит от их нравственного воспитания; что молодые матери имеют особые права; что женщины имеют право участвовать в общественно-важных делах на государственном уровне. Главным редактором является Лейсан Юнысова.

Если обратить внимание на возрастные особенности, самые маленькие начинают с журнала «Салават күпере» (Радуга). Этот журнал позиционирует себя как единственный татарский литературно-художественный журнал для детей дошкольного и младшего школьного возраста (от 3 до 12 лет). Его первый номер вышел в марте 1990 года. Главный редактор – писатель Зиннур Хуснутдинов. Журнал издается с целью расширения круга интересов и удовлетворения потребностей маленьких читателей. Опубликованные на страницах журнала материалы помогают родителям, воспитателям организовывать познавательную деятельность малышей, содействуют их физическому, интеллектуальному и эмоциональному развитию, способствуют установлению гармонии между семьей и окружающим миром.

На страницах издания публикуются произведения татарских писателей, народные сказки, статьи о жизни и деятельности известных людей, практикуется отдельные номера, посвященные определенному детскому писателю или поэту, они увидели свет в виде книжечек небольшого объема.

Также интересен тот момент, что детский журнал не может существовать без творчества художников. Редакция смогла установить хорошее сотрудничество с известными художниками республики.

Для детей среднего школьного возраста уже больше 90 лет существует издание «Сабантуй» (Сабантуй – народный праздник, проводимый после весенних работ). История издания уходит корнями в 1923 год, когда комсомольский руководитель Шахит Шаммазов в Казанском детском доме им.Г.Тукая организовал первый пионерский отряд из 20 детей. Отряд начал выпускать рукописный журнал под названием «Яшь пионер» (Юный пионер). А с октября 1924 года начала издаваться газета «Яшь ленинчы» (Юный ленинец). Именно она и стоит на истоках журнала «Сабантуй». Цели и задачи данной газеты были указаны как «газета обучит всех пионеров и рабоче-крестьянских детей как лучше работать, как объединиться, как встать в ряды пионеров». 8 июля 1941 года вышел ее последний предвоенный номер, но даже в годы Великой Отечественной она жила в виде пионерского листка на страницах газеты «Кызыл Татарстан» (Красный Татарстан).

Возобновила газета свою работу с 1 января 1961 года. Она в те годы выступила организатором многих социальных проектов, например, пионеры под ее руководством собирали металлолом для строительства теплоходов, нефтяных магистралей, поездов [6].

Газета с 1991 года выходит под названием «Сабантуй»: Сабантуй – это национальный праздник, который дети издревле каждый год ждали с огромным нетерпением. Газета символизировала такой же долгожданный сюрприз. У читателей в начале 90-х XX века активизировалась заинтересованность историей народа, его языком, культурой, поэтому газета развернула работу в направлении укрепления национального самосознания, развития татарского языка. И, несмотря на праздничное название, газета постоянно обращает внимание на тревожные явления и события современности, периодически публикуя материалы на политическую тематику. Главный редактор издания с 2004 года – Айдар Гимадиев.

И вот эта газета с начала 2014 года превратилась в журнал. Читательская аудитория осталась прежней – в возрасте от 8 до 15 лет. Осталось прежним также информационно-развлекательное и духовно-нравственное направление издания. Как указано в творческой программе журнала, основным направлением остается саморазвитие детей. Журнал издается в современном дизайне, на хорошей бумаге. Распространяется в месяц два раза.

Преобразование газеты в журнал, естественно, помогло росту популярности издания, увеличения его тиража. С этой стороны явление ребрендинга дало положительный результат, но тем самым обеднило систему татароязычных СМИ из-за отсутствия в ней детской газеты.

Для детей среднего и старшего школьного возраста издается журнал «Ялкын» (Пламя). Началу его издания в 1924 году в Москве под названием «Кечкенә иптәшләр» (Маленькие товарищи) способствовала статья Мусы Джалиля о необходимости издания специального журнала на татарском языке для детей 9-14 лет. С 1928 года журнал начал выходить под названием «Октябрь баласы» (Дитя Октября) на латинице. В 1933 году журнал сменил

город издания и переехал в Казань, взял название «Пионер каләме» (Перо пионера). С началом Великой Отечественной журнал закрылся, чтобы открыться снова в 1952 году уже как журнал «Пионер». Через 7 лет по причине слишком большого количества советских журналов под названием «Пионер» он был переименован на «Ялкын» [7]. Главным редактором является Йолдыз Миннуллина.

Деятельность этого журнала примечательна тем, что наряду со взрослой у него имеется детская редколлегия, в состав которой входят молодые авторы с сельских районов и городов Республики Татарстан.

Для молодежи и для молодых душой издается журнал «Идел» (Идель), первый номер которого увидел свет в 1989 году. Выпуску предшествовала серьезная рекламная деятельность по подписке журанала, в итоге в первый же год журнал смог набрать тираж в несколько десятков тысяч экземпляров. Через несколько лет количество подписчиков достигло 120 тыс. человек. До этого в Казани выпускался литературный альманах с одноименным названием. На обложке первого номера выделены четыре основных тем-направлений – литература, культура, молодежь, современность. До сегодняшнего времени они остались неизменными. Журнал с первого номера издается на двух языках, т.е. имеются русский и татарский варианты одного журнала. Главный редактор журнала – Радик Сабиров.

Если смотреть по тематике, в Татарстане выпускается не так много профессиональных изданий. Среди них выделяется журнал с долгой историей – общественно-педагогический и научно-методический журнал «Мәгариф» (Образование). В центре внимания журнала – распространение новых методик и технологий, культурных и литературных достижений, информатизация образовательной системы, использование передовых технологий, введение новых стандартов в обучении, вопросы нравственного и трудового воспитания, работы с талантливыми детьми и другие проблемы

Журнал берет начало с журнала «Мәктәп» (Школа), первый номер которого вышел в 1913 году. К сожалению, увидели свет всего 25 номеров.

7 ноября 1918 года в Казани начал выходить журнал «Мәгариф» в качестве одного из органов мусульманского комиссариата. В 1936 году название сменилось на «Башлангыч мәктәп» (Начальная школа), а с 1938 года по август 1990 года журнал выпускался под названием «Совет мәктәбе» (Советская школа). А с 1990 года носит нынешнее название. Главным редактором с 2013 года является Илдар Миргалимов [8].

Редакция журнала «Мәгариф» включает в себя кроме традиционного журнала «Мәгариф» также электронные журналы «Магариф.РФ» и «Магариф. Татар теле» и журнал на татарском языке «Гаилә һәм мәктәп» (Семья и школа).

Основную аудиторию журнала «Гаилә һәм мәктәп» также составляют школьные учителя, но его нельзя назвать профессиональным изданием. Его миссия обозначена таким образом: «стать социально ориентированным, прикладным изданием, полезным и интересным как для родителей, так и для

профессиональных педагогов; оказывать помощь родителям и педагогам в воспитании подрастающего поколения физически и нравственно здоровым, пропагандировать ценности семьи, поддерживать национальную систему образования» [8].

Журнал издается с 2013 года. Он многоцветный, на 48 страницах, в месяц выходит один раз. Данное издание было организовано на базе газеты «Мэгърифэт». То есть журнал является еще одним ребрендинговым изданием «Татмедиа», который с целью увеличения популярности и роста тиража подвергся изменениям. Главный редактор журнала – Гелюса Закирова.

Таким образом, создается впечатление, что на современном этапе развития системы СМИ более выгодным шагом является издание журналов, нежели газет.

Большое количество изданий работает в направлении популяризации культуры. Потому что зачастую сохранение нации сводится к развитию национальной культуры. Такое видение берет начало с советских времен, когда в течение нескольких десятилетий не титульным народам представлялась возможность развивать лишь свою культуру. Бесспорно, для полноценного развития нации не помешали бы журналы политического или экономического направления. Проблемно-аналитическая публицистика на их страницах поспособствовала бы практическому развитию татарской журналистики, дала бы новое дыхание стилям языка. Но по причине небольшого количества читателей журналов такого направления претворение в жизнь данных идей остается лишь делом будущего. Конечно, можно вспомнить об издании журнала «Татарстан», но с сожалением вынуждены заметить, что на страницах его татарской версии оригинальные статьи составляют лишь небольшой процент, а в основном публикуются переводы с русского.

В то же время журналы на культурные темы всегда любимы, потому что все любят слушать песни, интересуются новыми постановками в театрах, увлекаются жизнью и творчеством известных артистов. Например, вышеназванный журнал «Идел» частично посвящен темам культуры.

В ряд таких же национально-культурных журналов включаем и «Казан утлары» (Огни Казани), и издающийся в городе Набережные Челны «Мәйдан» (Площадь).

«Казан утлары» — журнал, который начал издаваться в 1922 году и в течение нескольких десятилетий отображал национальные проблемы своего народа. В 1922-30 годы он назывался «Безнең юл» (Наш путь), в 1930-33 — «Атака», в 1933-65 годы «Совет әдәбияты» (Советская литература), и с 1965 года издается под нынешним названием. Журнал не переставал выходить даже в годы Великой Отечественной войны. Некоторые его экземпляры вместе с оружием и продуктами парашютами доставлялись советским воинам, оказавшимся в тылу врага [9]. Самые замечательные романы, повести, рассказы татарских писателей в первую очередь публиковались здесь, находили свое место на страницах журнала пьесы, воспоминания и дневники известных

личностей, статьи о театральном и эстрадном искусстве, юмористические и сатирические произведения. История татарского народа, его духовное наследие и современное состояние всегда оставались центральными темами публикаций журнала.

Журнал «Сәхнә» (Сцена) полностью посвящен освещению культурной жизни республики. Начав свою историю с 2002 года с газеты формата А4 с цветными первыми и последними страницами, этот журнал превратился в достаточно популярное издание среди представителей профессионального театра и эстрады, также участников самодеятельности.

Еще большую популярность завоевал журнал юмора и сатиры «Чаян» (Скорпион). Его татарский вариант издается с начала 1923 года, после перерыва в военное время был обновлен в 1951 году. В настоящее время распространяется как веселый журнал для веселых людей, остается верным своим традициям, основанным на юморе, народности, высмеивании жизненных проблем.

Кроме вышеназванных, татароязычной аудитории были близки или остаются таковыми журнал общественно-политического направления «Татарстан», посвященный национальной истории обновленное издание «Безнең мирас» (Наше наследие), «Афәрин» (Браво), «Гаилә учагы» (Семейный очаг), исторический журнал «Гасырлар авазы» (Эхо веков), научный журнал «Фән һәм тел» (Наука и язык), литературный «Аргамак» (Скакун) и др..

Почти все татарские газеты и журналы кроме бумажного варианта имеют электронную версию. Их сайты призваны обогащать и рекламировать бумажные версии. Ведь привлечение молодых читателей к чтению татарских журналов – это действие, вызванное требованием времени. Среди представителей татароязычных журналов бытует мнение, что люди моложе 30 лет не читают печатную прессу. По этой причине сотрудники журналов, определяя возраст своей аудитории, зачастую называют людей старше 40 лет. Более молодые сидят в интернете, читают электронные версии изданий, тем самым они могут заинтересоваться и становиться ближе к печатным версиям. Насколько соответствует истине данное мнение – покажет время. Объем площади журнального номера бумажной версии ограничен, даже при условии обилия интересных материалов они не все могут быть опубликованы и доведены до читателя. А на интернет-сайтах же площадь ничем серьезным не ограничена, чем больше материалов будут вывешены, чем больше станет читателей, сделавших «клик» и посетивших данную страницу.

Вместе с развитием сайтов журналы продолжают формировать и улучшать бумажные варианты, растет уровень полиграфии, использование качественных фото и иллюстраций.

Данные журналы, будучи региональными изданиями, в основном освещают местные проблемы. Но если учесть, что в настоящее время среди населения роль региональной печати выше, чем центральной, то местные журналы, делая основной акцент на проблеме республики, должны в то же

время стараться освещать “участие своего территориального образования в решении общероссийских проблем, способствовать привлечению региональной аудитории к событиям и процессам общероссийского и международного характера” [10].

Таким образом, можно констатировать тот факт, что в Республике Татарстан сложилась своеобразная структура журнальной прессы на татарском языке: это общественные, литературно-художественные и другие журналы, которые в меру своих возможностей решают социальные и творческие задачи, поднимают важные проблемы современности. Следует отметить, что современные концепции журналов, вместе с их почти столетним опытом, сформировались с учетом сегодняшних тенденций развития СМИ в России. В перспективе важно изучить журналистское творчество редакторов и журналистов данных изданий, потому что зачастую именно от их мнения зависит ориентированность издания.

Хочется надеяться, что в будущем татарстанский рынок печатных изданий продолжит развиваться. Однако надо ожидать, что одним из факторов роста станет поддержка отрасли со стороны государства. Рынок пока не заполнен, поэтому общество ожидает появления новых интересных издательских проектов.

Литература

1. Система средств массовой информации России: учеб.пособие для вузов / под ред. Я.Н. Засурского. М.: Аспект Пресс, 2001. 259 с.
2. Журнал (значения) // [https://ru.wikipedia.org/wiki/Журнал_\(значения\)](https://ru.wikipedia.org/wiki/Журнал_(значения))
3. Есин Б.И. История русской журналистики (1703 – 1917) [Электронный ресурс] учебно-метод. комплект / Б. И. Есин. – 4-е изд., стер. М.: Флинта, 2012. 464 с.
4. Корконосенко С. Г. Основы журналистики: Учебник для вузов. М.: Аспект Пресс, 2001. 287 с.
5. Таишева С.Н. Развитие журналов, входящих в структуру АО «Татмедиа» // Татарская журналистика: становление и развитие. Сборник научных статей / составители-редакторы В.З.Гарифуллин, Р.Л.Зайни. Казань, Казанский университет, 2016. С.12-21.
6. Сабантуй ул безнен балачакның жан юлдашы булып калачак! // <http://sabantuy.net/?category=tarih>
7. Журнал турында // <http://yalkyn.com/about/>
8. Журнал // <http://magarif-uku.ru/about/>
9. Журнал турында // <http://www.kazanutlary.ru/about>
10. Солдатова Ж.Г. Особенности развития региональных СМИ России // Наука и современность. 2011. №10-1. С. 55-58.

КОЛОНИАЛИЗМ И НЕОКОЛОНИАЛИЗМ В ПЕЧАТИ МАЛИ: ГУМАНИСТИЧЕСКАЯ ПАРАДИГМА

Кейта Кали,

аспирант

Воронежский государственный университет (Россия; Республика Мали)

E-mail: _beaugars10@gmail.com

Аннотация. В статье рассмотрены проблемы пережитков колониализма в сетевой журналистике Африки и особенно в Мали. Сделан вывод о роли гуманистических идеалов СМИ в борьбе с неоколониализмом, демократизации общества и становлении независимых СМИ.

Ключевые слова: гуманизм, африканские СМИ, интернет-журналистика, компьютерные технологии, демократизация, блоггерство.

Summary. The article deals with the problems of colonial remnants in the Internet mass media in Africa, especially in Mali. The conclusions are drawn about role of humanistic mass media in anticolonial struggle and development of independent journalism.

Keywords: humanism, African mass media, Internet communications, computer technologies, democratization, blogging.

В XVI веке в большей части регионов Африки, которые находятся южнее Сахары, существовали города, которые имели шестьдесят тысяч или в максимуме сто сорок тысяч жителей или даже больше, создавались крупные деревни (пятьдесят тысяч жителей). Были очень активными такие отрасли экономики, как сельское хозяйство, разведение скота, режа металлургия, текстильная промышленность, искусство керамики и т.д. Была важной для развития национального хозяйства индивидуальная ремесленная активность [1; 4]. На территории сегодняшней Республики Мали существовали разные империи. Вначале появилась Гана, затем Мали, потом появилась империя Сонгой (или Сонрай) на востоке излучины Нигера. Сонгой образовывается вокруг региона Гао и представляет собой мусульманское государство, власть которого не только религиозная, но и коммерческая и военная. Империей управляли две большие династии: Сонни и Аския [3, с. 21]. Великий арабский путешественник XIV века Ибн Батута оценивает безопасность и справедливость, которая существовала в Империи Мали. До использования огнестрельного оружия арабская работорговля оставалась маргинальной по отношению к экономической деятельности и к объему населения. Леон по прозвищу «африканец» (в начале XVI-ого века) упоминает, что король Борну (чадский регион) поднимает экспедицию, чтобы захватывать рабов раз в год.

Начиная с XVI века положение ухудшилось. Португальцы проникают через реку Конго, завоевывают Анголу, атакуют и разрушают главные порты восточного берега, проникают в сегодняшний Мозамбик. Марокканцы атакуют

империю Сонгай (север Республики Мали), которая сопротивляется в течение девяти лет [3, с. 22]. Европа, усиленная своим техническим, военным, экономическим и финансовым превосходством, совершила антигуманные колониальные завоевания и сегодня с помощью неоколониализма стремится господствовать над африканскими территориями. Негуманное отношение по отношению к африканцам нередко сохраняется в СМИ Запада. Это вызывает протест у малийских журналистов, что отражено в газетах «L'ESSOR» (национальная ежедневная газета) и «Малиба» (еженедельник).

Интеллектуальный и духовный уровень Мали в XVIII-XIX вв. был аналогичен уровню стран Северной Африки. После получения независимости Мали в 1960 году было еще трудно говорить о каком-то развитии СМИ, потому что практически не было ни одного профессионального журналиста. Новая власть поняла: чтобы контролировать страну, надо владеть информацией, поэтому установила государственную монополию на все виды СМИ и сразу взялась за образование первых профессиональных журналистов. Но их нехватка просуществовала еще долгие годы. Первые малийские профессиональные журналисты начинали работать в официальных СМИ с 1970-х годов, после свержения Модибо Кейта (первого Президента Мали) в 1968 году молодыми офицерами во главе с лейтенантом Мусса Траоре. Первые журналисты работали в газете «L'ESSOR» («Национальная ежедневная газета»), наследнице бывшего бюллетеня «US-RDA» («Суданский союз Африканского демократического объединения») или на национальных радио и телевидении. Постепенно они заменяют политических активистов и выпускников, часто учителей, которые заняли сцену. Выражение мнений, конечно, строго регулируется [4].

Малийский медийный пейзаж отличается большим количеством радио (72 радио, 56 работают официально, 16 неофициально). 164 независимых газеты, среди которых 32 печатаются регулярно, выступают за гуманизацию отношений, за демократизацию политической системы страны.

Освоение интернета, важного средства гуманитарного развития молодежи, было осуществлено с опозданием, но прогресс сетевой журналистики тоже помогает бороться против неоколониализма. В Мали пользователи впервые были подключены к интернету 31 декабря 1996 года благодаря установке национального узла интернета стоимостью в 300 миллионов франков. Подключение Мали было финансировано на 50% оператором телекоммуникаций «Общество Телекоммуникаций Мали» («SOTELMA»), а также Агентством США по развитию (USAID), благодаря инициативе сенатора Лелэнда. Использование интернета было возможным благодаря программам сотрудничества, которые предпочитали устранение замкнутости в системе средств информации.

Сегодня в Мали масс-медиа являются гарантом гуманизма в нашем обществе. Среди всех СМИ большую роль играет именно радио. Это связано с его доступностью, дешевизной и неграмотностью большого количества населения.

После получения независимости, Франция возвращается в страны Африки как неокOLONизатор, действующий не силой, а с помощью манипуляций, в том числе и медийных. Примером являются президентские выборы, которые проходят в Мали раз в 5 лет. Почти невозможно стать президентом Мали без поддержки Франции и всех СМИ (государственных и частных), которые выступают против этого явления. Слова политиков дорогого не стоят, так как им больше не доверяют. Поэтому религиозные лидеры имеют больше влияния, чем политические лидеры. Политики опираются на религиозных лидеров, чтобы получить поддержку у населения. Это противоречит отделению политики от религии. Кроме религиозных авторитетов журналистам также доверяют, несмотря на то, что их иногда обвиняют в предвзятости.

Таким образом, СМИ являются опорой гуманизма в современной Африке. В Мали журналисты, работая в сложных условиях, остаются приверженцами гуманных и законных методов управления. Газеты воспитывают население, особенно молодежь, в духе уважения традиций, развития гуманизма в отношениях людей.

Литература

1. Хорольский В.В. Современные теории массовой коммуникации на Западе: Пособие по спецкурсу. Воронеж, ВГУ, 2011. 197 с.
2. Hicks B. Satellite and cable TV in Africa. North of Limpopo. London, 1996.- 327 p.
3. Perret Thierry. Médias et démocratie au Mali. Le journalisme dans son milieu.// Politique africaine, 2005/1 N° 97, p. 18-32. DOI : 10.3917/polaf.097.0018.
4. https://www.monde-diplomatique.fr/2007/11/DIOP_MAES/15329
5. <http://gloomedias.blogspot.ru/2013/05/medias-sociaux-blogs-journalisme.html>

ВЛИЯНИЕ ПОЛИТИЧЕСКОГО ФАКТОРА НА ВОЗНИКНОВЕНИЕ МАССОВО-ИНФОРМАЦИОННЫХ ПРОСТРАНСТВ ХАКАСИИ И ГОРНОГО АЛТАЯ В 1920-1930-Е ГГ.

Ю.Б. Костякова,

кандидат исторических наук, доцент

Хакасский государственный университет им. Н.Ф.Катанова (Россия)

E-mail: uka29@yandex.ru

Аннотация. В статье исследован процесс формирования политических, экономических и культурных предпосылок для возникновения массово-информационных пространств в Хакасии и Горном Алтае. Выявлено влияние политического фактора на создание национальной письменности, организацию

образования и культурного просвещения населения данных территорий, стимулирования устойчивой потребности в медиаинформации.

Ключевые слова: массово-информационное пространство, Хакасия, Горный Алтай, аудитория, медиаинформация.

Summary. The article investigates the process of formation of political, economic and cultural prerequisites for the emergence of mass-information spaces in Khakassia and Altai Mountains. It is revealed the influence of the political factor on the creation of a national writing, organization of education and cultural education of the population of these territories, promote sustainable need for media information.

Keywords: mass-information space, Khakassia, Altai Mountains, the audience, media information.

Возникновение массово-информационного пространства (МИП), образуемого в результате взаимодействия и взаимовлияния СМИ, аудитории, авторов публикаций и медиаинформации, представляет собой длительный и сложный процесс, подверженный влиянию различных факторов, и, в первую очередь, политического. Для возникновения такого пространства требуются не только наличие в стране/регионе средств массовой информации и журналистских кадров, но и определенные условия, в которых взаимодействие и взаимовлияние всех участников массово-информационного процесса становится эффективным, а обмен общественно-значимой информацией – результативным. Наиболее значимыми предпосылками, обеспечивающими такие условия, можно назвать:

- 1) наличие письменности и расширение возможностей ее использования в массовой коммуникации;
- 2) повышение уровня грамотности и культурного развития населения;
- 3) физическая доступность средств массовой информации для потенциальной аудитории;
- 4) заинтересованность властей в вовлечении в массово-информационную деятельность представителей различных социальных, национальных и профессиональных групп населения;
- 5) формирование у потенциальной аудитории устойчивой потребности в получении и распространении общественно-важной информации.

Во многих национальных районах Сибири, где до революции отсутствовал опыт выпуска газет и использования письменности в массовой коммуникации, формирование вышеперечисленных предпосылок в первое десятилетие советской власти происходило не стихийно, а в прямой зависимости от содержания, основных направлений и методов реализации государственной национальной политики в сфере СМИ.

Для формирования массово-информационного пространства одними из наиболее важных условий можно считать создание/наличие письменности, как средства фиксации и передачи информации, и формирование у населения традиций ее использования в процессе коммуникации. Формирование данной предпосылки имеет особое значение, когда речь идет о создании национальной

по языку прессы в регионах с преобладанием коренного (нерусского) населения. Поэтому при исследовании возникновения массово-информационных странств национальных территорий Южной Сибири – Хакасии и Горного Алтая – пристальное внимание было обращено на изучение процесса формирования письменности в этих национальных территориях.

Изменение в XIX в. политических и экономических интересов царской империи в Сибири выдвинуло на первый план решение вопроса о переводе автохтонных сибирских народов на оседлый образ жизни, а одной из основных составляющих национальной политики стала идея об их «слиянии» с русским населением [1, с. 214]. Реализация этой идеи осуществлялась не только в административной и аграрной, но и в культурной, в том числе, образовательной сферах.

В Горном Алтае созданием алтайской письменности с 1830-х гг. занимались миссионеры Алтайской духовной миссии. Разработанный ими на основе кириллицы алфавит вплоть до Октябрьской революции использовался для создания литературы, преимущественно, религиозного содержания, и букварей, в подготовке кадров миссионеров из числа инородческого населения. Сфера применения такой письменности была узкой, ее использование в коммуникации преследовала конкретную цель – распространения христианства. В целом, такая ситуация была характерна для национальной политики дореволюционного периода, поскольку, по справедливому замечанию А.Миллера, «Для имперской власти приоритетом является не насаждение культурной и языковой гомогенности населения окраин, а то, насколько та или иная версия этнической идентичности совместима с лояльностью династии и империи» [2, с. 80].

Национальная политика советского государства, основные положения которой были сформированы в 1922-1923 гг. и окончательно утверждены на XII съезде РКП(б), строилась на иных принципах. Анализируя их, Т.Мартин отмечал, что отличительной чертой этой политики «была систематическая поддержка внешних форм существования наций – территории, культуры, языка и элит», при этом внешние формы национальных меньшинств поддерживались в «гораздо большей степени, чем национального большинства». Реализация советской национальной политики предусматривала: 1) предоставление коренным народам автономии в различных формах; 2) развитие национальных культур и языков вплоть до придания последним статуса государственных на территории национального образования; 3) формирование новой национальной элиты и коренизацию кадров [3, с. 25, 28, 33].

Горный Алтай стал ярким примером эффективности проведения этой политики. Благодаря активности инициативной группы и удачному стечению политических обстоятельств, автономная область была здесь создана в 1922 г., что стимулировало работу по доработке национальной письменности и внедрению ее в массовую коммуникацию. В 1922 г. дореволюционная алтайская грамматика с незначительными изменениями была принята в качестве основы национальной письменности, что позволило выпустить 15 ноября 1922 г. первый но-

мер газеты на алтайском языке, представлявший собой перевод русскоязычного издания «Ойротский край».

В Хакасии первые попытки разработки национальной письменности также предпринимались до революции усилиями православных миссионеров, которые создали алфавит для перевода религиозной литературы на хакасский язык. Но, в виду отсутствия такого мобилизующего центра, каким в Ойротии являлась Алтайская духовная миссия, результатом этой работы стало издание только двух книг. В 1868 г. академик В.В.Радлов предложил свой вариант использования русского алфавита для фонетической фиксации произведений устного народного творчества на различных диалектах хакасского языка. Но реализация такой практики преследовала сугубо научные цели [4, с. 122, 125]. Наиболее приемлемым и учитывавшим фонетические особенности основных наречий хакасского языка оказался алфавит «Тодар мичиги», разработанный этнографом С.Д.Майнагашевым. После его трагической гибели в 1920 г. работу в этом направлении продолжил учитель, юрист и общественный деятель М.И.Райков [5, с. 167].

В начале 1920-х гг., когда в Хакасии стал активно обсуждаться вопрос о статусе территории, отсутствие национальной письменности могло расцениваться как один из признаков «культурной отсталости» коренного населения и стать сдерживающим фактором автономизации. В связи с этим в 1922 г. усилиями инициативной группы, в состав которой вошли представители русской и хакасской интеллигенции, был разработан национальный алфавит, одобренный летом того же года делегатами конференций работников культурно-просветительских учреждений Хакасии. Однако окончательное решение вопроса о введении в практику данного алфавита было принято только в ноябре 1924 г. после создания Хакасского национального уезда. Повышение статуса национального района и формирование органов управления предусматривало и повышение статуса национального языка, который, согласно решениям XII съезда РКП(б), планировалось использовать в официальном делопроизводстве. Следовательно, определяющим фактором при разработке, утверждении и внедрении в массовую коммуникацию национальной письменности был политический фактор.

Важной предпосылкой возникновения массово-информационного пространства является достижение населением национального региона такого уровня культурного развития и грамотности, который позволял бы не только механически читать, но и понимать содержание прочитанного. Именно это условие является основным при формировании аудитории и последующего выделения из ее среды авторов публикаций, ориентированных на сотрудничество со средствами массовой информации, активное участие в создании материалов для СМИ и распространении медиainформации. Главную роль в культурном образовании и просвещении граждан играли школы и учреждения культпросвета.

Различия в сроках создания национальной письменности обусловили отличия в развитии системы школьного образования в рассматриваемых террито-

риях. В Горном Алтае школьная система стала формироваться до революции, в основном, стараниями Алтайской духовной миссии. В Хакасии этот процесс был не таким масштабным, к тому же из-за отсутствия разработанной национальной письменности обучение в них велось на русском языке, несмотря на то, что многие ученики-хакасы данным языком не владели [6, с. 77]. Новая власть, установившаяся после Октябрьской революции, взяла курс на создание системы народного образования, главными принципами которой должны были стать бесплатность обучения, светский характер, массовый охват населения, приобщение к грамоте и знаниям представителей, прежде всего, беднейших слоев населения. Концепция советской национальной политики обуславливала особое внимание к организации обучения на национальных языках.

Особенности развития системы образования в Хакасии и Горном Алтае в начале 1920-х гг. определялись не только сложностями с финансированием, но и специфическими условиями, в которых происходил этот процесс. Создание школ существенно затрудняла сложная политическая обстановка, прежде всего, бандитизм, являвшийся отчасти следствием Гражданской войны. Вооруженное сопротивление новой власти обуславливалось не только отсутствием у представителей коренного населения понимания о советском и партийном строительстве, но и злоупотреблениями властью со стороны отдельных советских работников. Сложная политическая ситуация в Хакасии и Горном Алтае в начале 1920-х гг. была вызвана также неопределенностью статуса национальных районов. Образование 1 июня 1922 г. Ойротской автономной области создало политические предпосылки для стабилизации социально-экономического положения Горного Алтая, относительной нормализации работы учебных заведений и увеличению их числа.

Вопрос о придании Хакасии статуса национального образования активно обсуждался с 1917 г. Из-за неопределенности административного положения данной территории, входившей в состав Минусинского уезда Енисейской губернии, существовали серьезные трудности с созданием органов управления, финансированием и решением различных вопросов, в том числе, культурного строительства. С требованиями создания национального уезда выступала хакасская интеллигенция, участники беспартийных инородческих конференций, которые проходили в начале 1920-х гг. Однако некоторые представители власти в Енисейской губернии и Сибирском крае считали, что с выделением Хакасии в самостоятельную национально-административную единицу нужно повременить «в виду отсталости инородческого населения в экономической и культурном отношении» [7, с. 2]. Эта точка зрения, по-видимому, возоблада-ла, поэтому в 1923 г. Хакасия получила статус только национального уезда, а в 1925 г. – округа. Тем не менее, это расширило возможности для дальнейшего развития школьной системы, в том числе, в хакасских селениях.

Развитие системы образования и просвещения в национальных территориях непосредственно было связано с реализацией еще одного из направлений советской национальной политики – с подготовкой элиты, то есть с формиро-

ванием кадрового потенциала для проведения коренизации управленческого аппарата. Поэтому финансирование системы просвещения в национальных территориях было выше, чем в регионах, не имевших национального статуса. Во второй половине 1920-х гг., благодаря расширению школьной сети и введению новых и более эффективных форм ликвидации неграмотности (культпоходы, культэстафеты и др.), развитию общественных начал и подготовке новых кадров ликвидаторов, в Хакасии и Горном Алтае количество грамотных значительно увеличилось как среди коренного, так и русскоязычно населения. Это, на наш взгляд, создало предпосылки для формирования аудитории прессы.

Отметим, что основной задачей школ и ликбесов в 1920-е гг. считалось обучение и предоставление базовых знаний, необходимых для социализации в новых социально-экономических и политических условиях. Главной функцией политико-просветительских учреждений являлось политическое воспитание граждан. Но основная нагрузка возлагалась на организации культпросвета, которые должны были не только внедрять в массы идеологические установки, вести борьбу с «пережитками прошлого», то есть с проявлениями «дореволюционной», в том числе, традиционной национальной культуры, но и пропагандировать новые формы массовой коммуникации, в том числе, чтение газет и слушание радио. Этим обуславливалась их включенность в реализацию не только национально-культурной, но и информационной политики советского государства.

В Хакасии «очаги культуры» (за исключением школ) в дореволюционный период отсутствовали не только в местах компактного проживания коренного населения, но и в русских селах и рабочих поселках. Первые учреждения культуры в Горном Алтае появились в 1917-1918 гг.: усилиями Горной Думы была организована библиотека «по всем отраслям знаний» и приобретены экспонаты частной коллекции, заложившие основу будущего краеведческого музея [8, с. 99].

В период Гражданской войны культурно-воспитательная работа среди населения Сибири проводилась преимущественно средствами агитации и пропаганды. По утверждению В.Л.Соскина, в 1918-1919 гг. в Сибири имело место два вида культурной политики, построенных на разной идеологической основе: большевистский и антибольшевистский. Особенностью агитационно-пропагандистской работы большевиков была согласованность и организованный характер, а действенность определялась сочетанием культурной политики, направляемой из Центра, и низовой инициативы [9, с. 30-31]. Данный принцип, по нашему мнению, был сохранен и в дальнейшем, что позволило пробуждать инициативу на местах и направлять ее в нужное русло, используя для решения насущных задач культурной революции. Но при этом проводилась активная централизация и бюрократизация управления общественной жизни, усиление ее политической составляющей.

В начале 1920-х гг. самой распространенной формой культурно-просветительской работой на селе были кружки. В Хакасии они наиболее активно действовали там, где преобладало русское население. В национальных населенных пунктах они стали возникать во второй половине 1920-х гг. [10, с. 100].

Информация о таких самостоятельных кружках чаще всего появлялась в газетах, в частности, в минусинском издании «Власть труда», а не в официальных справках и отчетах. Это свидетельствует о том, что их создание в большей степени было проявлением личной инициативы людей, объединенных общими интересами. Наиболее ярким примером могут служить кружки «друзей газеты» или сельских корреспондентов. Создание такого объединения часто являлось способом защиты от нападок со стороны односельчан и их мести за критику и разоблачения, использовалось для поднятия авторитета селькоров, для обмена знаниями и опытом корреспондирования, а также для выпуска собственной рукописной стенгазеты. Возникновение кружков селькоров можно назвать одним из значимых результатов деятельности учебных и культурно-просветительских учреждений по пропаганде прессы. Также формирование корреспондентских объединений свидетельствовало о том, что в национальной территории создавались предпосылки для формирования еще одного элемента массово-информационного пространства – авторского состава местных СМИ.

Главным культурным центром на селе в 1920-е – 1930-е гг. являлись избы-читальни, при которых работали пункты ликвидации неграмотности, консультационные и справочные бюро, школы распространения сельскохозяйственных знаний. На их базе создавались разнообразные кружки, а также происходило объединение уже существующих кружков под эгидой избы-читальни. Такие учреждения создавались централизованно, а их работа организовывалась в соответствии с решениями, в частности, XIII съезда ВКП(б), определившего основные направления советской культурной политики. С учетом специфических местных условий в рассматриваемых территориях организовывались передвижные (кочующие) избы-читальни, которые именовались «красными юртами». В Горном Алтае в отдаленных и труднодоступных селениях культурную работу проводили кочующие агитаторы, в задачи которых входило проведение бесед, консультаций и громких чтоток газет [11].

Центральной составляющей стационарных и кочующих учреждений культуры являлась библиотека, в которой значимое место занимала (должна была занимать) периодическая печать. Пресса использовалась как источник разнообразной событийной и специальной информации, но также и как авторитет, к которому апеллировали при проведении собраний и митингов, организации устной агитации и пропаганды. Избы-читальни были обязаны устраивать громкие читки газет, организовывать подписку на них, через кружковую работу привлекать к сотрудничеству с ними внештатных авторов. Таким образом, благодаря деятельности изб-читален в пространство массовой коммуникации активно включалась пресса.

Постоянно действующие и передвижные избы-читальни от кружков и кочующих агитаторов отличались комплексностью проведения культурно-просветительской работы, многопрофильностью и ориентацией на все возрастные группы населения. Но общей чертой в работе и тех и других являлось преобладание устной коммуникации. Это было вызвано не только массовой неграмотностью

и малограмотностью адресатов информации вне зависимости от их национальности, но и особенностями менталитета хакасов и алтайцев, сформированного в традициях обмена общественно-значимыми сведениями в устной форме. Поэтому при громкой читке прессы, являвшейся в условиях массовой неграмотности населения основной формой представления медиаинформации аудитории, основная нагрузка ложилась на чтеца. Результативность воздействия на слушателей зависела от его владения двумя языками, умения быстро переводить, доступно пересказывать полученную информацию и комментировать (пояснять) ее, а также от его личного авторитета. Доверие к чтецу определяло и степень доверия к ретранслируемым им сведениям, получаемым им из газеты. Этим можно объяснить тот факт, что для проведения громких читок прессы старались привлекать не просто грамотных, но и людей, обладавших на селе авторитетом – учителей, советских работников выступавших в роли не только ретрансляторов медиаинформации, но и лидеров общественного мнения.

Отметим, что проведение избами-читальнями пропаганды информации и специальных знаний, получаемых из периодической печати, организация подписки на прессу и ее распространения, громких читок газет, а в 1930-е гг. и коллективного радиослушания, обеспечивали формирование еще одной важной предпосылки возникновения массово-информационного пространства – возможности физического доступа потенциальных потребителей медиаинформации к СМИ. Однако главным условием, необходимым для возникновения МИП, является появление устойчивой потребности в распространении и получении общественно-важной информации не у отдельных граждан, а у значительной части населения территории. При наличии такой, можно сказать, массовой потребности, ощущаемой интуитивно, подспудно или вырабатываемой в результате активного воздействия извне, взаимодействие СМИ с другими участниками массово-информационной деятельности – аудиторией и внештатными авторами будет продуктивным.

Замечено, что потребность в получении информации повышается в периоды коренных изменений в общественной жизни, которые несут с собой, в первую очередь, войны и революции. Первая мировая война, Февральская и Октябрьская революции, гражданская война стали мощным катализатором активизации процессов массовой коммуникации. Сложность событий и неоднозначность их оценки потребовали большего, чем прежде, объема разнообразной информации, которая позволяла бы не только понять суть происходящего, но и определить свою позицию и линию поведения в создавшейся ситуации, адаптироваться в новых политических и социально-экономических условиях. Обострившиеся информационные потребности населения Хакасии и Горного Алтая активно использовали представители различных политических партий, объединений и движений, в том числе, национальных. Наиболее популярными формами массовой коммуникации в данный период являлись листовки, воззвания, приказы, обращения, письма, которые распространяли органы советской и временной власти, подразделения колчаковской, Красной и крестьянской ар-

мий, партизанские отряды всех мастей, а также отдельные лидеры, обладавшие известностью и авторитетом среди населения. Данные документы, по нашему мнению, предназначались в большей степени не для индивидуального, а, скорее, для публичного чтения и дальнейшего устного пересказа. Они использовались при проведении разъяснительной, агитационно-массовой и идеологическо-воспитательной работы, а также для намеренного запугивания и дезинформации граждан, создания у них искаженных представлений о действительности и дальнейшего управления их поведением.

Особенностью коммуникационных процессов в Хакасии в до- и постреволюционный период являлось участие в них значительного числа ссыльных, находившихся на поселении, как на территории национального района, так и в Минусинске и окрестных селах (в т. ч. с. Шушенское, где отбывал ссылку В.И. Ленин). К 1917 г. в уездном центре – г. Минусинске было хорошо развито издательское дело, выходили местные газеты, имевшие, правда, ограниченное хождение на территории Хакасии, что было обусловлено относительно небольшим количеством людей, способных не только читать, но и понимать содержание прессы. Однако материалы изданий активно использовались в устной агитации: ссылка на первоисточник, как мы считаем, повышала степень достоверности распространяемых сведений и доверия к ним аудитории.

Активности массовой коммуникации в Хакасии способствовал и более высокий, чем в Горном Алтае, уровень развития промышленности: наличие не только заводов, рудников и угольных копей, но и рабочих поселков. Сосредоточение людей, занятых коллективным трудом, усиливало коммуникационные процессы и увеличивало объем циркулировавшей информации. В данные процессы вовлекались и представители коренного населения, которые были вынуждены уходить на шахты и прииски в поисках работы. Это в свою очередь повышало роль русского языка в информационном обмене, что стало особенно заметным после создания местной русскоязычной прессы в 1930-е гг. В Горном Алтае отсутствовали предприятия и крупные рабочие поселки, поэтому и отсутствовали условия для активной, в том числе, межнациональной коммуникации. Незрелость транспортных коммуникаций (за исключением Чуйского тракта) затрудняла связь, общение с внешним миром, приводила к определенной информационной и культурной замкнутости местного населения, прежде всего, коренного.

Однако в 1920-1930-е гг. различия в культурном развитии жителей Хакасии и Горного Алтая были заметно нивелированы за счет масштабной организации системы культпросвета. Ее создание в национальных районах, стимулированное решениями XIII съезда ВКП(б), было вызвано необходимостью усиления партийного влияния на сельское население, составлявшее в стране и в Сибири подавляющее большинство, и проведения масштабных реформ на селе.

Увеличение числа центров культуры в сельской местности рассматриваемых территорий способствовало расширению охвата населения культурной работой и приобщению его не только к новым знаниям, но и новым формам по-

требления и трансляции сведений. Реализация большевиками своей информационной политики через массовое культурное просвещение граждан преследовала в первую очередь прагматическую цель, отражавшую специфику советской культурной и национальной политики. Наиболее точно эту цель обозначил В.Л.Соскин: «Просветить массы в такой мере, чтобы в итоге создать армию элементарно образованных тружеников, способных и готовых без разного рода «умственных вихляний» осуществлять цели власти, провозгласившей построение социалистического государства» [12, с. 24].

Организация такого просвещения, включавшего в себя образование (через школы и ликбезы) и воспитание (через учреждения культ- и политпросвета) граждан всех возрастов, создавала возможности для устойчивых процессов массовой коммуникации, стимулировала участие в них людей, обеспечивала доступ к средствам массовой информации, в значительной степени способствовала формированию как отдельных элементов массово-информационного пространства (пресса, аудитория, авторы публикаций), так и данного пространства в целом.

Литература

1. Сибирь в составе Российской империи. М.: Новое литературное обозрение, 2007. 368 с.
2. Миллер А. Империя Романовых и национализм. М.: Новое литературное обозрение, 2006. 248 с.
3. Мартин Т. Империя «положительной деятельности». Нации и национализм в СССР, 1923-1939; [пер. с англ. О. Р. Щелоковой]. М.: РОССПЭН, Фонд «Президентский центр Б. Н. Ельцина», 2011. 855 с.
4. Инкижекова А. И. К истории развития хакасской письменности // Записки. Вып. 2. Абакан: Хакас. обл. гос. изд-во, 1951. С. 119-134.
5. Гладышевский А.Н. Из истории создания хакасской письменности // Республика Хакасия как субъект Российской Федерации: опыт, проблемы, перспективы: мат-лы III республ. науч.-практ конф-и, посвященной 10-летию Республики Хакасия (Абакан, 29-30 июня 2001 г.). Абакан: Изд-во ХГУ им. Н.Ф. Катанова, 2001. С. 166-168.
6. Мохов А.Н. Дореволюционные школы в Хакасии // Ученые записки ХакНИИЯЛИ. Вып. XIII. Сер. историческая. № 1. Абакан: Хакас. отд-ние Краснояр. кн. изд-ва, 1969. С. 68-85.
7. Д. Итоги 4-й инородческой беспартийной конференции // Власть труда, 1923, 17 июня.
8. Мемет Л.П. Ойротия. Очерк национально-освободительного движения и гражданской войны на Горном Алтае. Горно-Алтайск: Изд-во «Ак чечек», 1994. 184 с.
9. Соскин В.Л. Советская культурная политика Сибири (1917-1920-е годы). Очерк социальной истории. Новосибирск: Новосиб. гос. ун-т, 2007. 70 с.

10. Асочаков В. А. Начальный этап культурного строительства в Хакасии (конец 1917–1920 гг.) // Ученые записки. Вып. XIII. Сер. историческая, № 1. Абакан: Хакаское отделение Краснояр. кн. изд-ва, 1969. С. 86-102.

11. Комитет по делам архивов Республики Алтай. Ф. 1. Оп. 1. Д. 460. Л. 55.

12. Соскин В. Л. Советская массовая культура: у истоков (1917-1927 гг.). Новосибирск, 2001. 150 с.

БОГОСЛОВСКАЯ ПРОБЛЕМАТИКА В ТАТАРСКОЙ ПРЕССЕ НАЧАЛА XX ВЕКА

Р.Р. Сафиуллина-Аль Анси,

кандидат филологических наук, доцент

Казанский (Приволжский) федеральный университет (Россия)

E-mail: rezed.saf@mail.ru

Аннотация. В работе представлены результаты изучения текстов татарских ученых, посвященных вопросам теологического характера, опубликованных в татарских журналах и газетах начала XX века. Дается тематический обзор, классификация богословских вопросов, поднимавшихся авторами. На примере этих публикаций мы видим, что с появлением первых газет и журналов на татарском языке, они стали играть важную роль в обсуждении животрепещущих проблем уммы.

Ключевые слова: татарская пресса, татарская богословская мысль, исламское вероучение, исламское право, экзегетика.

Summary. The article deals with the results of the study of Tatar scientists' texts which were devoted to theological issues and published in the Tatar newspapers and magazines in the early twentieth century. It gives a thematic review, the classification of theological issues raised by the authors. It is shown on the basis of these publications that with the advent of the first newspapers and magazines in the Tatar language, they started to play an important role in the discussion of the burning problems of the Ummah.

Keywords: press Tatar, Tatar theological thought, Islamic faith, Islamic law, exegesis.

В начале XX в. на фоне переживаемой татарской нацией трансформации общественной жизни, происходит феноменально бурное развитие национальной прессы. Так, если еще в первой половине 1905 года у татар не было ни одной собственной газеты, то после Манифеста 17 октября и Временных правил о периодической печати (14 ноября 1905 г.), огромная потребность в национальной печати у народа, обладавшего высокой степенью грамотности на родном языке, восполняется с лихвой, только за два года число татарских газет и

журналов достигает двадцати изданий. С 1905 по октябрь 1917 гг. в отдельные годы выходили свыше 100 газет и журналов на татарском языке. [1]

Среди отраженных в данной работе источников насчитываются статьи татарских авторов, опубликованные в 10 периодических изданиях начала XX века («Казан мөхбире», «Мәктәп», «Шура», «Әд-дин вал-әдаб», «Әл-гасрел-жадид», «Өлфәт», «Вакыт», «Дин вә мәгыйшәт», «Укытучы», «Бәянел-хак»).

Тематика публикаций разнообразна. Это и чисто богословские вопросы, связанные с исламским вероучением, мусульманским правом, экзегетикой (тафсир), так и вопросы религиозно-философского характера.

По количеству публикаций первое место занимает тема религиозного образования: критика существующей системы образования, дискуссия по вопросам методологии и методики преподавания религиозных дисциплин, содержания учебных пособий по религиозным предметам. Этим вопросам посвящены статьи Юсуфа Акчуры [2], Хади Атласи [3], Мусы Бигиева [4], Галимджана Баруди [5], Мухаммадкамала Музаффарова [6], Искандара Хамзави [7], Рахимджана Атнабаева [8], Фатиха Сайфи-Казанлы [9, 10], Закира Кадири [11], Загира Аюханова [12], Ахмаджана Мустафы [13], Ризаэддина Фахретдина [14], Шахара Шарафа [15; 16] и др. Публикациям свойствен острый полемический характер. Разворачивающаяся на страницах татарской прессы дискуссия не сводится только к расхождению кадимистов и джадидистов. Сами сторонники обновлений говорят о необходимости осторожного, взвешенного подхода и пишут критические отзывы о первых результатах реформирования религиозного образования [17]. Что же касается противников нового метода, то это, в первую очередь, публикации знаменитого «Ишми ишана» Абу Накиба ат-Тунтари [18; 19; 20; 21] и главного редактора, оплота традиционалистов, журнала «Дин вә мәгыйшәт» Гәляметдина Ханисламова [22; 23; 24; 25; 26].

Выявлено более 17 имен авторов, поднимавших вопросы экзегетики (тафсир) и перевода Корана на татарский язык. Среди них наряду с такими известными татарскими религиозными деятелями, как Галимджан Баруди, Ризаэддин Фахретдин, Муса Бигиев [27; 28], Музаффар Ханафи Музаффар [29], Хасан Пономарев [30; 31], Мухаммад-Наджиб Тунтари [32], Мурад Рамзи [33], Шакирджан Хамиди [34], встречаются и не очень хорошо знакомые широкой публике имена, как, например: Тауфик Ихсани [35], Ш.А.Валиулла [36], Ибрагим Гайни [37], Бадреддин Гимранов [38], Г.Ниязи [39] Ахмад Туктабаев [40], Мотыйгулла Тухватуллин [41; 42], М.Гусманов [43] и др. [44]. Так, Мурад Рамзи, М.-С.Гумари, рекомендовали воздерживаться от толкования священные тексты (насс) Корана и сунны, противоречащие разуму, в отличии от Г.Буби, Р.Фахретдина, М.Бигиева, З.Камали и многих других джадидов, являющихся последователями взглядов Г.Курсави и Ш.Марджани,

Наряду с проблемой взаимосвязи разума и откровения Р.Фахретдин, М.Бигиев [44], Г.Буби [45], М.-Н.Тунтари [46], М. Гаффари [47] и др. поднимают вопрос соотношения науки и религии, отношения к философии и спекулятивно-му богословию (каламу), роль которой в татарских медресе, по характеристике

Дж.Валиди, была «непоколебимой» [48]. К.Таджаманов (Таржеманов, 1907), А.Мустафа (Мостафа, 1915), З.Кадири (Кадыйри, 1912), М.Бигиев рассматривают различия, которые существуют между каламом и учением Единобожия (таухид), предлагают разделять понимание калама и акиды, рассматривают проблему включения или не включения деяний в часть веры и другие актуальные вопросы вероучения. Бурную дискуссию на страницах татарских газет и журналов вызвала инициированная Мусой Бигиевым революционная идея всеохватности божественной милости [51; 52; 53].

В начале XX века многие татарские авторы стремились создать качественно новые, продиктованные требованиями своей эпохи учебные пособия для мусульманских мектебов и медресе. Насчитывается более двадцати различных пособий по исламскому вероучению, составленных такими авторами, как Г.Чокрый, Г.Баязитова, Г.Буби, Х.Забири, А.-Х.Максуди, Г.Радуди, Г.Атави, Г.Баруди, Р.Фахретдин, К.Насыри, Ш.Гауни, Л.Байчурин, Х.Усманов и др., которые представляют собой как краткие учебные пособия на татарском языке, составленные в жанре акиды, в которых излагался перечень основных положений веры (символ веры или мусульманское кредо), так и развернутых изложений проблемных вопросов исламского вероучения [54]. Также издавались учебные пособия по исламскому праву (фикх), методике чтения Корана (таджвид), истории пророка (сира), арабскому языку и другим дисциплинам, преподававшимся в медресе.

В прессе начала XX века, относящееся к проблематике усул ал-фикх (методологии исламского права), противопоставление методов иджтихада и таклида находит свое отражение в статьях Г.Буби, М.Бигиева [55], Р.Фахретдина, М.Музаффарова [56; 57], Сорууредина Мифтахутдина [58], [59] и др. Здесь же рассматриваются и частные вопросы исламского права, связанные с богослужением (ибадат), как, например, ритуального очищения (тахарат), совершения ночной молитвы в короткие летние ночи, пятничной молитвы и пр., так и вопросов взаимоотношений (муамалят), куда относятся брачные, наследственные, торгово-экономические вопросы – ссуда, ростовщичество. Отдельной, заслуживающей особого, пристального внимания, является тема неотчуждаемого имущества (вакфа). Также в связи с вопросами финансово-организационного характера, непосредственно касающихся содержания учебных заведений, особое внимание уделяется рассмотрению темы закята, являющегося один из столпов ислама [60; 61; 62]. Проблема соотношения национальной идентичности и конфессиональной принадлежности выражена в таких темах, как применение родного языка в религиозной практике, при чтении хутбы [63; 64; 65; 66; 67; 68]. Отдельного внимания заслуживают материалы, посвященные гендерному вопросу, в частности, тема хиджаба [69; 70].

Если в рассматриваемый нами период основным информационным ресурсом для мусульман являлась национальная периодическая печать, то сегодня позиционирование ислама в информационном пространстве Республики Татарстан осуществляется государственными светскими средствами массовой

информации (информационными агентствами, новостными сайтами, ТВ, газетами, журналами), частными изданиями, а также сформированном в последние десятилетия мусульманским сегментом медиа (мусульманскими газетами и журналами, религиозными телепередачами, интернет-сайтами). Развитие социальных сетей позволяет сделать достоянием гласности практически любой факт помимо участия ведущих средств массовой информации. И если в начале XX в. обсуждение теологических вопросов происходило в среде религиозно грамотных людей, то сегодня, в результате более чем 70 лет атеистической пропаганды и борьбы с религией, подобной религиозной грамотности уже нет. В современных условиях бурной ре-исламизации татарская богословская мысль начала XX века вызывает особый интерес. Переводы отрывков текстов татарских авторов прошлого регулярно выходят на страницах современных газет и журналов, различных сайтов с мусульманским контентом и даже располагаются в социальных сетях. В последнее время стали возвращаться многие незаслуженно забытые памятники богословской мысли, звучащие поразительно актуально в наше время.

На примере теологических дискуссий, развернувшихся на страницах татарской прессы начала XX века, мы видим, как существенные перемены, происходившие в социально-экономической и культурно-идеологической сферах, способствовали пересмотру определенных концепций и поиску новых ориентиров развития нации, при этом с сохранением базовых религиозно-мировоззренческих ценностей.

В связи с этим, в современных условиях при изучении особенностей формирования и воспроизводства исламского дискурса, чрезвычайно важна преемственность в использовании богословского наследия прошлого с опорой на собственные корни в области мусульманской мысли и науки.

Литература

1. Ахтямова А.В. Национальная пресса и книгоиздание // История татар. Том VII. Татары и Татарстан в XX – начале XXI в. Казань: Институт истории АН РТ, 2013. – С. 161;
2. Акчура Й. Мәктәп вә мәдрәсәләр мәсьәләсе // Казан мөхбире. 1906. №115.
3. Атласи Х. Мәктәпләребездә игътикад һәм гыйльме хәл китаплары // Мәктәп. 1913. №9. Б.222-224.
4. Биги М. Ж. Мәктәп вә мәдрәсәләр // Өлфәт. 1906. 8 июль.
5. Баруди Г. Голүме диния нинди голүм // Әд-Әд-дин вә әл-әдәб. – 1906. №2. 22-23 б.
6. Мозаффар М. Мәктәпләрдә иман вә игътикад укуы // Әд-Дин вәл-әдәб. 1915. № 17-18. Б. 524-528;
7. Әл-Хәмзәви И. Мәдрәсәләребездә фикыһ вә ысул дәресләре // Мәктәп. 1914. №3. Б.75-76;

8. Атнабаев Р. Дини тәрбия вә тәғлим мәсьәләсе һәм дин дәресләре. С. Бикбулат әсәрләре // Шура. 1916. №23. Б.560-562; №24. Б.589-591; 1917. №1. Б.18-20; №2. Б.40-42; №3. Б.66-69.
9. Сәйфи-Казанлы Ф. Мәктәпләребездә гыйбадәт // Мәктәп. 1914. № 1. 26-28 б.;
10. Сәйфи-Казанлы Ф. Школаларда дин мөгаллимнәре // Мәктәп. 1914. № 8. 183-188 б.
11. Кадыйри З. Гыйльме кәлям дәресләре турында мөхтәрәм Хәсән әфәндегә // Шура. 1912. №23. Б.715-718.
12. Аюханов З. Дини вә иҗтимагый мәсьәләләр исемле китапны интикад вә тәкъриз // Шура. 1915. №5. 139 б; №6. 172 б.
13. Мостафа Ә. Дини тәрбия өчен лязем булган әсаслар // Укытучы. 1918. № 1. Б. 67; № 4. Б. 97-98;
14. Фәхретдин Р. Игътикади мәсьәләләр вә игътикад хакында китаплар // Шура. 1915 №1, 4-5 б.
15. Шәрәф Ш. Голүме диния вә голүме жәдидә // Әд-дин вә-л-әдәб. 1908. №7. Б.198-202;
16. Шәрәф Ш. Мәктәп вә мәдрәсәләребез хакында // Әд-дин вә әл-әдәб. 1913. №13. Б.406-408\$
17. Әбүлханов Х. Ысулы жәдиткә каршы беренче адым. Казан: Үрнәк, 1911. 32 б.
18. Түнтәри Ә. Мигъйар әл-хикмәт әл-иҗмалийә // Дин вә мәгыйшәт. 1909. №14 Б.215-216;
19. Түнтәри Ә. Мизан әш-шәригәт вә мизан әрбаб ән-нөжүм мөтәсадим // Дин вә мәгыйшәт. 1915. №42. Б.659.
20. Түнтәри Ә. Сәлләм әл-голүмны уку ни өчен кирәк // Дин вә мәгыйшәт. 1915. №11. Б.171-172;
21. Түнтәри Ә. Тәнфиз // Дин вә мәгыйшәт. 1911. №23. 362-363;
22. Ханисламов Г. Изһар хакыйкәт // Дин вә мәгыйшәт. 1917. №14. Б.159-164.
23. Ханисламов Г. Ихтар // Дин вә мәгыйшәт. 1908. №18. Б.271-272;
24. Ханисламов Г. Тәкъриз // Дин вә мәгыйшәт. 1913. №25. Б.389-390;
25. Ханисламов Г. Тәнбиһ әл-габи тәдмир әд-дәни фи ибтал әт-тәдбир әд-дини // Дин вә мәгыйшәт. 1915. №1. Б.8-9;
26. Ханисламов Г. Шәкертләр дикъкатенә // Дин вә мәгыйшәт. 1913. №43. Б.684-696;
27. Биги М. Ж. Коръәне Кәрим вәҗеһ гарабиясе. Аяте кәримеләре хакында // Шура. 1912. №2. 46-49 б.
28. Биги М. Ж. Коръәне Кәрим хозурында Русья мөселманнары // Вақыт». 1907. №1367. 1-2 б.
29. Мозаффар М. Коръән тәржемәсе хакында // Шура. 1912. №5. 122-125 б.
30. Пономарев Х. Коръән тәржемәсе // Шура. 1912. №5.

31. Пономарев Х. Коръәне Кәрим тәржемәсе хақында // Шура. 1912. №10. 292 б.
32. Түнтәри М. Коръән тәржемәсе // Шура. 1912. №12. 360-361 б.
33. Рамзи М. Коръән тәржемәсе хақында // Дин вә мәгыйшәт. 1912. №17. С. 263-266
34. Хамиди, Ш. Коръән тәржемәсе // Бәянел-хак. 1907. №187.
35. Иһсани Т. Коръән тәржемәсе хақында // Шура. 1912. №13. 387-388 б.
36. Вәлиулла Ш.Ә. Әмәнәт булмак икътисасы илә Коръәне Кәрим тәфсири вә тәржемәсе // Шура. 1912. №6, 167-170 б.
37. Гайни И. Коръән тәржемәсе хықында // Шура». 1912. №2. 52-54 б.; №3. 68-70 б.
38. Гыймранов Б. Коръән Кәрим тәржемәсе хақында // Шура. 1912. №10. – 295 б.
39. Ниязи Г. Коръәне Кәрим тәржемәсе хақында // Шура. 1912/12. 358-360 б.
40. Токтабаев Ә. Коръән тәржемәсе // Шура. 1912. №5. 123-124 б.
41. Төхватуллин М. Коръән тәржемәсе // Шура. 1912. №5.
42. Төхватуллин М. Коръәнне Кәрим тәржемәсе хақында // Шура. 1912. – №2. 51-52 б.; №5, 134-135 б.; №10, 293-294 б.; 1915. №15. 453 б.
43. Госмани М. Тәржемәе Коръән хақында // Дин вә мәгыйшәт. 1912. – №20. 317-318 б.
44. Биги М. Ж. Инсанларның гакийдәи илаһияларына бер назар. Оренбург, 1911.
45. Буби Г. Тәрәккый фөнүн вә мәгариф динсезлеге мәжибме. Казан, 1902.
46. Түнтәри М. Ходүс галәменә игътикад жиһетеннән бер назар. Казан, 1900. 87 б.
47. Гаффари М. Акыл вә нәкыйль мәсьәләсе // Шура. 1913. №8. 228-229 б.
48. Валидов Дж. Очерк истории образованности и литературы татар (до революции 1917 года). М., 1923. С.19.
49. Тәржеманов К. Гакаид вә кәлям // Әд-Дин вәл-әдәб. 1907. № 1. 7-10 б.; №2. Б.45-46; № 3. 84-87 б.; № 4. 110-115 б.; № 5. 135-140 б.
50. Мостафа Ә. Тәухид // Әд-дин вә әл-әдәб. 1915. № 18.
51. Биги М. Ж. Рәхмәте илаһия гомумияте хақында игътикадым // Шура. 1909. №23. 716-720 б.
52. Максуди А.-Х. Муса әфәнде Бигиев вә аның мәсьәләләре // Йолдыз. 1915. №1340. -3 б.
53. Фәхретдин Р. Рәхмете илаһия мәсьәләсе. Оренбург, 1910.
54. Исламское вероучение в учебных пособиях и трудах татарских авторов начала XX в.: Хрестоматия / Сост., введ. и примеч. Р.Р.Сафиуллина. Казань: КП(Ф)У, 2012.
55. Биги М. Ж. Кавагыде фикъһия // Шура. 1911. №12. 43-45 б.

56. Мозаффар М. Ижтиһад вә тәкълид хакында // Әд-Дин вәл-әдәб.- 1915. № 17-18.Б. 556-560.
57. Мозаффар М. Ижтиһад // Шура. 1909. №20. 612-613 б.
58. Мифтехетдин С. Тәкълид вә гыйлем // Шура. 1911. №17. 513-515 б.
59. Фәхретдин Р. Мөнәсыйбе диния // Әл-гасрел-жәдид. 1906. № 7.
60. Аюханов З. Зәкят вә ислам ирадлары // Шура. 1916. №1, 9-15 б.
61. Биги М. Ж. Зәкят мәсарифе, мәктәп мәдрәсәләр нәфакасы // Өлфәт. 1906. №15. 7 б.
62. Фәхретдин Р. Мәктәп вә зәкәт, хәзинә вә земства ярдәме. Оренбург: Кәримов, Хөсәенов вә шөрәкәсе мат.
63. Баруди Г. Гаед хотбәсендә төркичә сөйләнмеш вәгазь //Әд-Әд-дин вә әл-әдәб. 1906. №4. 110 б.
64. Сөләйманов Н. Төрки хотбәләр – беренче ел. Казан, 1911.
65. Татарча хотбә хакында // Дөнъя вә мәгыйшәт». 1907. №11.
66. Фәхретдин Р. Ислам дине вә ана теле // Шура, 1917. №3. 64-66 б.
67. Мозаффар М Ислам дине вә ана теле // Шура, 1917. №9. 198-199 б.
68. Буби Г. Татарча хотбә уку дәрестме? Казан, 1908;
69. Баруди Г. Хатынларда хижәп (пәрдә) // Әд-Әд-дин вә әл-әдәб. 1906. №10. 311-317 б.
70. Бер имам. Хижәп мәсьәләсе // Әл-гасрел-жәдид. 1906. №12. 591-593 б.

КУЗЕБАЙ ГЕРД И МУСА ДЖАЛИЛЬ: ПАРАЛЛЕЛИ ТРАГИЧЕСКИХ СУДЕБ ГУМАНИСТОВ XX ВЕКА

Г.И. Старкова,

кандидат филологических наук, доцент

Удмуртский государственный университет (Россия)

E-mail: stargi@mail.ru

Аннотация. В статье впервые прослеживаются параллели в жизни и творчестве представителей национальной интеллигенции XX века – удмуртского поэта, педагога, редактора и просветителя Кузубая Герда и татарского поэта, редактора, журналиста и просветителя Мусы Джалиля.

Ключевые слова: трагические судьбы, национальные поэты и редакторы детских журналов, Кузубай Герд и Муса Джалиль.

Summary. This article for the first time traces parallels in the life and work of the national intelligentsia's representatives of the twentieth century – the Udmurt poet, teacher, editor and educator Kuzebay Gerd and Tatar poet, editor, journalist and educator Musa Jalil.

Keywords: tragic fate, national poets and editors of children's magazines, KusebayGerd and Musa Jalil.

В процессе знакомства с жизнью и творчеством представителей национальной интеллигенции XX века и гуманистов – удмуртского поэта, прозаика, фольклориста, этнографа, переводчика, педагога, редактора и просветителя Кузебая Герда и татарского поэта, драматурга, редактора, журналиста и просветителя Мусы Джалиля поражают масштабность их личностей, их неуёмная любовь к жизни, стремление к знаниям, целеустремлённость, многогранность творчества, желание как можно больше сделать в этой жизни и служить своему народу. При этом поражают параллельность судеб и их трагичность.

Оба родились в деревне, в крестьянских семьях.

Удмурт Чайников Кузьма Павлович (Кузебай Герд (Узел) родился 2 (14) января 1898 г., как он сам писал в автобиографии, «в бедной вотско-крестьянской семье в деревне Большая Докья Можгинского уезда, Вотской автономной области» (ныне Вавожского района Удмуртии) [1, с. 232].

Татарин Муса Мустафович Залилов (Муса Джалиль) родился 2 (15) февраля 1906 г., как он сам писал, «в семье Мустафы в деревне Мустафино бывшей Оренбургской области (ныне Чкаловская область). В те времена отец мой крестьянствовал» [2, с. 150].

Оба стремились к учению и образованию.

К.Герд в 1910 г. окончил начальное училище, в 1912 г. – двухклассное училище и был принят в Кукарскую учительскую семинарию. В декабре 1918 г. был командирован в Москву на курсы Наркомпроса. В апреле – июле 1919 г. учился на центральных инструкторских курсах Наркомпроса в Москве, слушал лекции А.В.Луначарского, Н.К.Крупской, видел и слушал В.И.Ленина [1, с. 727]. Правление Ленинградского общества исследования культуры финно-угорских народов рекомендовало Герда в аспиранты Академии по этнографии и фольклору.

М.Джалиль учился сначала в деревенском мектебе, в 1913 г. поступает в медресе Хусаиния, был курсантом Оренбургской военно-партийной школы, учился в Татарском институте народного образования, основанном на месте медресе Хусаиния. В 1922 – 1925 гг. учился на Татарском рабочем факультете в Казани [3, с. 44, 68].

Оба учились в московских вузах, работали в Москве в национальных отделах.

Герд в 1922-1925 гг. учился в Московском высшем литературно-художественном институте, посещал класс стиха В.Брюсова, затем в аспирантуре Московского института национальных и этнических культур народов Востока СССР, работал над диссертацией «Удмуртская загадка». В 1929 г. Герд был зачислен кандидатом в докторантуру Академии наук СССР и ему предоставлялась заграничная командировка для специализации по финно-

угрождению, но его отозвали в Удмуртию из-за наговоров. В Москве Герд организовал общество «Боляк».

Джалиль в 1927-1931 гг. учился на литературном факультете Московского государственного университета. Был принят в члены ВКП(б). С 1933 г. заведовал отделом литературы и искусства газеты «Коммунист» на татарском языке. Был редактором татарских детских журналов, выпускаемых в Москве. В 1935-1938 гг. работал руководителем литературной части татарской оперной студии, организованной при Московской государственной консерватории, «татаризировал» русские оперы [2, с. 153].

Оба рано проявили интерес к литературной работе, писали стихи, статьи и пьесы, переводили произведения русских поэтов и писателей, участвовали в выпуске студенческих журналов.

К.Герд выпускал в Кукарской учительской семинарии в 1915 г. нелегальный литературно-художественный рукописный ученический журнал «Семинарское перо». Поскольку Герд был знаком с творчеством основоположника социалистического реализма А.М.Горького, был увлечён его идеями о свободе и лучшей жизни, он поместил в журнале отрывок своего перевода «Песни о Соколе». Больше половины сочинений в журнале принадлежали Герду, им было написано около двухсот стихотворений, были стихи о батырах и войне, а также помещён отрывок из повести «Мотя» («Мати»). Свои стихи, рассказы и статьи он подписывал псевдонимами «Такой-сякой», «Некто иной», «Третий лишний», «Один из многих» и др. [4, с. 34-35].

М.Джалиль в медресе Хусания написал пьесы «Варенье» и «Злой». В деревне участвовал в выпуске журнала детской организации «Кызыл чэчэк» («Красный цветок»), которая была одной «из первых зародышей пионерского движения» в крае [2, с. 151]. Стихи начал писать в 1918 г.

Оба публиковали стихи и статьи в газетах.

Герд сотрудничал с газетами: в первом номере областной удмуртской газеты «Гудыри» («Гром») от 31 октября 1918 г. было опубликовано его стихотворение «Шунды жужалоз» («Солнце взойдёт»). В «Известиях Малмыжского совета» в этом же году он обратился к удмуртам со статьёй «Пинальёстэс дышетэ» («Учите детей»), в которой призывал удмуртов взяться за книги и привести детей в школу, чтобы они со знанием дела строили новую жизнь. В своих статьях Герд учил воспитывать детей, так, в статье «Мар со нылпи утён» («Что такое воспитание детей») в «Гудыри» он утверждал, что воспитание детей не заключается только в том, чтобы ребёнка накормить досыта, а в том, чтобы из него воспитать хорошего человека. В газете «Красное Прикамье» он публикует статью «В сказках богатство души народа», в которой, говоря о детях города, объясняет бедность их воображения, вялость и неподвижность их ума неумелым воспитанием детей и совершенным отсутствием эстетического воспитания. По его мнению, дети и подростки не научены понимать художественные произведения, не научены любить книги. В газете «Ижевская правда» в августе 1926 г. он публикует статью «О вотской детской книге».

В оренбургской газете «Кызыл йолдыз» («Красная звезда») в 1919 г. было опубликовано стихотворение 13-летнего Мусы «Счастье» за подписью «Кечкенә Жәлил» («Маленький Джалиль»). В этой газете напечатано около десяти стихотворений, которые звали рабоче-крестьянскую молодёжь в ряды Красной Армии и говорили о её победе. В 1920-х гг. его стихи появлялись в казанских газетах и журналах. В 1923 г. в татарском сатирическом журнале «Чаян» опубликована часть первой поэмы Джалиля «Новая история пророков», основанной на использовании религиозных легенд. Поэт воспевае гордость освободившегося человека, противопоставляя её рабской психологии. В журнале «Фән һәм дин» в 1929 г. напечатана статья «Антирелигиозная работа среди детей» [3, с. 83]. Джалиль был автором многих материалов и печатался под псевдонимами «Шахмай», «М.», «Мостафа улы», «Асум», «М.Апуш» и др.

Оба интересовались народным творчеством и исследовали фольклорные традиции.

К.Герд собирал легенды, предания, песни, сказки и пословицы родного края, интересовался историей удмуртов, в 1929 г. участвовал в удмуртской лингвистической экспедиции.

М.Джалиль обращался к народной песне. Он считал, что слово должно насыщаться всеми красками земли, всеми её запахами, всеми её радостями и печальями.

Оба активно работали на благо народа и участвовали в общественной работе.

Учитывая, что в период социалистической реконструкции народного хозяйства коммунистическое воспитание детей в области культурной революции имеет чрезвычайно важное значение, Герд организовывал с 1918 г. дошкольные учреждения, чем положил начало дошкольному воспитанию среди вотяков, а своей практической и методической работой углубил это дело. В январе 1919 г. Герд выступил на первом уездном съезде по вотскому народному образованию в Малмыже с докладами «Дошкольное образование», «Проблемы воспитания и обучения в вотских школах». К.Герд в марте 1920 г. был назначен заведующим издательским отделом комиссариата по делам удмуртов в г.Сарапуле. В 1926 г. Герд создал первую Удмуртскую писательскую организацию и был её первым председателем, входил в состав оргтройки национального ядра Всесоюзного объединения писателей «Кузница», принимал активное участие в организации первых детских домов в Удмуртии и республиканского краеведческого музея, работал в Ижевской совпартшколе [1, с. 64].

Джалиль был председателем деревенской детской организации «Кызыл чәчәк» («Красный цветок»). В феврале 1920 г. он вошёл в появившуюся комсомольскую ячейку, входил в отряд коммунаров и участвовал в разгроме кулацких банд. В Казани был переписчиком в редакции газеты «Татарстан». Работал инструктором в уездном комитете комсомола г.Орска, затем инструктором в областном комитете комсомола г.Оренбурга, был членом губернского комитета комсомола. В 1927 г. был делегатом Всесоюзной комсомольской конфе-

ренции, где его избирают членом татаро-башкирской секции ЦК ВЛКСМ при отделе Совнацмен Наркомпроса РСФСР [3, с. 82]. В 1939 г. начал работать в Казани руководителем литературной части Татарского оперного театра. В 1939-1941 гг. был ответственным секретарём Союза писателей Татарии.

Оба любили и понимали детей, были организаторами и редакторами детских журналов.

Герд был организатором и редактором первого иллюстрированного печатного ежемесячного журнала для удмуртских детей «Муш» («Пчёлка»), который вышел в г.Сарапуле в сентябре 1920 г. и сыграл большую роль в развитии духовной культуры подрастающего поколения удмуртской нации [4, с. 165-170]. Такое имя журналу Герд выбрал, восхваляя трудолюбие пчелы и призывая детей быть такими же. Пчелиный рой как символ дружного коллектива присутствует в устном народном творчестве удмуртов и был широко распространён в удмуртской литературе 1920-х гг. Удмуртским детям был знаком и понятен образ пчелы и пчелиного роя, поскольку издавна их деды и отцы занимались бортничеством. Герд при подготовке журнала учитывал особенности детей, воспитательные и познавательные задачи чтения, а также заботился о наглядности, сопровождая каждый рассказ иллюстрациями.

Основная нагрузка в издании журнала легла на плечи К.Герда как редактора и автора большинства текстов. Он проявил себя не только как поэт и писатель, но и как педагог и талантливый организатор, привлекая к сотрудничеству в журнале удмуртских поэтов и писателей, задумывая отделы и подбирая жанры литературных произведений, соответствующие возрасту юных читателей. На страницах журнала опубликованы стихотворение первой удмуртской поэтессы Ашальчи Оки «Сюрес дурын» («У дороги»), детские рассказы Трокая – общественного деятеля и редактора газеты «Гудыри» Т.Борисова, рассказы Микаля (М.Ильина), П.Горохова, стихи самого Герда.

Маленьких читателей журнал знакомил с новыми произведениями удмуртских писателей, с переводными произведениями русских писателей и поэтов А.П.Чехова, Л.Н.Толстого, А.С.Пушкина, М.Ю.Лермонтова и образцами народного творчества – сказками, загадками, пословицами и поговорками. Рассказы, опубликованные в журнале, весьма познавательны, темы актуальны, повествование ведётся, как правило, от имени «всевидающего» и «всезнающего» рассказчика.

В журнале Герд поместил своё стихотворение «Туриос» («Журавли»). Как писал венгерский литературовед П.Домокош, Герда можно считать основоположником удмуртской детской литературы. Он выразительно и впечатляюще знакомил детей с природой и животным миром. Герд заложил основы советской удмуртской детской поэзии, разработав такие важные темы, как тема труда, родины, революционных традиций, и раскрыл красоту родной природы. В журнале печатались произведения самих детей, а также их письма. Был проведён конкурс на знание загадок.

Журнал «Муш» как социокультурный феномен 1920 г. имел огромное значение в деле воспитания и развития удмуртских детей. Он учил детей накапливать новые знания и жить дружно, способствовал коммунистическому воспитанию и эстетическому развитию юного поколения, а также, в целом, культуры удмуртского народа. Журнал стал основой для последующих детских литературно-художественных изданий для чтения для удмуртских детей.

В 1924 г. Герд выпускает книгу для чтения «Шуныт зор» («Тёплый дождь»), а в 1929 г. – «Виль сюрес» («Новый путь»), адресованные учащимся начальных классов, в которых поэт использовал удмуртский фольклор и опубликовал свои стихотворения (свыше 80) и 10 рассказов (из написанных 50), а также произведения Ашальчи Оки.

Стараясь привить детям любовь к родному фольклору и языку, К.Герд, как и в журнале «Муш», включил в книги для чтения загадки, пословицы, песни, поскольку произведения народного творчества были легко доступны детям, служили благодатным материалом для детского чтения и с языковой, и с педагогической точек зрения. Детская поэзия Герда открыла перед юными читателями занимательный мир труда. В пейзажных стихах воспроизводятся картины родной природы, выразительно раскрываются приметы времён года.

В статье «От составителя» в «Виль сюрес» Герд раскрывает задачи этого издания: втянуть ученика в общественно-полезную деятельность; развить в удмуртском ребёнке самостоятельную мысль через эмоции и образные понятия; дать детям лучшие и доступные художественные образцы удмуртского слова. Поскольку «Виль сюрес» предназначался сельским детям (а до 95% удмуртов жили на селе), большинство статей показывают живо, образно и конкретно природу и труд деревни. В условиях отсутствия детских книг для чтения и художественных хрестоматий для удмуртских детей «Виль сюрес» мог быть интересен нескольким группам школ.

В мае 1928 г. выходит второй номер журнала «Кузили» («Муравей»), содержащий программное стихотворение под одноимённым заглавием. Автор под псевдонимом Т-р-р-р (предположительно К.Герд) очень ярко обрисовал значение журнала, особенно для деревни. В этом же номере напечатано стихотворение Герда «Удмурт книга».

М.Джалиль активно участвовал как редактор в подготовке и выпуске в Москве первых татарских детских журналов «Кечкенә иптәшләр» («Маленькие товарищи», 1927 г.) и «Октябрь баласы» («Дитя Октября» / «Октябрёнок», 1929 г.), поскольку он создавал, что литература для детей должна помочь им стать полезными членами нового общества, раскрыть перед ними смысл жизни [5, с. 114-115]. В журналах большое внимание уделялось трудовому воспитанию детей, активному участию их в общественно полезном труде, в ликвидации неграмотности и т.д. В журнале «Маленькие товарищи» он публикует свои рассказы «Дневник Гали» и «Октябрь». Он любил весёлых, озорных, старательных и трудолюбивых детей, для которых писал стихотворения, песни и пьесы. Призывал детей беречь окружающую среду, приумножать её богатства, сажая цветы и деревья. Детская татарская советская литература в те годы,

когда Джалиль начал писать свои первые произведения для детей, только рождалась. Он пишет марши, игровые, шуточные и лирические песни для детей.

Он – член редколлегии журнала «Яшь эшче» («Молодой рабочий»), в котором раскрываются достижения социалистической республики в области науки и техники, публикуются материалы о патриотическом, атеистическом, нравственном и физическом воспитании.

Оба были женаты и имели дочерей.

В браке с Надеждой у Кузубая Герда родилась дочь Айно.

В браке с Аминой у Мусы Джалиля родилась дочь Чулпан.

Оба трагически погибли, но заслуги обоих не забыты последующими поколениями.

К.Герд был арестован в мае 1932 г., его огульно обвиняли в буржуазном национализме, троцкизме, враждебном отношении к Советской власти, в замысле отторгнуть Удмуртию от России, присоединить её к северному союзу финно-угорских стран. В 1933-1937 гг. был узником Соловецкой тюрьмы особого назначения. Расстрелян осенью 1941 г.

По восстановлению доброго имени К.Герда много сделала дочь поэта Айно Кузьминична. Герд был реабилитирован в 1958 г. На родине поэта в Важе ежегодно проходят гердовские чтения.

В начале Великой Отечественной войны М.Джалиль окончил курсы политруков, с 1942 г. был корреспондентом фронтовой газеты «Отвага». Летом 2-я ударная армия попала в окружение, Джалиль был ранен и попал в плен к немцам. Он содержался в Моабитской тюрьме и был казнён в августе 1944 г.

Жена Амина хлопотала о восстановлении доброго имени Джалиля. Реабилитация М. Джалиля происходит уже в 1953 г.: публикуются стихи в «Литературной газете», статья председателя Союза писателей Татарской ССР Г.Баширова в газете «Правда», статья Г.Кашшафа в «Известиях». В Казани выходят «Моабитские тетради». На Втором съезде советских писателей в декабре 1954 г. А.Сурков в докладе о поэзии сказал о М.Джалиле как о патриоте – интернационалисте [3, с. 20]. В 1955 г. издательство «Советский писатель» и Гослитиздат выпускают сборники М.Джалиля. Указом Президиума Верховного совета СССР от 2 февраля 1956 г. Мусе Джалилю посмертно присвоено звание Героя Советского Союза. За цикл стихов «Моабитская тетрадь» он был удостоен Ленинской премии.

Вот таковы дела и параллели трагических судеб гуманистов XX века: и Кузубай Герд и Муса Джалиль прожили короткую, но яркую жизнь, наполненную кипучей деятельностью. И вспоминаются слова:

К. Герда
Надо так умереть,
Чтобы гордо сказали потомки:
«Не в потемках он жил,
И доньне он жив потому!»

М. Джалиля
Железо не ржавеет от труда,
И глина обожжённая тверда,
Оценит мужа по делам народ,
Героя не забудет никогда.

Литература

1. Как молния в ночи... К. Герд. Жизнь. Творчество. Эпоха / сост. и лит. обработка З.А. Богомоловой. Ижевск: Изд-во Удмуртского ун-та, 1998. 752 с.
2. Джалиль М. Мой жизненный путь // Вопросы литературы. 1961. № 7. С. 150-154.
3. Бикмухаметов Р. Муса Джалиль: Личность. Творчество. Жизнь. М.: Худож. лит., 1989. 286 с.
4. Старкова Г.И. Становление и развитие молодёжной периодической печати Удмуртии (1905-1929 гг.): дис. ... канд. филол. наук. Ижевск, 2009. 331 с.
5. Низамов Р.А., Мустафин Ф.И. Муса Джалиль и детские журналы // Советская педагогика. 1972. № 4. С. 114-118.

ПРОБЛЕМЫ РЕФОРМИРОВАНИЯ СИСТЕМЫ НАЦИОНАЛЬНОЙ ПЕЧАТИ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ ИНФОРМАЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ

С.Н. Таишева,

кандидат социологических наук

АО «Татмедиа», заместитель генерального директора (Россия)

E-mail: tatmedia@bk.ru

Аннотация. Статья посвящена реформированию газет и журналов на татарском языке, входящих в АО «Татмедиа». В рамках маркетинговой работы осуществлен ребрендинг изданий, обновлены все сайты газет и журналов, запущены их электронные версии, организована электронная подписка через Госпортал услуг, создан отдельный сайт на подписку электронных и печатных версий изданий.

Ключевые слова: газеты, журналы, периодическая печать, национальная журналистика, реформирование.

Summary. The article is devoted to the reform of the newspapers and magazines in Tatar language. In the context of the marketing work rebranding of publications was performed, all the sites of newspapers and magazines were updated, their electronic versions were launched, and the digital subscription was organized through Gosportal services, separate website was created for the subscription to electronic and printed versions of publications.

Keywords: Newspapers, magazines, periodicals, national journalism, reform.

Преобразования в обществе, связанные с интенсивным внедрением информационных технологий, использованием гаджетов среди пользователей медиа продукции, изменение экономических реалий, а также ряд других важных причин обусловили необходимость реформирования национальных печатных

СМИ. Так, эти преобразования были отражены в одном из основных документах – Стратегии развития АО «Татмедиа», который был разработан два года назад. В начале 2016 года было принято решение финансово обосновать эти преобразования в долгосрочном аспекте до 2020 года с учетом того, что на республиканском уровне была одобрена «Стратегия 2030», охватывающая все основные отрасли, активно развивающиеся в Татарстане.

Один из разделов перспективного плана работы АО «Татмедиа» с 2014 по 2017 годы был посвящен перспективам развития печатных СМИ с акцентом на предстоящие изменения в журнальной группе. Этому предшествовали изменения, связанные с переходом изданий с газетного формата на журнальный. Так, на базе газеты «Сабантуй» в январе 2014 года возник одноименный журнал. Издание «Мәгърифәт» в середине 2013 года пришло к своим подписчикам в виде журнала «Гаилә һәм мәктәп». Сегодня на фоне происходящего повышения тарифов на почтовые услуги можно говорить, что эти преобразования оправдали себя. Двухлетний журнал для учителей и родителей «Гаилә һәм мәктәп» на март 2016 года собрал аудиторию в 5300 подписчиков.

Начиная с 2014 года, большинство из журналов в структуре АО «Татмедиа» претерпели значительные изменения. На тот момент в медиа активы входили следующие журналы: «Татарстан», «Сөембикә», «Салават күпере», «Сабантуй», «Ялкын», «Карл Фукс», «Идель», «Майдан», «Казан утлары», «Сәхнә», «Казань», «Казанский медицинский журнал», «Мәгариф», «Гаилә һәм мәктәп», «Чаян». За счет дополнительных доходов осуществлялось финансирование 4 ежегодных номеров литературного журнала «Аргамак», издаваемого в Набережных Челнах. Однако вследствие неясной концепции, отсутствия реальных рекламных поступлений журнал «Карл Фукс», родившийся в нише закрывшейся газеты «Молодежь Татарстана», не смог укрепить свои позиции среди молодежной аудитории и закрылся спустя 10 месяцев в декабре 2014 года. Подписаться на это издание изъявили желание только 2 человека.

В настоящее время все журналы, входящие в состав АО «Татмедиа», распространяются по подписке. Сегодня 2 журнала издаются на русском языке – «Казань», «Казанский медицинский журнал», 11 – на татарском, а 3 журнала «Чаян», «Идел / Идель», «Татарстан» издаются на двух государственных языках. Совокупный печатный тираж журналов АО «Татмедиа» на I полугодие 2014 года составил 83 тысячи 443 экземпляра. В соответствии с данными на начало января 2016 года медиахолдинг выпускает журналы совокупным тиражом 57 994 экземпляра, из которых около 10 тысяч приобретают по линии Министерства культуры Республики Татарстан для поставки в муниципальные библиотеки. К сожалению, эти цифры показывают, что каждое полугодие снижение тиражей вследствие повышения цены на подписку происходит на 10-15%. С другой стороны, экономические изменения в стране вследствие роста доллара и евро приводят к повышению цен на бумагу и типографские услуги. Издание литературных, исторических, детско-юношеских журналов, которым тяжело привлечь рекламодателя, становится нерентабельным.

Как пишет М.В.Шкондин, «процессы общественной трансформации в России изменили количество и состав участников массового информационного процесса» [2, с. 179]. Такие процессы характерны и для информационного пространства Татарстана. Появление федеральных глянцевого журналов и республиканских частных газет привело к перераспределению медиарынка. Так, в последние годы на журнальном рынке появились конкуренты в сфере глянца, которые ведут активную борьбу за читателей и рекламодателей – «Элита Татарстана», «Собака.ру», «Кураж», «Я покупаю», «First Key». Конкурентные издания на татарском языке в большей степени представлены среди газет: газета «Акчарлак» (34 тыс. экз.), «Ирек мәйданы» (33 тыс. экз.), «Себерке» (16 тыс. экз.) и другие. В совокупности частные печатные издания – это почти ежемесячный объем в 130 тысяч экземпляров. И это не дает оснований говорить нам, что спрос на татароязычную периодику упал. Дополнительно спрос на татароязычные районные газеты, входящие в состав АО «Татмедиа», составляет 85 тыс. экз. Среди них самыми тиражными являются «Маяк» (Азнакаевский район) (7600), «Хезмәт даны» (Кукморский район) (5214 экз.), «Актаныш таңнары» (Актанышский район) (4820 экз.) и «Арча хәбәрләре (Арский район) (4649 экз.).

В связи с высокой себестоимостью, на татарском языке в частном сегменте представлены немногочисленные журналы «Тылсылмы куллар» (1,5 тыс. экз.), «Гаилә учагы» (6,8 тыс. экз.). В структуре АО «Татмедиа» появился новый проект – журнал для учителей татарского языка, который издает дирекция журнала «Магариф» – это «Магариф. Татар теле». Изначально вышедший в электронном формате, он после многочисленных обращений педагогов, стал издаваться и в печатном варианте.

Повышение стоимости на бумагу и почтовые услуги привело к увеличению стоимости подписки на наши издания и в конечном итоге отразилось на изменении тиражей газет и журналов. В связи с этим одной из основных задач сегодня в рамках реформирования – это стабилизация тиражей и их увеличение. Этому способствуют структурные преобразования, обновление кадрового состава, улучшение качества печати и контента изданий. В последние годы, по отзывам читателей, изменился контент журналов, став интереснее и полезнее. Во многих журналах публикуются ранее неизданные архивные материалы и нигде не опубликованные произведения ученых, писателей.

Подводя итог, можно подчеркнуть, что в части реформирования со стороны АО «Татмедиа» за последние два года проведена большая работа. В рамках маркетинговой работы осуществлен ребрендинг изданий (Ребрендинг – нахождение новой позиции для бренда и модификация идентичности бренда, т.е. обновление бренда, изменение одной или нескольких его составляющих [1, с. 551], обновлены все сайты журналов, запущены их электронные версии, организована электронная подписка через Госпортал услуг, создан отдельный сайт на подписку электронных и печатных версий журналов www.tatpodpiska.ru Реформирование национальной прессы и все преобразования, которые осу-

ществляются параллельно с внешней и внутренней обстановкой, способствуют достижению корпоративных целей АО «Татмедиа».

Литература

1. Словарь новейших иностранных слов (конец XX–XXI вв.). М.: АСТ: Астрель, 2009. С.551.
2. Средства массовой информации России: Учеб. пособие для студентов вузов / М.И. Алексеева, Л.Д.Болотова, Е.Л. Вартанова и др. Под ред. Я.Н.Засурского. М.: Аспект Пресс, 2008.

ОСОБЕННОСТИ ЖУРНАЛИСТИКИ ХАКАСИИ ВОЕННЫХ ЛЕТ (НА ПРИМЕРЕ ПУБЛИКАЦИЙ В.БАБИЧ)

В.С. Титова,

студентка

Хакасский государственный университет им. Н.Ф.Катанова (Россия)

E-mail: ya.viktoriya1020@yandex.ru

Научный руководитель: кандидат исторических наук, доцент **Ю.Б.Костякова**

Аннотация. Автор выделила основные причины трансформации прессы и особенности развития журналистики Хакасии в период Великой Отечественной войны. Анализ публикаций В.Бабич позволил выявить особенности освещения мирной тематики в газете «Советская Хакасия».

Ключевые слова: особенности журналистики, газета «Советская Хакасия», публикации В.Бабич.

Summary.The author points out the main reasons for media transformation and development peculiarities of journalism in Khakassia during the Second World War. Analysis of V. Babich's publications allows identifying some features of the coverage of peaceful theme in the newspaper «Soviet Khakassia».

Keywords: particularly journalism, the newspaper «Soviet Khakassia», the publication of V. Babich's.

Во время Великой Отечественной войны печатные СМИ были одним из основных источников информации для местного населения. Периодические издания не только сообщали о происходящем на фронте и в тылу, но и являлись специфическим оружием, нацеленным на формирование патриотизма. В военных условиях прессе приходилось работать в особом режиме. Это влекло за собой значительные изменения, которые, прежде всего, касались внешнего вида изданий и содержания предоставляемой ими информации. Прессу Хакасии эти преобразования затронули уже в августе 1941 г. Так, с введением режима эко-

номии, газеты, выходившие на территории автономной области, были переведены на двухстраничный выпуск. Прежде всего, это коснулось районных и городских изданий. Выход газет сократился с 8-10 до 4 раз в месяц и даже до 1 раза в 10 дней. Параллельно со всем этим шло массовое сокращение штатов редакций. Из всех изданий автономной области, в большей степени, сохранить свой объем, формат и периодичность удалось только русскоязычной областной газете «Советская Хакасия» [1, с. 40-41]. Это позволило изданию, как мы считаем, освещать гораздо больше событий, происходивших не только в целом по стране, но и в тылу.

Мы проанализировали содержание «Советской Хакасии» и сделали вывод о том, что в первые годы войны жизнь населения области освещалась довольно скудно, так как основное место занимали материалы обязательного характера: многочисленные сводки, сообщения Совинформбюро, указы Президиума Верховного Совета, а также передовые статьи и всевозможные призывы: «За Родину, за Сталина!», «Разгромим фашистское гнездо», «Поднимем производительность труда» и т.п. Также в выпусках издания превалировали публикации, связанные с определенным кругом тем: сообщения о действиях советской армии на фронтах, хвала героям, письма с фронта и на фронт, заметки о передовиках, урожаях и помощи фронтовикам.

На последних этапах войны общая, военно-политическая и стратегическая обстановка в стране коренным образом изменилась в пользу СССР и его Вооруженных сил. Территория страны была освобождена от фашистских захватчиков, и все последующие военные действия советской армии проводились за ее пределами [2, с. 19]. Все это привело к тому, что тематика печатных изданий начала меняться, а материалы мирного характера, о бытовой жизни и занятиях населения на страницах исследуемой газеты стали преобладать над публикациями военного характера. Наиболее ярко эти изменения проявились в творчестве Веры Бабич.

Особенностью прессы Хакасии в военный период являлось то, что с ней вели активное сотрудничество эвакуированные, которые выступали в роли внештатных корреспондентов, авторов литературных произведений или художников. Исключением из этой практики стало принятие в штат областной газеты «Советская Хакасия» будущей известной ленинградской писательницы В.Бабич, оказавшейся во время войны в эвакуации в г.Абакане. С 1 января по 22 августа 1944 г. она проработала в редакции в качестве журналиста. Мы проанализировали подшивки газеты и обнаружили, что за этот промежуток времени было опубликовано 54 творческих материала, принадлежащих перу В.Бабич. Эти публикации во многом помогают судить о ее вкладе в жанровое и тематическое формирование газеты в 1944 г.

На страницах «Советской Хакасии» творческий потенциал журналистки проявился преимущественно в рамках художественно-публицистических жанров, которые до этого времени появлялись на страницах газеты крайне редко. В качестве основного жанра В.Бабич избрала сюжетные зарисовки. Благодаря

этому 7 января 1944 г. в «Советской Хакасии» была создана новая рубрика «С блокнотом по городу», где журналистка публиковала свои «заметки с натуры». Это были подборки миниатюр, дававших представление о бытовой жизни областного центра – г.Абакана и его жителей в предпоследний год войны. Особенность зарисовок В.Бабич заключалась в том, что они представляли собой произведения обличительного характера, в которых высмеивались пороки человеческого общества, наблюдать которые ей доводилось лично. Так, однажды, посетив кинотеатр, журналистка стала жертвой бескультурного поведения его посетителей и работников, о чем она рассказала так:

«У входа в кинотеатр – пробка... К контролю не пробраться... Наконец, задние с криком «Взяли!» вносят нас по воздуху в фойе. Я оставляю в коридорчике одну пуговицу и половину манжет рукава пальто, становлюсь на ноги и пытаюсь прийти в себя.

– Ваши билет? – хватает меня за оставшуюся пуговицу контролер....

– Позвольте, что же вы так дергаете зрителя, что вырываете пуговицы?

– ...В коридоре у вас оторвали полрукава и не отдали, и вы не возмущаетесь, а я возвращаю вам пуговицу и вы еще недовольны....

В кинозале свист, улюлюканье, перекличка как в лесу. Здесь ... царство нарушителей правопорядка. Они лузгают семечки, толкают зрителя, возятся на стульях, криками заглушают звук киноленты» [3].

В своих миниатюрах Вера Бабич не прибегала к осуждению общественных пороков, не предавала «их стыду и позору», однако благодаря своему чуткому видению мира, способности замечать особенности речи и поведения героев своих зарисовок, а также подмечать малейшие детали окружающей обстановки, ей удавалось удивительно точно передать весь «трагикомизм ситуации», в которой человеческое бескультурье проявлялось во всем своем «блеске». В качестве примера можно привести следующий разговор между посетительницей и работницей столовой, который В.Бабич привела в своей зарисовке:

«– Вы мне подали грязную ложку. Перемените, пожалуйста, – обращается к продавице пожилая женщина.

– Обойдешься и такой! – кричит подавальщица и с треском ставит на стол глиняную миску со щами. Щи расплескиваются.

– Я требую, чтобы вы обращались со мной вежливо и говорили мне «Вы».

Очевидно, что это показалось подавальщице настолько из ряда вон выходящим, что она сначала от удивления растерялась, а потом расхохоталась в лицо женщине.

– Нет, каково! Она требует от меня обращение «на Вы», подумаешь какая артистка!» [4].

С 6 февраля 1944 года рубрика «С блокнотом по городу» перестала выходить, а заметки журналистки получили свое логическое продолжение в фельетонах, которые «впоследствии послужили примером для других авторов газеты, что повлекло за собой возрождение этого, почти забытого с начала войны, жан-

ра». Поводом для написания материалов для журналистики являлись письма – жалобы и обращения читателей в редакцию [1, с. 109]. Фельетоны В.Бабич представляют собой резкую критику и осуждение «героев» этих жалоб. Ярким примером такого пылкого порицания журналисткой является фельетон «Гарантия» [5]. В нем автор рассказывает о том, что артель «Абакан» выпускает некачественную продукцию, буквально разваливающуюся в руках. Без зазрения совести, пользуясь безвыходным положением населения, начальство цеха поставляет такой товар на прилавки и в оправдание на многочисленные жалобы с улыбкой отвечает: «...наша артель не дает гарантии».

Фельетоны В.Бабич являлись своеобразным требованием общества к соответствующим органам обратить внимание на ситуацию и применить меры. И, надо сказать, что требования эти без внимания не оставались. Так, в своем фельетоне «Кошечка» [6] В.Бабич поведала о возмутительном отношении к делу телефонистки почты ст.Шира Шукшиной. Благодаря этой публикации виновная была уволена на следующий же день [7].

Будучи одаренным человеком, В.Бабич не могла проигнорировать в своем творчестве такой жанр как рассказ («Два Отца», «Он нашел семью», «Семья партизана»). К сожалению, на страницах газеты рассказы журналистки встречаются очень редко. Это связано с режимом экономии газетной площади, который не позволял публиковать материалы большого объема. Так же причиной ограничения служили требования, предъявляемые к газетным материалам, а именно: оперативность, действенность, критичность. Вследствие этого «лирике приходилось уступать место критике» [1, с. 109].

Рассказы В.Бабич представляли собой небольшие по объему произведения, в которых повествуется о нелегкой судьбе отдельно взятых людей во время войны. Это фрагмент их жизни, наполненный переживаниями, трудностями, а порой радостями и теплой грустью. В своих рассказах В.Бабич пыталась показать то, сколько горя и боли приносила советскому народу Великая Отечественная война. Но вместе с тем она описывала духовно сильных людей, сломить которых не могли никакие несчастья, людей, чей самоотверженный труд и стойкость заставляют восхищаться.

Произведения журналистки наполнены гордостью за свой народ, который готов был пожертвовать жизнью ради скорейшей победы. Так, например, в рассказе «Семья партизана» журналистка описывает жизнь Валентины Лаврентьевой. В годы войны ей с двумя детьми пришлось отправиться из города Кингисепп в Абакан. Муж Валентины остался на родине для выполнения специальных заданий в тылу врага. В Абакане люди жили «подтянутой трудовой жизнью», работали для фронта, чтобы отправить советским солдатам эшелоны с едой, добротным зимним обмундированием и оружием. Валентина тоже трудилась, а когда пришла весть о гибели мужа она стойко перенесла это тяжелое известие, продолжала работать и мечтала после войны вернуться на родину и показать детям могилу отца и его боевых товарищей, чтобы «навсегда они запомнили величие и мужество духа павших в борьбе за их счастливую жизнь» [8].

Мы считаем, что в газете могло быть размещено гораздо больше рассказов В.Бабич. К немногочисленным ее художественно-публицистическим материалам, которые встречаются на страницах «Советской Хакасии», также можно отнести и портретные очерки. В них, как и в рассказах, повествуется о судьбах людей, на чьи плечи легли тяжести военных лет. Ими были наши земляки – герои, которые жертвовали собой, отдавали жизни во имя великой Победы. Показательным в этом плане является очерк «Таня Кучендаева». В.Бабич дает описание довоенной жизни хакасской девушки. Таня всегда была очень трудолюбивой и жизнерадостной, активно занималась самообразованием, выучилась на медсестру городской физиолечебницы, стала активисткой санитарно-оборонной работы. Сокровенной мечтой Тани было попасть в армию и приобрести военную специальность. Она усиленно работала, занималась в кружке снайперов, научилась метко стрелять. Когда пришла война Таня сразу же попросилась на фронт. Там, на своих плечах в разгар военных действий эта храбрая девушка выносила с поля боя раненых товарищей. Несколько раз она была ранена сама, но после выздоровления снова возвращалась на фронт. За проявленные доблесть и мужество она была награждена двумя правительственными наградами: орденом Красной Звезды и орденом Ленина. 6 ноября 1943 г. в страшном бою осколком от разорвавшегося снаряда Таню снова ранило – на этот раз смертельно. «За Родину, за «Великую победу» отдала свою жизнь мужественная и любимая дочь хакасского народа» [9].

Помимо художественно-публицистических В.Бабич использовала в своем творчестве и информационные жанры, в которых, как правило, работали ее коллеги. Наиболее часто в «Советской Хакасии» встречаются ее репортажи («Художественный» кинотеатр», «А воз и ныне там») и заметки («В магазине Когиза», «Закончился учебный год», «В абаканской аптеке»). Гораздо реже на страницах областной газеты можно обнаружить новости за ее подписью («Конкурс на лучший рисунок и сочинение», «Студенческая лыжная эстафета»). С 22 августа 1944 г. материалы В.Бабич перестают публиковаться на страницах «Советской Хакасии». По всей видимости, журналистка уехала из автономной области во время массовой эвакуации жителей освобожденных территорий [1, с. 109].

Таким образом, особенностями журналистики Хакасии военных лет является то, что печатным изданиям приходилось существовать в условиях жесткого режима экономии, что сказалось, не только на объеме информации, но и на ее тематике: мирная жизнь практически ушла со страниц газет, основными же материалами становились публикации военного характера. Изменение ситуации произошло только в последние годы войны, когда положение на фронте переменилось в пользу советской армии, фашистские войска были изгнаны за пределы СССР, а угроза с их стороны практически ликвидирована. Так как страна больше не нуждалась в активной военной пропаганде в обществе, у печатных изданий стала появляться возможность публиковать материалы мирного характера.

Также важнейшей особенностью прессы автономной области военного периода являлось активное сотрудничество с ней эвакуированных, в том числе, В.Бабич. Это способствовало значительному расширению жанрового и тематического разнообразия печатных изданий. А также создавало условия для возрождения забытых жанров, таких как, в частности, фельетон, сюжетная зарисовка, очерк.

Литература

1. Костякова Ю.Б. Медиакультурное пространство Хакасии в годы Великой Отечественной войны. Абакан: ФГБОУ ВПО «ХГУ им. Н. Ф. Катанова», 2012. – 180 с.
2. Великая Отечественная война 1941-1945: энциклопедия / Гл. ред. М.М.Козлов. Редколл.: Ю.Я.Барабаш, П.А.Жилин (зам. гл. ред.), В.И.Канатов (отв. секретарь) и др. М.: Сов. энциклопедия, 1985. 832 с.
3. Бабич В. В кинотеатре // Советская Хакасия, 1944. 2 февраля. С. 4.
4. Бабич В. В столовой // Советская Хакасия, 1944. 9 января. С. 4.
5. Бабич В. Гарантия // Советская Хакасия, 1944. 30 июня. С. 4.
6. Бабич В. Кошечка // Советская Хакасия, 1944. 5 мая. С. 4.
7. По следам наших выступлений «Кошечка» // Советская Хакасия, 1944. 19 мая. С. 4.
8. Бабич В. Семья партизана // Советская Хакасия, 1944. 7 января. С. 2.
9. Бабич В. Таня Кучендаева // Советская Хакасия, 1944. 30 января. С. 4.

ВЬЕТНАМСКАЯ КУЛЬТУРА КАК ФАКТОР ГУМАНИЗАЦИИ НАЦИОНАЛЬНЫХ СМИ (2012-2016 ГГ.)

Чан Ван Ле,
аспирант

Воронежский государственный университет (Россия, Вьетнам)
E-mail: bluestar19891989@gmail.com

Аннотация. В статье рассмотрен вопрос о гуманистическом потенциале правдивой информации о политических реформах во Вьетнаме. Делается попытка связать реформы в СМИ с либерализацией компартии Вьетнама, с демократизацией общественной жизни. Эволюция гуманистических идеалов СМИ прослежена в контексте глобализации медийных процессов в развивающихся странах и в связи с модернизацией экономики.

Ключевые слова: гуманизм, СМИ развивающихся стран, демократизация, гуманизация культуры.

Summary. The article deals with the humanistic ideals of truthful mass media reporting on political reforms in Vietnam. These reforms are connected with the

problems of liberalization in communist party and democratization of civil society. Evolution of humanistic ideals in mass media is analyzed in the context of mass media globalization in developing countries and in dependence from economic modernization.

Keywords: humanism, mass media in developing countries, democratization, cultural humanization.

Изучение культуры как носителя гуманизма и влияния национальной традиции на масс-медиа Вьетнама важно в ситуации распространения культурной глобализации с ее плюсами и минусами. Жизнь народа во Вьетнаме в последние годы изменилась к лучшему, хотя бедность пока сохраняется. Как показали исследователи Чан Динь Хьюу, Чань Тхань Тхе и др., престиж Вьетнама на международной арене вырос, созданы предпосылки для продолжения мощного и более устойчивого развития страны на новом этапе, чему способствовала смена политического курса в недавние годы, что сказалось на духовной жизни миллионов наших сограждан.

Другим событием недавних лет стало присоединение СМИ Вьетнама к Всемирной паутине. Сегодня во Вьетнаме издаются 160 газет, 420 журналов и около четырех десятков бюллетеней; их совокупный тираж превышает 700 млн. экземпляров. Ежедневно выходят 25 центральных и местных газет. Наиболее авторитетные и многотиражные – «Нянзан» («Народ»), «Куандой нянзан» («Народная армия»), «Конган нянзан» («Народная полиция») «Ханой мой» («Новый Ханой»), «Лаодонг» («Труд»), «Сайгон зяйфонг» («Освобожденный Сайгон»), «Туойче» («Молодежь»), «Аннинь тхезой» («Международная безопасность»).

Пресса Вьетнама часто рассматривает проблемы гуманизации культуры, эта тема связана с проблемами имиджа страны, потому что традиция добра и гуманизма во всех странах является хорошим товаром. Современная народная культура популяризируется с помощью доступных СМИ, она тоже продается как любой предмет, продается как газеты, журналы, культурный продукт хорошо рекламирует образ страны. Иллюстрированные вьетнамские журналы отличаются хорошим оформлением, хорошим качеством бумаги, хорошей краской. Во Вьетнаме в результате глобализации стали модными глянцевые издания, чаще всего мировые бренды (*Космополитен*, *Харперс базар*, *Эль*).

Глянцевый журнал HERITAGE (Наследие) стал смесью культурной публицистики и рекламы. «Вьетнамские авиалинии» – это фирма, которая курирует журнал, на страницах данного издания публикует собственную рекламу, также рекламирует образ страны, при этом делает рекламу увлекательно. Она дает материалы для журналистов, и журнал живёт за счёт рекламы.

Западная культура, особенно культура США, сильно влияет на вьетнамскую культуру, и, можно сказать, что через Интернет-СМИ Вьетнама мы можем узнать многое о культуре молодежи и ее проблемах. Имидж Вьетнама, со-

здаваемый национальными СМИ, как правило, дает идеализированную картину, здесь нужен реализм и достоверный подход к проблемам.

Компартия пытается стать более демократичной, ставить человека в центр своей работы, однако в последние годы остро встала проблема совершенствования политического руководства. Хо Ши Мин, Ле Зуан, Ле Дык Тхо и другие лидеры остаются для народа главными вождями. Но нужны и сторонники рыночной экономики. Гуманизм в жизни стал темой творчества публицистов (Хай Тхинь, Фан Ван Хум и др.), статьи которых пользуются популярностью в кругах интеллигенции.

ФОРМИРОВАНИЕ ЖУРНАЛИСТСКИХ ТРАДИЦИЙ В ДЕРЕВОЛЮЦИОННОЙ ХАКАСИИ (НА ПРИМЕРЕ СОТРУДНИЧЕСТВА АВТОРОВ С ЖУРНАЛОМ «СИБИРСКАЯ ДЕРЕВНЯ», Г. КРАСНОЯРСК)

О.П. Шемелина,

студентка

Хакасский государственный университет им. Н.Ф.Катанова (Россия)

E-mail: napishi-ole@mail.ru

Научный руководитель: кандидат исторических наук, доцент **Ю.Б.Костякова**

Аннотация. В статье проведен анализ содержания журнала «Сибирская деревня» (г. Красноярск) за 1914-1915 гг. Выявлены авторы – жители Хакасии, которые публиковали свои материалы в этом издании. Прослежен процесс формирования журналистских традиций в дореволюционный период.

Ключевые слова: Хакасия, журналистские традиции, журнал «Сибирская деревня».

Summary. This article analyzes the content of the magazine «Siberian village» (Krasnoyarsk) 1914-1915 years. It is identified what authors – the people of Khakassia - published their contributions in this edition. The process of the formation of journalistic traditions in the pre-revolutionary period is traced in the article.

Keywords: Khakassia, journalistic tradition, journal «Siberian village».

Основная часть прессы вплоть до XX века выходила в Москве и Санкт-Петербурге. Но в предреволюционное десятилетие в Сибири большое развитие получила сельская кооперация, и сельскохозяйственные издания появились во многих крупных сибирских городах. Так, в Красноярске с 1913 г. стал выходить журнал «Сибирская деревня» [1]. В нем публиковались авторы со всей Сибири, в том числе и из Хакасии. На тот момент она представляла собой инородческий район, где большую часть населения составляли хакасы, у которых уровень грамотности был ниже, чем у русскоязычного населения. Несмотря на это,

в «Сибирской деревне» публиковались как авторы-русские, так и авторы-хакасы (Т.Майнагашев, Г.Итыгин, И.Барашков). На сегодняшний день их материалы представляют собой огромную ценность, поскольку их изучение позволяет не только лучше познакомиться с историей родного края, но и проследить формирование журналистских традиций в дореволюционной Хакасии.

1914-1915 гг. – годы наиболее активного сотрудничества авторов из Хакасии с «Сибирской деревней». Поскольку журнал являлся специализированным, большую часть его содержания составляли материалы о работе сельской кооперации и письма ее участников. Но в издании также публиковались и рассказы, фельетоны, стихи, поучительные истории, басни и песни. Редакция журнала пропускала в печать различные по тематике, жанру и уровню грамотности материалы, поэтому на страницах издания можно было встретить публикации, как постоянных авторов, так и «одноразовые» послания.

Фронтальное исследование содержания «Сибирской деревни» за 1914–1915 гг. позволило выявить тех, кто сотрудничал с журналом регулярно – Георгий Итыгин, Иван Барашков и Константин Потанин.

К.Потанин, житель с.Таштып, за два года печатался в журнале двенадцать раз. Все материалы этого автора опубликованы под его именем. В основном К.Потанин писал о событиях, происходивших в его селе. Но темы, которые он затрагивал в своих публикациях, были злободневными и постоянно освещались в «Сибирской деревне»: борьба с пьянством, мошенничество местных чиновников, помощь воинам-сибирякам, сражающимся на фронтах Первой мировой войны. К.Потанин являлся членом «Сибирского Общества для подачи помощи раненым воинам-сибирякам», поэтому в своих заметках обращал особое внимание на вопросы сбора средств в пользу воинов-сибиряков и их семей, а так же обличал скупых на помощь купцов и выражал слова благодарности тем, кто остался неравнодушным.

Другой постоянный автор – Г.Итыгин – так же на протяжении двух лет публиковал свои материалы в журнале. В 1914 году в «Сибирской деревне» вышли четыре его публикации, в которых автор затрагивал такие темы, как алкоголизм, достаток и бедность, а так же проблемы экологии. Например, в своей статье «К вопросу вырубки лесов» (№ 19), автор говорил о том, что уничтожение лесов и весенние палы ведут к обмелчанию рек и озер. Но уже в 1915 г. он перестал присылать заметки из с.Аскизского и других населенных пунктов Хакасии и ограничился лишь стихотворными произведениями – баснями «Цыган» и «Свинья», в которых высмеивал человеческие пороки. Так, например, в басне «Цыган» автор на примере главного героя показал, как хитрость и жадность помогают выжить молодому цыгану:

Цыган Сидорка на рынок лошадь вывел продавать,

Иль променять ее и взять придачу.

«А ну, – кричит и тычет в бока клячу,

А ну, моленая, не вздумай выдавать.

Эй, кто охотник! продам или сменяю, –

*Ведь я лишь этим промышляю:
Тянусь, как вол,
Ночей не сплю, как вор,
Работаю, тружусь
И сытым спать ложусь.
Поверьте, людям я одно добро сбываю, –
Никто проклятья мне не шлет вдогонку» [2].*

Одиннадцать публикаций принадлежат другому автору из Хакасии – И.Барашкову. Большая часть (восемь) его опубликованных материалов приходится на 1914 г. В первых номерах за 1915 г. были нами обнаружены три материала – одно стихотворение и две информационные заметки. Этот автор писал о проблемах пьянства среди инородцев, о различных аспектах деятельности кредитных обществ и сельских кооперативов. И.Барашков демонстрировал очень высокий уровень грамотности, хорошо разбирался в том, о чем писал, Его материалы носят преимущественно информационный и аналитический характер.

Среди авторов, корреспондирующих в журнал непостоянно, был житель с.Таштып Афанасий Макаров. За 1914 г. он опубликовал в «Сибирской деревне» три материала, подписав их своим именем: «Пьянство среди народов Минусинского уезда процветает» (№ 20), стихотворение «Плач пахаря» (№ 15) и заметку «Ягодные сады», где писал о том, что разведение ягодных кустарников может приносить стабильный доход (№ 16). Ему же, как мы считаем, принадлежит заметка под псевдонимом «А.М.», в которой автор утверждал, что весенние палы часто становятся причиной лесных пожаров. Его материалам присуще тематическое и жанровое разнообразие.

В 1915 г. на страницах «Сибирской деревни» появились новые авторы из Хакасии, ранее в ней не публиковавшиеся, в частности, М.Монастыршин. Особое внимание он обращал на проблемы улуса Вершино-Биджинского (ныне – с.Вершина-Биджа Усть-Абаканского района). В заметке «О нравах инородцев» автор говорит о том, что пьянство и лень есть причина бедности его односельчан. Поднимая вопрос пьянства, автор привел в пример историю, которая случилась с его односельчанином. Константин Балыков приехал в с.Усть-Абаканское по делам. Заодно зашел в лавку общества потребителей, где забрал свой пай, после чего отправился на именины. Там его стали угощать бражкой, а потом и самогонкой. Когда пришло время возвращаться домой, он обнаружил, что деньги, которые он забрал в кредитном обществе, пропали. Пришлось ему вернуться ни с чем.

Так же автором-новичком является и Е.Пурик. Он отправил в редакцию четыре материала, в которых описывал проблемы сел Ново-Марьясово, Большой Сютик и Малый Сютик (ныне – Орджоникидзевский район). Так же была опубликована его заметка, в которой рассказывалось о жизни с. Большой Сютик, а именно о том, как там обстоят дела с соблюдением запрета на продажу алкоголя: «Со времени закрытия казенных винных лавок прошло уже почти

полгода, и, кажется, о пьянстве должны быть одни воспоминания, а в действительности пьянство среди инородцев и в деревнях не прекращается» [3].

Но в своих материалах автор освещал не только проблему алкоголизма населения, но и другие, значимые в тот период времени вопросы, например, оказание помощи семьям бойцов, ушедших на войну. В одном из номеров журнала Е.Пурик поделился с читателями опытом создания попечительного совета для оказания помощи семьям воинов-сибиряков [4].

Встречаются на страницах журнала публикации, авторов которых установить не удалось, так как они подписались инициалами (М.Л., Мин.Л). Несмотря на то, что обе публикации были присланы из с.Аскизского (ныне с.Аскиз), мы не можем утверждать, что их написал один и тот же человек. В этих заметках авторы писали на темы, которые уже прослеживались в материалах других корреспондентов: о деятельности благотворительных организаций, о взаимоотношениях между русскими и хакасами.

Изучение номеров журнала «Сибирская деревня» за 1914-1915 гг. позволило нам установить авторов из Хакасии, выявить разнообразие используемых ими жанров, а так же основные темы их произведений. В зависимости от года и происходящих событий тематика менялась: если в 1914 г. основными темами были весенние палы травы и борьба с пьянством, то в 1915 г. – массовая мобилизация сибиряков на войну, помощь семьям ушедших на фронт. Но тема борьбы с пьянством в условиях введения режима «сухого закона» по-прежнему оставалась злободневной.

Благодаря активному сотрудничеству корреспондентов из Хакасии с журналом «Сибирская деревня» мы можем составить представление как о жизни региона в предреволюционные годы, так и о формировании журналистских традиций в дореволюционной Хакасии.

Литературы

1. Журналы // Сибирская Советская энциклопедия. – М.: Типография газеты «Правда», 1929. – Т. 1. – С. 970-988.
2. Итыгин Г. Разное // Сибирская деревня, 1915. – 7 июля. – С. 36.
3. Пурик Е. Корреспонденция // Сибирская деревня, 1915. – 15 февраля. – С. 12-13.
4. Пурик Е. Корреспонденция // Сибирская деревня, 1915. – 28 февраля. – С. 14-15.

ГУМАНИТАРНАЯ ПОВЕСТКА ДНЯ СОВРЕМЕННЫХ СМИ

ЛИНГВОКУЛЬТУРНЫЕ ОСОБЕННОСТИ ФАУНОНИМИЧЕСКИХ ФРАЗЕОЛОГИЗМОВ В РУССКОМ И КИТАЙСКОМ ЯЗЫКАХ

А.Ш. Василова,

кандидат филологических наук, доцент

Казанский (Приволжский) федеральный университет (Россия)

E-mail: alfiya_kazan@mail.ru

Жень Чун,

магистрант

Казанский (Приволжский) федеральный университет (Россия, Китай)

Аннотация. В статье рассматриваются лингвокультурные особенности фаунонимических фразеологизмов в русском и китайском языках. В результате анализа обнаруживаются общие особенности и национальные черты народа.

Ключевые слова: фауноним; языковая единица; лексема; фразеологизм; значение; лексическая единица.

Summary. The paper deals with lingua cultural aspects of animal name phraseology in Chinese and Russian languages. The conclusions are drawn about common features and national peculiarities of the people.

Keywords: faunonim; language unit; lexeme; phraseological unit; definition; lexical unit.

Совокупность языковых единиц, отражающих предметы и явления, прямо или косвенно связанные с миром фауны, представляют собой универсальный пласт словарного состава любого языка. Эта общность разграничивается по денотативному принципу, когда центральное место, как отмечает Л.М.Васильев, занимает «естественное, онтологическое расчленение реальной действительности, связь слов с конкретными предметами и их свойствами, отражёнными в структуре языка» [1, с. 123]. Термин фауноним является нововведением современной лингвистики и ещё не получил широкого распространения. Поэтому вполне понятно, что ещё нет строгого определения данного термина.

Термин «фауноним» не получил столь широкого распространения как термин «зооним». «Зооним» рассматривается как термин, выражающий широкое понятие, в которое входят все слова, связанные с фауной. Но также «зооним» часто употребляется в значении собственных имён (кличек) домашних животных, переходя в раздел ономазиологии.

Необходимо отметить, что наименования животных в разных языках вмещает разные качества и характеристики, провоцирует различные ассоциа-

ции. Согласно И.В.Куражовой, это свидетельствует об индивидуальности образного мышления конкретного народа, что является собой сложный ассоциативно-психологический процесс, а также о различиях в ценностной картине мира различных этносов [2, с. 15]. Изучение фаунонимической лексики позволяет выделить важные ценностные ориентиры отдельно взятого народа.

В последнее время наблюдается большой интерес к проблемам изучения наименований животных в рамках лингвокультурологии и других лингвистических дисциплин. Осмыслению феномена данной лексики способствует изучение картины мира народа. Среди наиболее значимых факторов, влияющих на этноязыковую картину мира, особое место занимает животный мир, в качестве неотъемлемой части окружающей природы.

Животные всегда окружали человека. Мир вокруг нас населен различными птицами, животными и другими представителями фауны. Животные не просто окружают человека и являются существенной частью его жизни, они находятся в постоянном взаимодействии с людьми, активно влияют на эмоциональную жизнь человека.

Данная статья посвящена выявлению национально-культурного своеобразия двенадцати мифологических животных восточного гороскопа на основе фразеологизмов русского и китайского языков.

В русском и китайском языках двенадцать животных восточного календаря составляют более 50% от общего количества фразеологизмов с фаунонимами.

Это животные – *крыса, бык, тигр, кролик, дракон, змея, лошадь, овца (коза), обезьяна, петух, собака, и свинья (кабан)*. В Китае их принято называть двенадцатью зодиакальными знаками года.

Крыса (мышь)

Во фразеологии русского языка слово «крыса» не имеет очевидного символического значения: *Гора родила мышь. – 雷声大, 雨点小; Беден как канцелярская крыса. – 一贫如洗; Мышь копны не боится. – 非常熟悉的东西不可怕*

В Китае крысу символизируют разрушением, агрессивностью, жадностью; крысу связывают с бедствиями, смертью и хитростью: *鼠目寸光 – Не видеть дальше своего носа; судить со своей колокольни; 猫哭老鼠 – 假慈悲 – Проявлять притворное сострадание, лицемерное сочувствие; 老鼠钻风箱 – 两头受气 – Оказаться между двух огней; терпеть обиды от обеих сторон.*

Бык (бычок, телёнок, корова, вол)

Китайский народ испытывает добрые чувства к корове. С древности до наших дней в стихах корову воспевают, как прилежное, безропотное, трудолюбивое существо. Однако слово «бык» понимается неоднозначно. Бык символизирует настырность и упрямство характера и это несёт некоторый отрицательный оттенок: *初生牛犊不怕虎 – Молодость не знает страха; 孺子牛 – Готов*

ность служить народу; 老黄牛 – Трудяга; рабочая лошадка; 对牛弹琴 – Метать бисер перед свиньями; 牛脖子 – Упрямец, упрямый осёл.

Во фразеологизмах русского языка образ быка или вола, коровы имеет множество ассоциативных значений. Это зависит от внешнего вида, его характера и телосложения: *Здоровый как бык. – 壮如牛; Взять быка за рога. – 抓住要害; Без бычка не поешь молочка. – 饮水思; Корова на дворе, харч на столе. – 任何一种牲畜都有它的价值; У богатого телёта, а бедного ребята. – 富人足食, 穷人多子*

• *Тигр*

Во фразеологизмах русского языка слово «тигр» выступает в своем прямом и переносном значениях: *В своей конуре и собака тигр. – 就是弱者也会因为自己的东西而变得强悍; Тигр и олень по одной дороге не ходят. – 虎鹿不同游; Лезть тигру в пасть – 虎口拔牙*

Тигр в Китае – царь зверей, повелитель всех обитающих на суше животных. Когда он имеет символику *ян*, то, в соответствии с китайской символикой, занимает место, аналогичное льву на Западе, и олицетворяет власть, мужество, военную силу и ярость, которая нужна ему как защитнику: *如虎添翼 – Помогать злодею; стать пособником злодея; 虎父无犬子 – Не родится от свиньи бобренок, всегда поросенок; каков отец, таков и сын; 不入虎穴, 焉得虎子 – Не забравшись в логово тигра, не поймашь тигренка; 明知山有虎, 偏向虎山行 – Знать, что в горах тигры, и идти прямо в эти горы.*

Данный образ тигра в китайском языке может так же имеет негативное значение. В битве со львом или драконом он становится жестоким и свирепым.

放虎归山 – Развязать руки злодею; предоставить злодею свободу действий; 狐假虎威 – Прикрываться авторитетом сильного; лис тем и грозен, что царь зверей с ним; 谈虎色变 – Одно упоминание о чём наводит ужас; от одного разговора о чём страх пробирает; 与虎谋皮 – Напрасный труд; тщетная попытка; пустая затея; 老虎屁股摸不得 – Не гладь против шерсти; не наступай на хвост.

Заяц (кролик, косой)

В русской культуре заяц имеет отрицательное символическое значение. Заяц считается черным и зловердным. Поэтому в народе люди называют зайца косой. Когда люди видят, что заяц перебегает через улицу, это значит плохой знак. Он так же может быть трусливым и бесхарактерным: *Блудлив как кот, а труслив как заяц. – 嘴馋如猫, 胆小如兔; За двумя зайцами погонишься, ни одного не поймаешь. – 一心不可二用; Лучшие умереть орлом, чем жить зайцем. – 宁愿壮士断腕, 也不愿苟且偷生; Бить двух зайцев одним выстрелом. – 一箭双雕*

В разговорной речи зайцами называют людей, которые не покупают билет за проезд: «Ехать зайцем», «Пробраться зайцем в театр».

В китайской культуре заяц считается добрым животным. По легенде Будда пришёл на землю. Он увидел лису, обезьяну и зайца. Он сказал им, что он голоден. Через минуту лиса принесла рыбу. Обезьяна принесла фрукты. А заяц ничего не принес. Будда спросил зайца, почему он не принес ничего, заяц промолчал, зажег огонь и сказал Будде: «У меня нет смелости, но я охотно отдам вам свою жизнь» и прыгнул в огонь. Будду поступок зайца очень затронуло, поэтому послал его на луну. Таким образом на луне появился заяц. Кроме того, во фразеологизмах китайского языка заяц тоже считается хитрым животным: 狡兔三窟 – *Изворотлив и хитер; не поймаешь, увертлив, как заяц*; 守株待兔 – *Напрасные, бесполезные ожидания; ждать подарков судьбы*; 兔子不吃窝边草 – *Заяц не есть траву возле собственной норы*.

Дракон

Все знают, что представления о драконах у китайцев и русских совершенно разные. В представлении китайцев дракон – символ силы и власти, счастья и благополучия. Он является тотемом, покровителем китайской нации, и неслучайно китайцы называют себя потомками дракона:

龙飞凤舞 – *Грандиозный размах; величественная мощь; размашистый, летящий почерк в каллиграфии*; 龙蟠凤逸 – *Непризнанный талант; талант, не получивший признания*; 龙行虎步 – *Солидная, степенная походка; идти с важным видом*; 龙争虎斗 – *Ожесточенная схватка двух равных противников*; 画龙点睛 – *Выделять самое существенное, главное; раскрывать суть дела* 云起龙骧 – *Подняться; возвыситься*

А у русских дракон символизирует жестокость, безжалостность, зло и несчастье, он имеет такую отрицательную коннотацию, как и змей: трёхглавый дракон или трёхглавый змей. Приведем несколько примеров:

Нельзя играть долго со спичками и драконами. – 远离危险的人物; Дракон в мешке не утаишь. – 不要玩火自焚; Герой дракону – не товарищ. – 水火不容.

Нужно отметить, что китайские и русские драконы выглядят по-разному. Китайский дракон покрыт золотистыми чешуями, без крыльев, но летает по небу и ныряет в воду; а русский дракон по внешнему виду похож на динозавра, но с крыльями и дышит огнём.

Змея

Лексема «змея» употреблялась ещё в древнерусском языке в основном значении «пресмыкающееся с длинным извивающимся телом, покрытым чешуей»: ядовитая змея, очковая змея и т.д.

Змея является символом злости, коварства и хитрости не только для китайского народа, но и для русского тоже.

В древней Руси змея имела различные символики: змея, свившаяся в круг, символизировала рассудительность, предосторожность, здравие, а пресмыкающаяся змея – угрызение совести, печаль, зависть, раздор, мятеж, неблагодарность. Кроме того, для слова «змея» было характерно восходящее к христиан-

ской мифологии употребление с определением «мудрая» при выражении похвалы: мудрая змея. Однако положительные оценки змеи впоследствии не удержались в языке. Более стойкими оказались отрицательные коннотации: *Пригрели змейку, а она тебя за шейку.* – *好心没好报*; *В речах по-соловьиному, а в делах по-змеиному.* – *佛口说善言, 毒蛇在心田*; *Змею обойдешь, а от клеветы не уйдёшь.* – *诽谤对人的伤害极大*; *Сколько змею ни держать, а беды от неё ждать.* – *养虎为患*

В китайском языке можно обнаружить большое количество поговорок, двухчастных изречений со словом «змея»; и во всех случаях они обозначают «хитрость»; и «коварство». Посмотрим несколько примеров: *朝被蛇咬, 十年怕井绳* – *Обжегся на молоке – дуешь на воду*; *画蛇添足* – *Переборщить; абсолютно лишнее*; *佛口蛇心* – *Говорить одно, думать другое; кривить душой*, *杯弓蛇影* – *У страха глаза велики; пуганная ворона и куста боится*; *打蛇先打头, 擒贼先擒王* – *Брать быка за рога; в любом деле начинать с главного.*

Лошадь (жеребчик, жеребёнок, кляча, мерин, сивка, лошадка, конь)

Во фразеологизмах русского языка часто встречается лексема «конь». В русской культуре к коню относятся положительно, это животное символизирует силу и мощь, а ещё является знаком победы, получения желаемых результатов: *Опытный как старая лошадь.* – *老马识途*; *Конь о четырех ногах, да и то спотыкается.* – *人有失足, 马有失蹄*; *Конь ещё не валялся.* – *马连滚都没打, 什么都没开始*; *Конь в рати узнаешь, а друга в беде.* – *路遥知马力, 日久见人心*; *Добро конь, да копыта отряхивает.* – *洁身自爱*; *Когда лошади нет, и осёл скотина.* – *槽上无马驴当差*

В Китае конь – седьмой в цикле 12 животных восточного гороскопа и первый среди 6 домашних животных (конь, бык, овца, собака, свинья, петух). В китайском языке иероглиф «лошадь» входит в состав многих слов. Кроме того, «конь» для китайских людей является символом трудолюбия, упорства, усердия. Во фразеологизмах китайского языка образ лошади предстает и в отрицательном значении. Однако это никак не влияет на отношение китайского народа к этому животному: *马到成功* – *Добиться быстрых успехов*; *单枪匹马* – *Действовать в одиночку; только своими силами, без помощи со стороны*; *路遥知马力, 日久见人心* – *Сила коня проверяется дорогой, а сердце человека – временем*; *马后炮* – *Запоздалые меры; задним умом крепок*; *после драки кулаками махать*; *走马观* – *Мимоходом; верхоглядство; галопом по Европе.*

Овца (коза, баран, козёл)

Баран, овца, козел и коза имеют яркий отрицательный образ в русской литературе: слабый, беспомощный, коварный и вероломный. Эти образы отражаются во многих пословицах и поговорках. В русском языке образ козла также обозначает упорство характера человека. Вот несколько примеров: *Пусть*

козла в огород. – 引狼入室; И волки сыты, и овцы целы. – 既让狼吃饱, 又让羊不少 – 两全其美; Поведится овца, не хуже козы. – 绵羊和山羊的坏习惯一样多; Как от козла ни шерсти, ни молока. – 从某人身上得不到好处; Без пастуха овцы не стадо. – 鸟无头不飞

Баран в китайской культуре считается счастливым животным, потому что он добрый. Слово «баран» входит в состав многих иероглифов, имеющих хороший смысл. Люди выражают прекрасные чувства по отношению к барану в песнях: 三阳开泰 (三羊开泰) – Пусть наступающая весна принесет спокойствие и благополучие; спокойствия и благополучия в наступающем году; 亡羊补牢 – Чинить овчарню тогда, когда уже обнаружена пропажа овец; 挂羊头, 卖狗肉 – на вывеске баранья голова, а в лавке-собачье мясо (под благовидным предлогом творить чёрные дела).

Обезьяна (мартышка)

В китайской культуре символика обезьяны противоречива. Чаще всего обезьяна олицетворяет проворство, ловкость. В Китае многие благородные семьи ведут своё древо родства от «обезьяны» и гордятся таким тотемным предком. Однако, в то же время обезьяну связывают с игривостью и честолюбием: 猴年马月 – Когда рак на горе свистнет; на морковкино заговенье; ждать до морковкина заговенья; 山上无老虎, 猴子称大王 – На безрыбье и рак рыба; на безлюдье и Фома дворянин. 猴子吃胡椒 – 抓耳挠腮 – Хвататься за что попало; не знать, за что схватиться; места себе не находить; 孙猴儿坐天下 – 毛手毛脚 – кое-как; тяп-ляп; небрежный.

Во фразеологизмах русского языка лексема «обезьяна» встречается не так часто, как во фразеологизмах китайского языка. Она ловкая, уродливая и любит гримасничать: Женищина за рулем – всё равно, что обезьяна с гранатой. –能让女人掌权

Петух (курица, курочка, цыплёнок)

В русском языке петух обладает такими качествами, как бдительность, храбрость, мужество, предвидение, надёжность. Петух – вестник зари, символ Солнца и духовного возрождения: До первых петухов – 鸡叫头遍

Во фразеологизмах китайского языка образ петуха также является символом счастья и удачи. В китайской культуре петух символизирует благополучие: 一人得道, 鸡犬升天 – Когда человек поднимается вверх, близкие поднимаются вместе с ним.

Во фразеологизмах русского и китайского языков с петухом и курицей связаны различные значения, ассоциации, связанные национальным своеобразием культур. Рассмотрим следующие примеры: Фразеологизмы русского языка: Пустить красного петуха. – 防火 Кукушка хвалит петуха. – 互相吹捧、狼狈为奸; Курице не тётка, свинье не сестра. – 拒人千里之外;

Цыплят по осени считают. – 事情做成以前不要高兴得太早; Курица по зёрнышку клюёт, да сыта бывает. – 积少成多

Фразеологизмы китайского языка: 杀鸡取卵 – *Резать курицу, несущую золотые яйца; жить только сегодняшним днём*; 杀鸡儆猴 – *Ругать одного, имея в виду другого; чтобы другим неповадно было.*

Собака.

В русской и китайской культурах собака издревле имела двойственное символическое значение. С одной стороны, собака верная своему хозяину, послушная, больше всего заслуживает нашу любовь. В положительном значении слово «собака» выступает в следующих примерах: *Собачья преданность. – 像狗一样忠诚; При верном пёсе и сторож спит. – 有忠心的狗, 看守人也可以睡觉; С собакой ляжешь, с блохами встанешь. – 近朱者赤, 近墨者黑*

儿不嫌母丑, 狗不嫌家贫 – Сын никогда не подумает о матери, что она некрасива; собака никогда не отвергнет своего хозяина, как бы низок он ни был.

С другой стороны, образ собаки имеет и негативное значение: он может подчиниться, покориться силе; забыть о чести и служить врагу. В русском и китайском языках встречаются фразеологизмы с лексемой «собака», которые используются в качестве бранной лексики. Например: *Злой как собака. – 像狗那样凶; Как собака на сене. – 占着茅坑不拉屎; С лихой собаки хоть шерсти клок. – 恶狗身上难拔毛*

狗急跳墙 – Загнанная собака и на стену полезет; коли нужда заставит, то и против рожна попрешь; 狗尾续貂 – Резкий контраст; никудышное продолжение хорошо; 狐朋狗友 – Подельники; соучастники темных дел.

Свинья (боров, поросёнок)

Свинья занимает последнее место в гороскопе двенадцати зодиакальных знаков. В китайской и русской культурах свинья характерна невежественностью, непорядочностью и ленивостью. В разговорной речи часто можно услышать фразы со словом «свинья», обозначающие грязного человека. *«Ну и свинья же ты!» (С.И.Ожегов), «Умойся, поросенок ты этакий!» (С.И.Ожегов), «Метать бисер перед свиньями» (С.И.Ожегов).* Под образом свиньи иногда понимают хулигана, невежливого и подлого человека. Например: *«Свинья – пришел любоваться женищиной, которую сделал короткой» (М.Горький); «Посади свинью за стол, она и ноги на стол положит».*

Русские фразеологизмы: *Свинья-свиньёй. – 蠢猪; Разбираться в чём-нибудь как свинья в апельсинах. – 一窍不通; Подложить свинью кому. – 对谁做出下流的事; Посади свинью за стол – она и ноги на стол. – 得寸进尺*

Китайские фразеологизмы: 猪朋狗友 – *Подельники; соучастники темных дел*; 蠢猪笨驴 – *Тупой как свинья, глупый как осёл*; 没有猪, 狗也要 – *На безрыбье и рак рыба*.

Итак, в ходе сопоставительного анализа нами была выявлена национально-культурное своеобразие двенадцати мифологических животных восточного календаря в русском и китайском языках. Выяснилось, что при сравнении соответствующих языковых единиц у разных народов представления, связанные с поведением различных животных, далеко не всегда совпадают. И поэтому, говоря о различных характеристиках животных, мы не можем не учитывать религиозные, психологические, моральные и эстетические различия в культурах разных народов, так как это обуславливает их разное отношение к животным.

Литература

1. Васильев Л. М. Семантика русского глагола. М.: Высшая школа, 1981.
2. Куражова И. В. Имена животных как отражение ценностной картины мира в английской лингвокультуре: автореф. дис. ... канд. филол. наук. М., 2007.
3. Солнцева Н. В. Сопоставительный анализ зоонимов русского, французского и немецкого языков в этносемантическом аспекте: дис. ... канд. филол. наук. Омск, 2004.
4. Галимова О. В. Этнокультурная специфика зоонимической лексики, характеризующей человека: На материале русского и немецкого языков: дис. ... канд. филол. наук. Уфа, 2004.
5. Куликов В. П. Охотничья лексика в современном немецком языке (опыт семантической и социо-функциональной стратификации): дис. ... канд. филол. наук. СПб., 1995.
10. Даль В.И. Толковый словарь живого великорусского языка. М., 1980.
6. Багана Ж., Галиаскарова В. Р. Обзор исследований зоолексик и вопросов терминологии: зооним, фауноним и т. д. // Язык профессионального общения и лингвистические исследования. Сб. статей международного научно-практического семинара. Белгород, 2010.

СЕМЬЯ В РУССКОЙ ПАРЕМИОЛОГИЧЕСКОЙ КАРТИНЕ МИРА

А.Ш. Василова,

кандидат филологических наук, доцент

Казанский (Приволжский) федеральный университет (Россия)

E-mail: alfiya_kazan@mail.ru

Ли Цинцин,

магистрант

Казанский (Приволжский) федеральный университет (Россия, Китай)

Аннотация. Исследуется концепт «семья» как важная часть культуры России. Специфика семантического наполнения образа изучается с использованием лексикографических источников, основу которых составляют русские толковые словари. Одно из центральных мест в статье занимает исследование, основанное на анализе семантических полей. В статье представлено исследование культурной и языковой специфики лексемы, проведенное с целью определения основных культуроспецифичных составляющих содержания лексемы «семья».

Ключевые слова: семантическое поле, пословица, поговорка, картина мира, лингвокультурный аспект.

Summary. The paper considers the concept «family» as a significant part of the culture in Russia. The particularity of semantic content was studied with using Russian explanatory dictionaries, which contain the basis of lexicographic sources. The central component of the paper is the research of the concept based on the semantic fields. The research is carried out in order to define the main culture-determined constituents of the concept «family» that would be valuable as a subject of study in the course of Russian as a Foreign Language.

Keywords: semantic field saying, a proverb, a saying, a picture of the world, a linguistic-cultural aspect.

Паремиологические единицы передаются по традиции из поколения в поколение веками сформировавшейся обыденной культуры, в котором отражены все категории и установки этой жизненной философии народа – носителя языка [1, с. 201].

Русские исследователи устной народной словесности рассматривают пословицы «как художественные произведения родного слова, выражающие быт народа, его здравый смысл и нравственные интересы» [2, с. 80]. В.И.Даль дает следующее определение пословицы: «Это суждение, приговор, поучение, высказанное обиняком и пущенное в оборот, под чеканом народности. Пословица— обиняк, с приложением к делу, понятый и принятый всеми. Но «Одна речь не пословица»: как всякая притча, полная пословица состоит из двух частей: из обиняка, картины, общего суждения, и из приложения, толкования, поучения» [3: 35].

Пословицы и поговорки русского народа являются значительной составляющей частью культуры народа, его сокровищем, которым он владеет с давних времен и каким обогащает новые поколения. Они редко просто констатируют некий факт, а рекомендуют или предостерегают, одобряют или осуждают, поучают или превозносят. Для них характерны не только наблюдательность, жизненный опыт, но и выразительность, юмор, ирония, здравый смысл. В пословицах и поговорках также отразился опыт хозяйствования, этические нормы, взаимоотношения людей, в том числе и в семье. «Значительная часть из дошедших до нас пословиц сложилась в эпоху господства натурального хозяйства и патриархального уклада жизни» [4, с. 25]. В пословицах отразилась и общественная жизнь, и частная жизнь. На все случаи жизни были пословицы.

Для анализа специфики лексемы «семья» следует обратиться к словарной трактовке слова.

По данным этимологических словарей формирование содержания лексемы «семья» изначально имела более широкое, собирательное значение. Она использовалась для обозначения не только лиц, связанных узами родства, но и шире, для обозначения людей, объединенных общей деятельностью, местом обитания.

Анализ данных толковых словарей русского языка позволяет отметить, что наиболее устойчивым семантическим значением лексемы «семья» является «группа близких родственников, проживающих вместе», а также «объединение людей, сплоченных общими интересами». Кроме того, устойчивым является также значения «группа животных», «группа родственных языков».

Лексема «семья» образует ряд дериватов, связанных с понятием «семья»: *семейка, семейный, семейственность, семейство, семейственный, семьянин*.

По материалам русских словарей можно выявить следующие парадигматические связи слова «семья»: *семейство, дом, фамилия, род, семейка, хомут, семейный круг, семейные, близкие, династия*.

Паремии, реализующие данный компонент, могут быть сгруппированы в следующие семантические поля: 1) супружеские отношения; 2) родственные отношения; 3) родительские отношения. Основными словами-репрезентантами семантических групп в паремиях являются лексемы: *муж, жена, жених, невеста, суженый, брат, сестра, бабушка, дедушка, внук, внучка, теща, дети, ребенок, родители*.

По пословицам можно проследить все стадии развития семьи: от ее создания (вступление в брак) до рождения детей и внуков, их воспитание, отношение детей к родителям, родителей к детям, мужа к жене, старшему поколению т.д.

Первый этап семейных отношений – это создание семьи, что рассматривается как необходимый и серьезный этап. В русской культуре семья рассматривается как ценность и подходить к этому нужно обдуманно, осуждается поспешность в женитьбе; считается, что брак – это надолго, и он предопределен свыше: *Кто на борзom коне жениться поскочет, тот скоро поплачет; Женит-*

ся на скору руку, да на долгу муку; Не торопись жениться, чтобы потом на себя не сердиться.

Авторитет семьи в народе был необычайно высок. Человек, не желавший в зрелом возрасте заводить семью, вызывало подозрение. Только две причины считались уважительными – болезнь или желание уйти в монастырь. Русские пословицы и поговорки так оценивали значение семьи: *Не женат – не человек; В семье и каша гуще; Семье в куче не страшна и туча; Семья — опора счастья. Семья дает человеку путевку в жизнь. Семья крепка ладом. Семья сильна, когда над ней крыша одна; Согласие да лад — в семье клад; Согласную семью и горе не берет; Согласье в семье — богатство.*

В далеком средневековье крестьяне жили большими семьями из 15-20 человек: престарелые родители, женатые сыновья с детьми и внуками – три-четыре поколения родственников. Тесновато бывало такой семье в небольшом крестьянском доме, отсюда и поговорка *В тесноте да не в обиде*.

Рождение новой семьи обязательно сопровождалось веселой свадьбой. Русская свадьба – одно из самых удивительных явлений народной культуры: *Честным пирком да за свадебку; На свадьбе добро, на печи тепло; И скупая свадьба лучше веселых похорон.*

В основе супружеского союза лежал, прежде всего, хозяйственный интерес. Невесту старались выбрать не столько красивую, сколько здоровую, умелую, трудолюбивую. Ведь после замужества ей приходилось брать на себя все домашнее хозяйство, воспитывать детей, ухаживать за скотиной, работать в огороде, поле: *Выбирай жену не в хороводе, а в огороде. Гляди невесту не в народе, а в ляде (пашне). Бери не плясунью хороводницу, а ту, что полосу дождет и песню поет. По себе дерево руби, по себе жену бери.* В русском языке зафиксировано немало пословиц, где доброй жене противопоставляется плохая: *Добрая жена – лопата, а худая жена – метла: Одна в дом, а другая из дома загребает; Добрая жена – веселье, а худая – [злое] зелье; Добрая жена дом бережет, а плохая – рукавом разнесет (растрясет): Возьмешь дуру-неряху, не сошьет мужу рубаху. Жена у меня что сварит — прольет, испечет — сожжет, сажает пирожки, а вынимает крышки да горшки.*

Одним из параметров, позволяющих создать образ женщины в картине мира русского языка, является внешность. В пословицах утверждается, что в выборе жены главное не красота: *Краса до венца, а ум до конца; Не красавицей дом держится, а умницей; На хорошую глядеть хорошо, а с умною жить хорошо; Не красавица славится, а кому что нравится; Не то мило, что хорошо, а то хорошо, что мило; Нам с лица не воду пить и с корявой можно жить.*

Русские придают большое значение любви в семейных отношениях: *С постылым и в поле тесно. Любовь да совет – так и горя нет. Любовь да совет, так и нуждочки нет. Был бы милый по душе, проживем и в шалаши.*

Пословицы, характеризующие жену, мужа, их взаимоотношения, составляют достаточно многочисленную группу: *Муж и жена – два сапога пара. Ку-*

да иголка, туда и нитка. Между мужем и женой нитки не протацишь. Милые бранятся, только тешатся.

Считается, что, то какой будет жена, во многом зависит от мужа: *Птица крыльями сильна, жена мужем красна. Из-за мужа и жена хороша. У хорошего мужа и жена досужа. За хорошей головой жена молодеет, а за плохой, как земля чернеет.*

Значительная часть пословиц отражает тот факт, что, несмотря на признанную роль мужчины в семье, жена также занимает в ней важное положение: *У хорошей жены и плохой муж будет молодцом; Муж голова, а жена шея – куда хочу, туда верчу; Без мужа – что без головы, а без жены – что без ума; Мир в семье женой держится; От плохой жены состаришься, от хорошей помолодеешь; С доброй женой горе – полгоря, а радость вдвойне.*

В русских паремиях так же встречаем народные высказывания об уважении к приемным родителям, которые тебя вырастили, ведь семья – это родство не только по крови: *Не та мать, которая родила, а которая растила; Не тот батька, кто родил, а тот, кто уму-разуму научил.*

Русские семьи издавна были многодетными: *Дети не в тягость, а в радость. Дом с детьми – базар, без детей – могила. С детьми дом – содом, без детей – могила. Мед сладок, а ребенок еще слаще.* В пословицах также подчеркивается, что семья без детей или с одним, двумя детьми – неполноценная семья: *Один сын – не сын, два сына – полсына, три сына – целый сын.*

В русском народном фольклоре также есть высказывания о сходстве родителей с детьми: сходство в поступках, характере, действиях и т.д. Ведь именно семья является ячейкой любви и тепла для ребенка, дает ему представление о доброте, нравственности, культуре поведения. Поэтому в народе говорят: *Какой ствол, такие и сучья; Какие корешки, такие и ветки, какие родители, такие и детки; Каковы березки, таковы и отростки; Каков дуб, таков и клин, каков батька, таков и сын; Не в пень-колоду, в свою породу; От яблони яблоко родится, а от елки – шишка; Яблочко от яблони недалеко падает; От плохого семени не жди доброго племени; Куда матушка, туда и дитяtko; Какого куста ягода, такого она и вкуса.*

В русском языке есть небольшое количество пословиц об отношении мачехи к ребенку: *Мачеха добра, да не мать родна; Мать гладит по шерсти, мачеха супротив.* Эти пословицы подчеркивают безграничную любовь матери к ребенку. Мачеха никогда не заменит мать.

В представлении русского человека, ребенок – это самый близкий родной человек, о котором нужно заботиться на протяжении почти всей жизни. Именно поэтому в русском языке большое количество пословиц о детях и в большинстве из них закрепилось ласковое отношение к сыну или дочери: *На хлеб да на детей недолго посердишься; Девки – те же детки; Десята дочка не болотна кочка – ногой не пнешь; Дочерьми красуются, сыновьями в почете живут; Сын да дочь – ясно солнце, светел месяц; По дочери и зять помилует, а по снохе и сын опостылеет.*

В соответствии с крестьянским укладом жизни, мать проводила больше времени с детьми. Ей отводилась главенствующая роль в воспитании. Подобная роль женщин в семье закреплена в следующих паремиях: *Без матки пропадут и детки; Матери все детки равны – одинаково сердцу больны; Материнская мозолистая рука на ласку, что пух, мягка; Нет милее дружка, как родная матушка; При солнышке тепло, при матушке добро; Без матушки родной и цветы не цветно цветут; У родной матушки овсянничек, как пряничек; У кого есть matka, так и головушка гладка; Лучшие матери друга не сыщешь.*

Как известно, отец является главой семьи и больше всего пословиц, в которых подчеркиваются функции отца, как кормильца, воспитателя: *Отец наказывает, отец и хвалит; Выбрала молодца, так уж после не пеняй на отца; Детки постели – отца без веку доспели; В дороге и отец сыну товарищ; Валяй, дети: отец в ответе; Для красного словца не пожалеет и родного отца.*

В паремиологическом фонде русского языка мы также встречаем пословицы с компонентами «дедушка» и «бабушка», которые входят в семантическое поле «родственные отношения»: *Баба-бабушка, золотая сударушка! Была б моя бабуся, никого не боюсь; Бабушка — Щиток, кулак — молоток; У кого есть бабушка и дед, тот не ведает бед; Для внука дедушка — ум, а бабушка — душа.* Ведь они – живая мудрость. Часто наши бабушки и дедушки являются именно теми создателями легенд, сказок, пословиц и поговорок.

Пословица определяется как выражение народной мудрости, совести, ума, юмора, раздумья, как изречение, которое уточняет понятие, окрыляет мысль. По форме своей пословица есть суждение. Суждение может быть выражено простым предложением, как в приведенных примерах, а чаще сложным. Поэтому преобладают двучленные пословицы: *Тому не о чем тужить, кто умеет домом жить.*

Пословица — это художественное произведение, полноценное по смыслу и по форме. Нужно отметить тот факт, что очень часто народное изречение вскрывает явление в форме отрицательной, а не положительной: *В недружной семье добра не бывает.* Этот оборот отрицания вызывается логической и эстетической потребностью заострить характеристику явления, показать его в известной крайности, почти в гиперболе.

Пословица характеризует явление путем сравнения, метафоры. Это дает ей возможность определять вещи и явления необычайно широко и свободно: *Детей растить – осинку глотать; Мать дочь хвалила, пока с рук свалила; Мать кормит детей как земля людей.*

В поисках наибольших смысловых эффектов, пословица тяготеет к анти-тезе, и потому живо пользуется всякими противопоставлениями: *В людях – ангел, не жена; дома с мужем сатана; Добрая жена дом сбережет, плохая – рукавом растрясет.*

По своему синтаксическому строю — пословица лучшая форма просторечия; это не книжная, а живая разговорная речь. Это, прежде всего, бессоюзие сложных предложений в пословицах: *Добрую жену взять – ни скуки, ни горя не*

знать. — вместо: «Если добрую жену взять, то ни скуки, ни горя не будешь знать».

Характерен для просторечия инфинитив в роли сказуемого: *Детей воспитать — не курочек пересчитать*.

Семейные отношения русских были освещены вековыми традициями. Многие из них безвозвратно ушли в прошлое, некоторые продолжают жить, составляя часть нашего бытия или часть русского национального менталитета.

Пословицы проходят через столетия и тысячелетия, кочуют от народа к народу. Хочется отметить, что пословица и живуча необыкновенно и в то же время жизнь порождает новые изречения, близкие к уже существующим. Анализ паремий с компонентом «семья» в русском языке дал возможность выявить культурно-исторический опыт жизни семьи, ее жизненный уклад, которые позволили более полно раскрыть национальную специфику паремиологической картины мира русского народа.

Литература

1. Телия В.Н. Русская фразеология. Семантический прагматический и лингвокультурологический аспекты / В.Н.Телия. М.: Школа «Языки русской культуры», 1996. – 288 с.

2. Ф. Буслаев. Исторические очерки русской народной словесности и искусства, т. I. СПб., 1861.

3. В. Даль. Пословицы русского народа, т. I. Изд. 2. М-СПб., 1879.

4. Аникин В.П. Русское устное народное творчество. М.: Высш. шк., 2004.

ИТОГИ ГОДА ЛИТЕРАТУРЫ – НАДЕЖДЫ И РАЗОЧАРОВАНИЯ

Н.В. Вакурова,

кандидат филологических наук, доцент

Государственный университет управления (Россия)

natalia_vakurova@mail.ru

Л.И. Московкин,

корреспондент

газета «Московская правда» (Россия)

Аннотация. В статье анализируется взаимосвязь состояния новой русской литературы с дискуссией мероприятий прошедшего Года литературы по проблемам книгоиздания, грамотности, авторских прав. Обсуждения актуальных вопросов литературы проходили в палатах парламента, на публичных лекциях, конференциях по журналистике, при подведении итогов Тотального диктанта, на мероприятиях книжных выставок. В потоке новых

изданий выделяются две группы жанров – направленного на запросы невзыскательного читателя детектива или изложения в литературной форме исследований феномена человека. В целом первый вариант получает больше поддержки, чем второй. Ренессанс новой русской литературы практически не отражается в критике и дискуссии, читатель дезориентирован.

Ключевые слова: авторские права, Год кино, Год литературы, издательская стратегия, литературоцентричность, социальные сети, плагиат

Summary. The article analyzes the relationship of new Russian literature with a discussion of the events that was in the past Year literature on the problems of book publishing, literacy, copyright. Discussion about topical issues of literature took place in the houses of Parliament, at public lectures, conferences on journalism, summarizing the results of Total dictation, at events, book fairs. There are two groups of genres in the stream of new publications: one of them requests aimed at the lowbrow reader of detective and another is connected with presentation in literary form studies of the phenomenon of man. In general, the first option gets more support than the second. The new Renaissance of Russian literature practically is not reflected in the criticism and discussion, the reader is disoriented.

Keywords: copyright, literary centricity, plagiarism, publishing strategy, social media, Year movie, Year of literature.

Год литературы был запланирован в России на исторический момент, связанный с ожиданиями выхода из кризиса. Однако вместо обещанной в конце 2015 года развязки произошло обострение международных отношений. За рубежом продолжился рост надежд, связываемых с Россией и ее возможностями. При этом в самой России обострилась социально-экономическая ситуация. Программа Года литературы в значительной степени выполнена. Произошли значительные изменения в номенклатуре изданий. Однако книга не стала доступней для своего основного читателя в лице творческой интеллигенции, так называемых бюджетников – учителей, врачей и научных работников. Причины три: отсутствие системы навигации в потоке изданий; проблемы доступа товара на полку при сокращении сети библиотек и книжных магазинов; снижение покупательной способности населения на фоне повышения цен на бумагу.

Для большинства писателей и их книг выставка остается едва ли ни единственным местом встречи с читателем. Авторы традиционно жалуются на недоступность полки в книжном магазине для их новых книг. Из-за этого, например, популярный в советском прошлом писатель Валерий Попов практически неизвестен, несмотря на то, что занимает пост секретаря Союза писателей Петербурга.

Аннотации книг и отклики читателей на литературных порталах, обслуживающих сетевые продажи книг, носят рекламный характер и дублируют продукцию издательств.

Подавляющее большинство новых изданий недоступно широкой читательской аудитории. Особенно это касается детской периодики и научно-популярной литературы. Учителя сталкиваются с негласным запретом на включение в программу современных авторов, в случае нарушения – с предупреждением об увольнении [1].

Прошедший в 2015 в России Год литературы отмечен серией мероприятий с участием писателей, издателей и журналистов, циклом лекций по литературе в Государственной Думе, двумя традиционными выставками ММКВЯ на ВДНХ и Non/fiction в ЦДХ, новым фестивалем книги на Красной площади. Принято решение сделать новый фестиваль традиционным. Итоговое заседание Оргкомитета Года литературы состоялось 28 января 2016 г. Участникам сообщили о подготовке распоряжения правительства по преобразованию Оргкомитета в постоянно действующий. Мероприятия открытого Года кино объединяются с литературными.

Вступили в силу законодательные поправки в защиту авторского права и по Национальной электронной библиотеке.

Независимо от Года литературы прошли Шешуковские чтения в Педагогическом университете, обсуждения проблем научно-популярной журналистики в Совете Федерации и издательского дела в Госдуме.

Ключевой информации о текущем состоянии русской литературы прошедшие мероприятия не содержали и оставили серьезные вопросы, требующие не только ответов, но и определенной властной реакции. Обострение кризиса к концу 2015 года отодвинуло вопросы литературы на второй план.

Наряду с доступом на полку, основной проблемой остается отсутствие системной ориентирующей критики потока литературных произведений. Читатель поставлен в условия самообслуживания. Опубликованная на собственном аккаунте в социальной сети непрофессиональная рецензия на случайно попавшуюся книгу может открыть ее автору хоть какую-то дорогу к читателю. В целом ренессанс новой русской литературы остается незаметным для читателя.

На Шешуковских чтениях в МПГУ 28-29 января 2016 г. обсуждалась тема современной русской литературы, нераскрытая в системе мероприятий Года литературы. Обсуждение показало, что подвижники в России работают по собственной воле и не благодаря создаваемым условиям, а вопреки им. Выявлены проблемы в дискуссии по Концепции преподавания русского языка и литературы. Проект Концепции убирал модель преподавания на родном языке, что противоречит Конституции. В итоге споров последний вариант Концепции был подписан в декабре 2015 года без соответствующего пункта. Филологи МПГУ отмечают перевод на американские и европейские кальки. В США нет такой литературы, как в России с традициями из XIX века. Курс академического чтения в США ввели относительно недавно 20 лет назад и по

полгода читают одно произведение. На Шешуковских чтениях доцент МПГУ Елена Гетманская поставила вопрос: зачем сдавать свою уникальность?

Издатели не могут ответить на вопросы журналистов и не в полном объеме способны объяснить свою издательскую стратегию. Автор не может контролировать ошибки издательского процесса – верстку с ошибками, безликое название книги, неадекватную аннотацию. Очевидно, авторы аннотаций и названий не читают рукописей, наугад определяя их читательскую судьбу. Акции рекламной кампании могут быть нацелены на неадекватный сегмент аудитории и вызывают отторжение и книги, и ее автора.

В 2015 году ситуация несколько выправилась, однако остается общая проблема отсутствия системного подхода к удовлетворению запросов населения в сфере культуры, кино, театра, литературы, поэзии. В нынешней читательской среде остаются популярными имена, введенные в русскую и мировую культуру из русской и советской литературной классики до 1991 года. Среди участников мероприятий Года литературы отмечены люди, принципиально не читающие издания, вышедшие в свет после распада СССР. Покупательское поведение посетителей книжных выставок и разговоры у издательских стендов показывают незнание современной русской литературы.

В 2014-2015 годах в России провели повышение цен на бумагу. Соответственно подорожала печатная продукция, и сократились тиражи. Обсуждения проблем ценообразования в палатах Федерального Собрания выявило антирыночность решения, источник которого остался недоступным. Изменились расценки аренды и ее структура. Арендные площади органов власти утратили преференции и привлекательность по цене.

В то же время, произошло существенное снижение покупательской способности населения и изменилась структура спроса в пользу самого необходимого. Обнищал основной потребитель литературы, традиционно неблагополучная творческая интеллигенция. В социальных сетях встречались жалобы на то, что отмеченную премией книгу в своем городе купить невозможно. Любители книги сознательно отказывались от посещения столичных книжных выставок, чтобы не вводить себя в соблазн. На выставке стоимость книги ниже, чем в магазине. Из-за обилия отсутствующих в магазине изданий при отсутствии информации о них читатель рискует потратить деньги на произведения низкого качества с извращенным эстетизмом, представляющих ценность исключительно в качестве примеров для профессионального литературоведения.

Чтобы продать товар без формального снижения цены, устраиваются встречи с писателями и распродажи со скидками до 25%. На новинки скидки не распространяются.

Не соответствует действительности мнение о том, что сейчас можно купить любую книгу. Например, мы не нашли вновь актуальный роман «Да поможет мне бог» Феликса Джексона о природе террора Маккарти в США.

Недоступны в отдельных изданиях романы Паустовского, Эренбурга, Фейхтвангера, Дос Пассоса.

При этом издательства конкурируют за издание произведений известных писателей, не опубликованных в советском прошлом, — Стейнбека, Фитцджеральда, Гессе. За исключением отдельных книг, интерес такие издания представляют достаточно ограниченный. В целом прошлый выбор иностранных книг для перевода на русский был адекватен по качеству.

Обеспеченность населения России библиотечным фондом и книжными магазинами отстает от западноевропейской. При этом сеть книжных магазинов продолжает сокращаться. Дом книги на Новом Арбате удалось сохранить благодаря вмешательству председателя СФ Валентины Матвиенко. Книжные магазины в регионах России не защищены от закрытия.

На разных не связанных между собой мероприятиях (поэтические клубы, Non/fiction, лекции по литературе в Думе, лекции polit.ru, кинофестиваль студенческих работ «Святая Анна», организационные мероприятия международной Олимпиады по русскому языку и Тотального диктанта, Шешуковские чтения) отмечены попытки однотипных скандалов. Расшифровать суть скандалов можно на основе журналистского опыта с парламентской практикой. Фактически наблюдаются столкновения внешнего управления культурой с признаками ее возрождения. Ситуация настолько типична и банальна, что при желании легко купируется организаторами или самими участниками, как это получилось на Шешуковских чтениях. Для прошлого более типичны столкновения старого с новым на примере заочной полемики журналов «Юность» и «Огонек» по стихотворным отрывкам поэта Леонида Губанова, опубликованным Робертом Рождественским. О новом примере столкновения старого с новым рассказала на Шешуковских чтениях доцент МПГУ Наталия Попова в докладе о литературной премии «Учительский Белкин».

Новые скандалы можно расценивать как рецидивы проваленной попытки оккупации отечественной культуры глобальными проектами британско-североамериканских фондов и Google. По словам зампреда комитета СФ по конституционному законодательству Людмилы Боковой, проекты Google в России свернуты и замещены российскими.

Визуально переводная литература в выставочном объеме и в продажах превышает издания отечественных авторов. Некоторые из них имеют возможность литературного творчества благодаря проживанию за рубежом. В отечественной литературе лидирует женское авторство. Однако жанр «женского романа» из литературы перемещается на телеэкран, где он развивается в проекцию-исследование женской индивидуальности. В литературе остается «легкое чтение» о женщине-созидательнице, победительнице губительных условий жизни. Образ столь же искусственный, как и западный персонаж женщины-воительницы, но все же позитивный и вооруженный умениями со смекалкой, а не средствами убийства.

В целом для новой русской литературы более типичны традиции исследовательского проникновения в феномен человека, представленные в художественной форме. Традиции русской литературы XIX века возрождаются на технологическом уровне. Жесткое требование к новому автору – его произведения должны легко читаться и доступно восприниматься в отличие от требующих усилий в прочтении произведений раскрученных классиков Джойса, Пруста, Кафки, Драйзера, дю Гара, Фейхтвангера, Толстого, Достоевского, Платонова, Солженицына.

Современная эпическая история семьи в романе Елены Котовой «Период полураспада» в пять раз меньше объемом, чем «Семья Тибо» дю Гара, и при этом более информативна благодаря по-человечески бытовому описанию исторических событий XX века.

Роман «Лавр» Евгения Водолазкина написан в древнерусском жанре жития и служит примером сохранения литературы для серьезного чтения.

Тиражируемая оценка потери грамотности и утраты интереса к чтению обычно связывается с увлечением Интернетом и формированием клипового сознания. Анализ источников и причин негативной оценки выявил отсутствие связи с реальностью. Ее авторы показывают незнание фактов и в ответ на уточняющие вопросы проявляют агрессию. Небольшое исследование журфака МГУ показало, что чтение книг существует не вопреки Интернету, а параллельно ему. Книги на полке и компьютер для дела без игрушек соседствует в одной и той же семье.

Тотальный диктант позволил его организаторам сделать вывод, что неграмотность не повысилась, а стала более заметной благодаря тому, что большое количество людей пользуются письменной речью для общения в публичном информационном поле Рунета. Первым этот факт отметил Максим Кронгауз на лекции polit.ru.

По нашему мнению, лучший прогноз будущего человечества в соответствии с макроэволюционными закономерностями представила Юлия Латынина в романе «Нелюдь». Роман тщательно выстроен в любимом жанре *science fiction* с новыми реалиями. Читательская судьба романа характерна. Читатель с запросом на содержательную информацию не верит Латыниной. Поклонник «Новой газеты» или «Эха Москвы» содержательной информации не ищет. Благодаря своей политической ориентации Латынина оказалась в числе привилегированных авторов, которым позволено контролировать издательский процесс и выпускать книгу в свет в авторской редакции. Оказавшийся номинально в том же лагере Дмитрий Быков несет содержательную информацию буквально каждым своим изданием. С другой стороны, феерическому и фантастически точному описанию новой реальности в романе Маргариты Симоньян «В Москву!» в доверии отказано. По той же причине ограничено доверие литературному творчеству Павла Астахова с его увлекательным и динамичным учебником жизни (роман «Квартира»), иногда со

сценарием будущего (сценарий смерти политического продюсера Березовского в романе «Продюсер»).

Данные министра культуры РФ Владимира Мединского показывают, в чем не соответствует реальности известное заключение о спаде книгоиздания. Тиражи изданий в постсоветский период действительно упали в тысячи раз. Однако примерно так же выросла номенклатура изданий. Издательские технологии значительно продвинулись. Снизилась себестоимость, сократился процесс выхода в свет. Стоимость печатного издания от тиража почти не зависит. Издать книгу тиражом 300-500 экземпляров проще, чем 10-15 тысяч, когда возникают серьезные проблемы с распространением и окупаемостью затрат.

До 2015 года устойчивое преимущество получали издания, оплаченные зарубежными грантами, например, книги Михаила Веллера, Николая Злобина, Ричарда Докинза, Александра Маркова. Борьба с иностранными агентами влияния и зарубежным финансированием изменила ситуацию. Выведены из формата «междусобойчика» отечественные литературные премии, где ареопаг награждал сам себя. Два романа – «Лавр» Евгения Водолазкина и «Период полураспада» Елены Котовой – получили литературную премию после того, как наши рецензии на них опубликовала «Московская правда». Предыдущие книги тех же авторов не менее интересны и содержат серьезные прорывы в познании текущей реальности. В частности, генерация смысла в машинном тексте (рассказ Е.Водолазкина «Ошибка рецензента») или методы *fige game* преследования ФБР в формате ведомственного расследования пророссийского должностного лица (роман Е.Котовой «Третье яблоко Ньютона»).

В потоке изданий мы достаточно случайно обнаружили качественные учебники малоизвестных авторов по фракталам и структуре динамического хаоса Сергея Деменюка, геномике Вадима Попова, макроэволюции Юрия Чайковского. Есть любопытный римейк «1984» Джорджа Орвела на основе развития событий в постсоветском однополярном мире – роман «Слепая вера» Бена Элтона. В числе переводных книг можно найти описание войны США против СССР в Афганистане («Война Чарли Уилсона» Джорджа Крайла), борьбы ФБР против источника опровержений сфабрикованных аргументов бомбардировки Ирака («Игра без правил» Валери Плейм Уилсон), также состояния финансов, здравоохранения и пенсионной системы США. Эти книги пользуются абсолютной популярностью в узкоспециальных сегментах аудитории. Менее известно художественное описание мотивации и движущих сил позднесоветской эмиграции в сборнике Наталии Червинской «Поправка Джексона» или описание феноменологии женской социальной межполовой агрессивности «Психоз» Татьяны Соломатиной (частная клиника «Психология озарения»). Соломатина больше известна как автор популярных сборников «Акушер-Ха!», а также книги «Коммуна. Студенческий роман». Роман Ники Муратовой «Гавань развитых ракушек» описывает пример вклада гибридного

дизгенеза в развитие современного мира за счет увеличения брачного расстояния в XX веке.

2015 год принес новую попытку возрождения генетики. Научно-популярные монографии и учебные пособия по генетике выведены на отдельную полку в медицинском разделе магазина «Библио-глобус». Генетика и эволюционизм оказались разорваны.

Книгоиздание в России развивается не благодаря выстроенной системе защиты авторских прав, но вопреки ей. Система не защищает права автора на произведение, используя искусственные права неких правообладателей для отчуждения произведения от авторства и ограничения доступа произведения к аудитории. Система закрывает возможность легального издания альманахов, массовых учебников и мультимедийных продуктов на основе отечественных брендов и мемов – мелодий, стихов, крылатых выражений. Информирование аудитории о достижениях отечественной науки, новинках литературы и кино подпадают под ограничения рекламы. Однако воровство брендов и мемов в той же рекламе фактически не контролируется ФАС, на которую возложена данная функция. На итоговом заседании в Думе Оргкомитета Года литературы с негодованием осудили предложения отступить на время кризиса от авторских прав. Академик Сергей Капица на думских мероприятиях в прошлом выступал с противоположной позицией исключения авторских прав. После его смерти проблема обсуждается исключительно однобоко. За рубежом не считаются с интеллектуальными правами российских авторов. Но и там авторское право работает в интересах небольшого набора раскрученных писателей и далеких от литературного творчества скандальных фигур. Новым литературным авторам в лучшем случае достается 5% авторского вознаграждения. В России проще издать книгу за свой счет, чем искать окации прибыльного издания.

Новый автор в поисках признания вынужден делать нелегкий выбор. Попытка издания книги в бумаге требует времени, искажения авторского замысла и не приносит дохода. В случае успеха текст обязательно будет украден и издан под другим именем, с другим названием и с незначительными изменениями начала и окончания. Защитой авторских прав является публикация в Рунете на индексируемых ресурсах. Профессиональные писатели приходят на мероприятия Думы с негативной позицией относительно Интернета. Однако реальность опровергает их доводы. Остается впечатление, что от Рунета защищаются не доходы профессионального писателя, а некое право на плагиат и возможность использования труда «литературных рабов».

Содержательная информация попадает в бумажные издания при прямой властной поддержке аналогично тому, как были изданы в советское время произведения Виктора Некрасова «В окопах Сталинграда», Александра Солженицына «Один день Ивана Денисовича», «Зубр» Даниила Гранина. В настоящее время подобных публикаций намного больше. Например, исследование РИСИ украинского проекта Вашингтона в мировой прессе (монография «Кризис на Украине и крымские события 2014: практика

информационной войны») или издания Центра международной журналистики Вероники Крашенинниковой о феномене частной армии Джереми Скейнхилла BlackWater, поэзии Донбасса при поддержке Фонда «Русский мир», сборников по истории Крыма и по гибридной информационной войне. Согласно заключению депутата Вячеслава Никонова, поэзия Донбасса отражает пассионарный толчок, спровоцированный войной и геноцидом.

Агрессия на Южном Кавказе, в Ливии, Сирии, Донбассе спровоцировала развитие на современном технологическом уровне российской фронтовой и в общем смысле универсальной журналистики, о которой писал Дэвид Рэндалл в монографии «Универсальный журналист». К годовщине гибели Андрея Стенина МИА «Россия сегодня» выпустило его альбом «Зона конфликта», который следует расценивать как типичный и в то же время выдающийся пример творчества русского универсального журналиста. Презентацию альбома провела Маргарита Симоньян. Коллеги Стенина рассказали о технологиях подготовки и работы журналиста в зоне конфликта.

Наш вывод состоит в том, что русская литература испытывает новый расцвет на основе национальных традиций описания естественнонаучных исследований в литературной форме. В экспертной оценке поток новых изданий можно разделить на две большие группы жанров. Примером раскрученного автора детектива служит Татьяна Устинова. Ее антипод – Елена Котова, которой неинтересно писать о том, что неизвестно лично ей и что она не пережила сама. В этом смысле Котова продолжает линию познания феномена человека в русской классической литературе XIX века. Творчество Устиновой немного напоминает абстрагированный от реальности романтизм XVIII века.

Литературоцентричная Россия в прошлом предпочитала содержательные исследовательские произведения. Их авторы пользовались авторитетом в обществе и литературным трудом зарабатывали на жизнь в достатке для всей семьи. В настоящее время ценностные ориентиры перевернуты в пользу отстраненной от реальности выдумки, нацеленной на аудиторные ожидания невзыскательного читателя. Творчество оплачивается скудно и нестабильно. Авторство российских произведений и изобретений не защищено.

Погруженному в события парламентскому журналисту, преподавателю теории и практики массовой информации выдуманные детективы не интересны. Зачем нагромождать неестественные фабулы и изобретать искусственные сюжеты, когда источником фантастики стала сама жизнь?

Литература

1. Попова Н.А. Александр Грибоедов против Марии Ватутиной, или Нужно ли школьным учителям преподавать современную литературу. Зная 2011. №5.

ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЕ ПРАЗДНИКОВ

«Праздник к нам приходит!..» – или его приводят?

Исследование по итогам экспертного опроса «Отмечаете ли вы хеллоуин»
и другие «не наши» праздники?»

Н.В. Вакурова,

кандидат филологических наук, доцент

Государственный университет управления (Россия)

natalia_vakurova@mail.ru

Л.И. Московкин,

корреспондент

газета «Московская правда» (Россия)

Аннотация. Статья описывает сравнительное исследование итогов экспертного опроса с экспертными заключениями по истории и практике изменений праздничного паттерна современной России.

Опрос проводился в устной форме с основным вопросом «Отмечаете ли вы Хэллоуин и другие иностранные праздники?»

Вопрос оказался релевантным. Не получено ни одного отказа. Респонденты увлекались, отвечали эмоционально и иногда с развернутыми объемными комментариями, содержащими элементы исследования.

Типология праздников не была предметом исследования. Задача состояла в том, чтобы выяснить отношение россиян к заимствованным праздникам и проанализировать различные точки зрения.

Ключевые слова: валентинки, викиномика, импортозамещение праздников, пропаганда, самхейн, Смута, Хэллоуин.

Summary. The article describes a comparative study of the outcomes of the expert survey with experts' conclusions on the history and practice changes of a festive pattern of modern Russia.

The survey was conducted orally with the basic question «Do you Celebrate Halloween and other foreign festivals? ».

The question was relevant. Any rejections were not received. Respondents were involved and responded emotionally, sometimes with expanded volume comments containing elements of the study.

The typology of the feasts was not the subject of this study. The aim was to find out the attitude of Russians to borrowed holidays and to analyze different points of view.

Keywords: Halloween, import substitution holidays, propaganda, Samhain, Strife, Valentine, wikinomics

В постсоветское время населению России неоднократно предлагалось отмечать новые для страны праздники. Неприятие новаций заставило переименовать День независимости в День России. День народного единства вызвал кри-

тику в составе антироссийской пропаганды и недовольство коммунистов, про-должающих отмечать 7 ноября как День Великой октябрьской революции.

Временные рамки и совпадения играют важную роль в успехе или не-успехе новации. Например, День Петра и Февронии не приживается из-за того, что в июле снижается плотность личных контактов. В этом смысле Дню свято-го Валентина в России «повезло», как будет указано ниже.

День Петра и Февронии как православный праздник восточных славян отмечается 25 июня (8 июля) в день первого покоса, когда «русалки уходят от берегов и купаться становится безопасно». Муромские святые Петр и Феврония считаются покровителями семьи, любви и верности. Предположительно прото-типом Петра является муромский князь Давид, который правил в 1205-1228 го-дах. Святые канонизированы РПЦ спустя два века в 1547 году. Дошедшая до наших дней «Повесть о Петре и Февронии Муромских» синтетически составле-на после канонизации из двух народно-поэтических сюжетов: волшебной сказ-ки об огненном змие и сказки о мудрой деве, травнице, дочери бортника. В по-вести она вылечила князя от болезни, вызванной кровью убитого им змия. Ре-альный прототип действительно был болен, возможно, проказой. Образ Февро-нии исторического прототипа не находит и, возможно, возник из устной тради-ции как собирательный. Обе фигуры не соответствуют не только истории, но и агиографии.

По словам директора проектов развития международных связей Фонда «Добрососедство» Юрия Московского, Муром был одним из стратегических центров и долго сопротивлялся крещению. Канонизация местночтимых святых Петра и Февронии стала уступкой молодой неустоявшейся конфессии языче-ским обрядам и традициям. В постсоветское время произошло нечто противо-положное. Прозападнические настроения 90-х практически полностью заме-стили русские традиции западными образами и обрядами, насаждаемыми с 80-х, причем сначала в форме вновь изобретенных форм, а не устоявшихся. Русал-ки, лешие, домовые, оборотни, Соловей-разбойник, Змей-Горыныч, Баба-Яга, три богатыря сохранились в картинах русских художников, переизданных сказ-ках, мультфильмах с их образами и трудах исследователей восточных славян, таких, как фольклорист Анна Некрылова или этнограф Александр Терешено.

Остатки дохристианских традиций и обрядов ушли во время становления Советской власти, когда жажда новаторства использовала земские кадры в формате советов, переименовала все нужное и отринула все ненужное. Страна оказалась в изоляции и строила свою коммунистическую мифологию самостоя-тельно на основе новых международных традиций. Так, Вальпургиева ночь 30 апреля естественно перетекла в День международной солидарности трудящихся на основе маевки. В какой-то степени опыт российских евреев использовал Из-раиль, поставив строительство языка и мифологии на государственную основу. Цикл замкнулся, аналогично строил свою мифологию христианский мир из древнееврейских корней, отрекаясь от них.

Вновь охваченную жаждой новаторства постсоветскую Россию не оставили в изоляции. Максимальная открытость вместе с пиком прозападнических настроений блокировали исполнение распоряжений Бориса Ельцина срочно найти русскую национальную идею. В эпоху Владимира Путина в новом веке предсказанные Стругацкими центробежные процессы в империи в очередной раз сменились центростремительными. Эклектичное состояние массового сознания несло опасность не только для конструктивного развития, но и текущего состояния. В первые годы века прошло несколько физических провалов с ростом депрессивных и суицидальных настроений. Для власти страны было бы самоубийственно во время демографического провала помогать народу праздновать деструктивный Хэллоуин или обмениваться валентинками как знаками любви без верности, абстрактной или конкретной вне семейных отношений и обязанностей.

В качестве паллиатива в 2008 году произведена попытка ввести праздник Петра и Февронии как День семьи, любви и верности.

Если смысл Дня народного единства как окончания Смуты разъясняли на многочисленных мероприятиях, то для Дня семьи, любви и верности интерпретировать было бы нечего из-за отсутствия у календарной даты физических или исторических корней. Косить траву к этому времени в стране перестали, дойное стадо сократилось, луга и поймы зарастали сорными травами. Учитывая, что кризис семьи первичен относительно волны бытового насилия и кризисов школы, экономики и политики, должно быть удивительным, что именно для этого базового института стабильности человечества не сумели найти верифицируемых исторических или религиозных корней. Корни оказались исключительно фольклорными, что показывает наличие некоего внутреннего фактора стабильности восточных славян.

Для возрождения праздника Петра и Февронии немало усилий приложили «Фонд социально-культурных инициатив» Светланы Медведевой и фонд «Добрососедство». Юрий Московский считает 8 июля удачной датой во времени, ненасыщенном другими праздниками. В 2010 году в Муроме был поставлен памятник Петру и Февронии с зайчиком позади них как символом плодovitости. Аналогичные памятники стали устанавливать в других городах, например, в Химках напротив ЗАГСа. Из Петра и Февронии сделали второй бренд Мурома наряду с богатырем Ильей Муромцем. На 8 июля в Муром съезжаются толпы паломников и особенно паломниц, в том числе бездетных, особенно радующихся детям. Мероприятия праздника Петра и Февронии проходят без алкоголя. Федеральные СМИ «местнотимые» события освещают в формате, которого массовый зритель без специального интереса не замечает и остаются впечатление, что праздник не отмечается и не прижился.

История нового-старого праздника раскрывает, как сталкивается с непониманием сути искусственное возрождение старых, создание новых и имплементация зарубежных региональных традиций. Молодежь обменивается валентинками и вовлекает старшее поколение в ритуал Хэллоуина с тыквой без осо-

знания несовместимости их основы в любви или жестокости. Создается ощущение массовости. Наш опрос показал, что ситуация принципиально иная. Распространению традиции Хэллоуина в России препятствует указанный фактор восточнославянской стабильности.

Написание названия праздника не устоялось. Яндекс дает 34 млн ссылок на «хэллоуин» в том числе на «хеллоуин» и «хелоуин», однако в запросе все варианты включая «хеловин» принудительно исправляет на «хэллуин». Словарь WinWord исправляет на «Хэллоуин». Google дает 2,72 млн ссылок на «хэллоуин», 1,08 млн на «хеллоуин», 531 тыс на «хелоуин» и 62,9 тыс на «хеловин». Halloween встречается 386 млн в Google и 35 млн в Яндексе. Соотношение по омониму с другим смыслом «Halloween» обратное – соответственно 1,83 и 5 млн. Значительный объем ссылок не имеет отношения к празднику, однако разница соотношений отражает тенденции. В данном случае релевантность поискового робота практически не искажается относительно релевантности массового сознания.

Важно не то, откуда к нам приходят праздники, а нужны ли они в России и кто их реально отмечает.

В период между Новым и «старым» Новым годом нами было проведено экспресс-исследование относительно таких праздников, как Хэллоуин и День св.Валентина.

Опрос инициирован преподавателем Института современного искусства Юлией Сарычевой методом викиномики в социальной сети «Facebook». Учитывая дискуссию в сети, мы провели экспертный опрос в Госдуме.

Площадка Госдумы привлекает информированных людей, склонных к действию, в том числе профессиональных политтехнологов и социологов. Наиболее существенные для понимания предмета моменты наши собеседники не могли отразить прямыми словами даже на условиях запрета ссылки на источник. Таким образом, исследование распространилось за пределы рутинной процедуры опроса. В результате полностью подтвердились две рабочих гипотезы: любое публичное мероприятие является продуктом работы копирайтеров и политтехнологов, причем команду собирают под конкретный проект, разовый или периодический; массовость в значительной степени зависит от объема финансирования, общий успех – от организации PR-кампании в СМИ. В целом политическая поддержка или отказ в таковой имеет значение больше объема финансирования.

В настоящее время успех означает преимущество над конкурирующими проектами в финансировании и прежде всего в политической воле, которая, в свою очередь, повсеместно сводится к борьбе глобализующих и национальных проектов. Доказательная идентификация источника финансирования всегда составляет проблему. Следует учитывать, что против журналиста выступает профессиональная команда с опытными высокооплачиваемыми юристами. В открытый доступ попадает информация PR- характера от конкурирующих команд, которая не может сформировать системного понимания предмета. Нам

удалось выяснить, что в России национальные проекты обходятся на порядки дешевле глобализующих. Вопреки распространенному мнению о высокой коррупции в России, национальные проекты оставляют впечатление, обозначаемое продюсерами как «все деньги на экране», то есть финансирование использовано эффективно и пресловутых распилов не было, поскольку команда мотивирована на результат.

Наш опрос вызвал интерес, отвечали охотно и часто увлекались. Уникальный результат состоит в том, что ни один из опрошенных не отказался. При этом никто не сказал, что регулярно празднует Хэллоуин. Некоторые ответы прозвучали с грубым осуждением этого праздника. Фактически опрос проводили, пока не нашли позитивных ответов с признанием. Достаточно было задавать один и тот же вопрос каждому встречному без выбора и подбора, как обычно приходится делать журналистам.

Два респондента признали, что Хэллоуин в семье отмечали в прошлом году. Описание ритуала праздника сопровождаются оттенком оправдания: «Я пошла навстречу дочери: мы пригласили соседских детей, муж купил тыкву, дети сами сделали костюм. Но для них это была забавная игра, не более!» Другой респондент рассказал, что круглую тыкву в магазине не нашли и пришлось подрезать до положенной формы. Из внутренностей тыквы испекли самсу с зирой по узбекской традиции, не имеющей отношения к кельтской основе.

Эклектичность встречалась неоднократно. Некрещеный человек отмечает рождество дважды: и по католической традиции 25 декабря, и по православной 7 января. Реально отмечаемый как праздник студенчества День Святой великомученицы Татианы никто не вспомнил. Большинство опрошенных относится к иностранным праздникам негативно. Получены развернутые объяснения, для чего это финансируется. В целом респонденты были удивительно единодушны.

Всего в опросе приняло участие 20 экспертов. Из них 7 депутатов, 7 парламентских корреспондентов, 2 студента и по одному: представитель президента, сенатор, социолог и политолог, сотрудник пресс-службы. Еще один респондент находится за пределами Думы, литературовед из Минска.

Участники опроса представляют трудоспособное население страны, включая двадцатилетних студентов, тридцатилетних депутатов, людей среднего и старшего возраста.

Исследование подтвердило гипотезу о том, что новые иностранные праздники если и отмечают, то в основном молодые люди до 25-28 лет, да и то, как правило, в местах проникновения западной островной культуры. Их привлекает возможность поиграть в «нечистую силу» на Хэллоуин в конце ноября, когда можно предстать в каком-нибудь ночном клубе в костюме вампира или создать зловещую атмосферу с помощью полых тыкв с зажженными внутри свечами. После возвращения в свою среду обитания праздник не отмечается. Можно заметить, что, повзрослев, человек испытывает чувство неловкости за участие в ритуалах Хэллоуина в своем детстве.

Что касается Дня св.Валентина 14 февраля, то этот праздник отличается от Хэллоуина позитивной направленностью, так как считается Днем всех влюбленных. С конца 90-х годов в школах, вузах и на рабочих местах молодежь пишет и распространяет «валентинки» – разнообразной формы открытки с признаниями в любви. Этот праздник прижился еще и потому, что удачно предвариает по времени две традиционные календарные даты – 23 февраля и 8 марта, по сути являясь некоей репетицией этих гендерных праздников. «День всех влюбленных хошь ни хошь, а жене надо что-то подарить, коль жену зовут Валентина – суррогат 8 марта у нас такой получился. Кто имеет любовниц или пассив, тем более надо что-то подарить», – этот ответ показывает отношение к любви противоположное тому, что заложено в Дне Петра и Февронии.

Проблема рекламирования Хэллоуина отмечена и для России, и для Белоруссии: «В Беларуси проживает много католиков, однако, как мне кажется, все же срабатывает реклама, а не убеждения».

Следует отметить, что как Хэллоуин, так и День влюбленных имеет отечественные аналоги, имплементированные давно, но не всем известные. На Руси считали, что в конце апреля существует день, когда в определенном месте на Лысой горе собирается на свой шабаш нечистая сила – ведьмы, вурдалаки, русалки и прочая нечисть – и устраивают свой дьявольский пир, известный также как Вальпургиева ночь.

Попытка заменить День влюбленных Днем Петра и Февронии 8 июля в качестве дня любви, семьи и верности считается неудачной из-за выпадения на отпускной период. В реальности православный праздник распространяется успешней католического, учитывая, что федеральные СМИ о мероприятиях первого не сообщают, а второй рекламируют.

«Думаю, срабатывает реклама: мы часто слышим про эти праздники, многие не хотят отставать от моды»; «Ну, день всех влюбленных, типа этого. Слышишь, когда с утра каждые 15 минут объявляют о дне влюбленных», – таким образом отмечена ключевая роль СМИ.

Большинство ответивших никогда не участвовали в ритуалах и мероприятиях иностранных праздников: «Я даже не знаю, когда они»; «Никак. Я чту свою историю»; «Полная бредятина для РФ»; «Они не в нашей традиции»; «Дурачки из числа молодых бездумно перенимают западные традиции, абсолютно не свойственные нам»; «Хэллоуин, он не только иностранный, это, к сожалению, праздник, который вызывает всех чертей, и поэтому я отношусь резко отрицательно».

По поводу празднования Хэллоуина: «Лично я его праздником не считаю, как и День св. Валентина, т.к. это католическая традиция, которую воспринимаю как «не свою» (разумеется, без отрицательной коннотации)».

Судя по ответу из Минска, в Белоруссии иностранные праздники насаждаются даже активней, чем в России: «Многие в Беларуси (по крайней мере, в Минске) на эти праздники реагируют («отмечанием» это назвать нельзя, т.к. большинство не задумывается об истории праздников, традициях и т.д.,

а скорее реагируют на «упаковку»: красивые атрибуты, товары). Происходит это приблизительно так: в центре города разгуливают молодые люди в костюмах на Хэллоуин. А накануне дня св. Валентина увеличивается, причем заметно, количество соответствующих товаров (открыток, свечей, игрушек...), их можно наблюдать в корзинах покупателей в супермаркетах; в школах проводятся мероприятия (обмен открытками, иногда дискотеки), детям все это нравится».

Для Белоруссии использована схема США с прицелом на детей: «У меня Хэллоуин, что называется, в крови благодаря учебе по обмену под Бостоном. В США Хэллоуин превратился в детский утренник. На всех мероприятиях следят за возрастными ограничениями. В страшных костюмах запрещалось заходить на детские этажи школы. Отмечается весело, многие в костюмах. С группами детей родители – старшие ведьмы. Положено раздавать конфетки. Если нет конфетки, можно потребовать вредность. Приютившая семья не отмечает, потому что это для детей, а не взрослых. Вернувшись в Россию, не отмечаю».

В устных ответах получен настоящий анализ, причем молодые респонденты проявили фундаментальное знание проблемы. «Хэллоуин был кельтский праздник самхейн. День мертвых, день поминовения усопших, сообщения с параллельным миром, миром мертвых. ... люди должны знать, откуда пошел праздник и тогда уже решать, стоит отмечать или не стоит, был ли он праздником. Очень сильно поменялся смысл, и смысл который рассчитан на потребителя».

Для Дня Святого Патрика источник финансирования связался с интересом пивных компаний. Отмечена тенденция на разлад в обществе: «День святого Патрика – это такой праздник, который опять же вызывает каких-то нечистых сил. Потто, это связано с ходами по городу, барабанными дробями. Я помню, лет 15-20 назад даже возникали из-за этого конфликты части молодежи, которая поддерживала этот праздник, и другой, которая их гоняла. Конечно, это вносит разлад в общество».

Один из респондентов отметил связь популяризации иностранных праздников с насаждением постмодернизма: «Мне кажется, существует такая связь, потому что активная идет пропаганда, и многие люди то ли покупаются, то ли следуют этой пропаганде. Они получают удовольствие, потому что это весело, это ярко. Ну, просто чтобы не сидеть, не скучать и не смотреть дома телевизор. Я считаю, что у нас тоже много таких интересных и стоящих праздников, которые мы можем раскрыть перед людьми, чтобы они поняли их смысл и значение».

Мнения тех, кто заимствованные праздники отмечать не хочет, в принципе, разделились. Примерно треть опрошенных негативно относится к ним и считает, что в России их вообще не нужно отмечать. Остальные более толерантны и, хоть сами и не отмечают, считают, что если кто-то хочет, пусть отмечает, это личное дело каждого.

Некоторые из ответивших (их немного) усматривают в праздновании «чужих» праздников утрату национальной идентичности, некий «антипатриотизм», с которым надо активно бороться: мол, праздники эти навязанные, ничего общего

с русской культурой не имеют и вообще не нужны и даже вредны: «Международный день объятий абсолютно не наш праздник, ничего хорошего не несет. Отмечается в январе, когда повышенная эпидемиологическая опасность и нужно избегать контактов. А тут объятия, поцелуи»; «Поклонение чужим богам ни к чему хорошему не приводит. Мы и есть оккупированная страна».

Отмечена необходимость политики постепенного замещения; «Я считаю, что праздники в такой очень корректной форме должны быть заменены на общероссийские»; «В идеале можно отказаться от всех таких праздников. Но если их запретить сейчас, то ни к чему хорошему не приведет, только озлобит молодых людей, которые будут говорить – мы это праздновали, теперь нет такой возможности, значит, у нас нет свободы».

Возможность «Импортзамещения праздников» связана скорее с лояльностью, чем с агрессивным неприятием, с сохранением исторически новых советских традиций: «Нормально отношусь ко всем праздникам, потому что давным-давно осталось три праздника – Новый год, 9 мая, день рождения. 9 мая потому, что оба деда воевали, оба остались живы и много рассказывали».

Очевидно, база для народного единства все же есть, учитывая, что подъем патриотизма и позитивных настроений в стране вызвал возврат Крыма в Россию.

Лозунгом ратующих за «наши» традиции стала фраза «За Деда Мороза обидно!», так как в Новогодние праздники у нас Санта Клаус появляется чаще, чем Дед Мороз. Однако большинство опрошенных не согласилось с этим, утверждая, что образу Деда Мороза, который по-прежнему популярен, ничто не угрожает.

Анализ мнений опрошенных показал, что к разным праздникам – разное отношение. Действительно, если брать наши традиционные праздники, их можно разделить на религиозные и светские, дохристианские языческие (например, Масленица или День Ивана Купала) и христианские (Рождество, Крещение, Пасха и другие), также русские и советские, чисто отечественные (23 февраля, 4 ноября) и международные (8 марта Международный женский день, 1 мая День солидарности трудящихся, 1 июня Международный день защиты детей), а также профессиональные (День десантника, День радио, День милиции и другие).

Результаты опроса показали, что по данному вопросу мнения разделились, но преобладающей позицией является активное игнорирование или агрессивное отрицание этих праздников как значимых для россиян. Резко негативные мнения о категорической их неприемлемости не были значительны по числу, но весьма агрессивны эмоционально. Сводились в основном к тому, что навязанные праздники несут чужие ценности и деструктивную идеологию. Данная позиция аналогична той, которая нередко высказывается по поводу языковых заимствований, которые «портят» русский язык.

Дискуссия по этому вопросу уже давно перешагнула двух- или даже трехвековой рубеж, а русский язык живет и обогащается, отмечая ненужное в процессе

самоорганизованной естественной эволюции. Проблема, возможно, заключается в излишней идеологизации заимствований, чего бы они ни касались.

Для тех, кто управляет массовым сознанием, есть повод задуматься над использованием такого эффективного PR-инструмента, как всенародные праздники, которые могут как объединять людей, так и разъединять, подчинять или вызывать протест при весьма незначительном превышении предела толерантности массового сознания к искусственной деформации.

Литература

1. Муром – столица Любви, Семьи и Верности. Юрий Московский, директор проектов Фонда развития международных связей «Добрососедство». http://www.dobro-sosedstvo.ru/dobro/ru/etc/o_49259?rating=up&isNew=0
С фотографиями <http://maxpark.com/community/13/content/3552226>

ВНУТРЕННИЙ ИМИДЖ ГОРОДА В ПЕРИОД ЭКОНОМИЧЕСКИХ ПРОБЛЕМ (ПО МАТЕРИАЛАМ ПРЕССЫ)

О.А. Вольф,

ассистент, аспирант

Хакасский государственный университет им. Н.Ф.Катанова (Россия)

E-mail: oles-sya@mail.ru

Е.В. Шахаева,

студент

Хакасский государственный университет им. Н.Ф.Катанова (Россия)

E-mail: kate11195@mail.ru

Аннотация. В статье рассматривается имидж города Абазы (Республика Хакасия) в глазах его жителей в период внутренних экономических проблем на материале публикаций в городской газете «Абазинский Курьер».

Ключевые слова: имидж территорий, медиаимидж, внутренний имидж города.

Summary. The article discusses the image of the city Abaza (the Republic of Khakassia) in the eyes of its inhabitants during the internal economic problems on the material of the publication in the local newspaper «The Courier Abaza».

Keywords: the image of the territory, mediaimage, the internal image of the city.

Теоретические и практические изыскания в области формирования имиджа территорий стали проводиться в России сравнительно недавно. В настоящее время данное направление стало популярным и разрабатывается довольно активно как учёными, так и специалистами-практиками.

У.А.Богачев определяет имидж какой-либо территории как «совокупность эмоциональных и рациональных представлений, вытекающих из сопоставления всех признаков территории, собственного опыта людей и слухов, влияющих на создание определенного образа» [1, с. 92]. Имидж регионов и населённых пунктов принято классифицировать на внутренний и внешний. Внутренний имидж формируется у жителей исследуемой территории, субъектами внешнего имиджа являются люди, проживающие за её пределами.

Учёный А.К.Кичигин приводит параметры, которые обычно считаются определяющими для имиджа города: качество жизни, кадровые ресурсы, инфраструктура, высокие технологии, капитал, контролирующие органы, инфраструктура бизнеса, власть [2, с. 39] и т. д.

Имидж территории формируется, в основном, через средства массовой информации и коммуникации. Результат этого процесса принято обозначать понятием «медиаимидж территории», который исследователь Т.Морозова определяет как «образ, создаваемый средствами массовой информации в целях привлечения внимания к объекту имиджирования» [3]. Как отмечает В.М.Мальцева, «в формировании медиаимиджа территории главная роль отводится СМИ, потому что от них зависит, как будут освещаться события, при помощи каких языковых средств будет проведено описание тех или иных действий, какие проблемы будут вынесены на обсуждение, как будет направляться это обсуждение» [4, с. 76].

В данной работе мы рассмотрим имидж города Абазы (Республика Хакасия) в глазах его жителей в период внутренних экономических проблем на материале публикаций в городской газете «Абазинский Курьер».

Посёлок Абаза возник в Хакасии (тогда – в Хакаско-Минусинском крае) в 1856 г. в связи с разработкой Абаканского железорудного месторождения. С 1957 года Абазе был присвоен статус посёлка городского типа, который в 1966 году был преобразован в город, а в 2003 году стал городом республиканского подчинения. Абаза – живописное место, город с богатыми природными ресурсами, развитой сельскохозяйственной промышленностью. Градообразующим предприятием является «Абаканский рудник», город живёт за счёт шахты. В местных газетах Абаза представлена как небольшой, уютный город, в котором хорошо жить и есть где работать.

Корреспондент газеты «Абазинский Курьер» К.Куллама взяла интервью у А.М.Подзоровой, которая была в числе первых добровольцев, приехавших на строительство Абазы и Абаканского рудника: *«Вообще, в Абазе всегда были очень хорошие, добрые отношения друг к другу. Жители чувствовали, что правительство, администрация Абаканского рудника заботятся о новом поселке, и с удовольствием строили его. <...> Так из небольшого рабочего поселка, благодаря напряженной, созидательной работе людей, развитию Абаканского рудника, постепенно появлялся чистый, уютный городок под названием Абаза»* (Абазинский курьер, 2015, 21 окт.).

Город Абаза – это моногород, и благополучие шестнадцати тысяч его жителей так или иначе зависит от работы рудника.

С 1 мая 2015 г. ООО «Руда Хакасии» (собственник предприятия «Абаканский рудник») остановило работу на абазинской шахте, сохранив сотрудникам 2/3 заработной платы. Руководство собственника объяснило, что им проще закрыть производство, чем продавать тонну руды за те деньги, которые предлагает за нее ОАО «Евразруда» – единственный покупатель продукции предприятия. В 2015 г. «Абаканский рудник» простаивал в течение четырех месяцев в связи с тем, что ОАО «Евразруда» являлось монополистом и диктовало заниженную цену за руду. В это время работникам не выплачивалась зарплата, шли массовые сокращения горняков. Шахтёры устраивали протесты и голодовки, пытаясь подключить к решению проблемы городские и региональные власти, обращались в Правительство РФ, писали письмо Президенту РФ. Однако ничего не помогло, в настоящий момент рудник в процессе закрытия.

Городская газета «Абазинский курьер» активно освещала сложившуюся ситуацию. В публикациях, в том числе, отражено мнение абазинцев о том, каким им видится настоящее и будущее их города. По материалам исследуемой газеты можно проследить негативные тенденции в формировании имиджа города по некоторым параметрам, упомянутым А.К.Кичигиным.

Закрытие градообразующего предприятия, по мнению жителей, повлияет на качество жизни населения и кадровые ресурсы:

- *«Нам, рудничным, сейчас тяжело, ребята помоложе – стараются уехать из Абазы, и правильно делают. Этим и плохи моногорода – предприятия закрывают, и город «встает»»;*

- *«Мы, педагоги, боимся, что работоспособное население Абазы начнет уезжать из города, значит, уедут и наши ученики, воспитанники детских садов»;*

- *«...производства нет, кругом одни магазины»* (Что будет с Абазой? // Абазинский курьер, 2015, 19 сент.).

По мнению абазинцев, в скором времени в городе не будет перспектив трудоустройства, следовательно, большинство семей думают о других возможностях заработка и переезде. С уменьшением трудоспособного населения будет ухудшаться финансовое положение в городе, уровень оказываемых социальных услуг, качество жизни в целом.

Городские жители замечает, что в связи со сложной экономической ситуацией страдает и инфраструктура города, причём некоторые проблемы имеют повторяющийся, системный характер:

- *«Мы уже летом столкнулись с тем, что отключили ночное освещение на улицах, закрыли баню, затягивается подготовка к зиме, не ходили маршрутные автобусы...»* (Что будет с Абазой? // Абазинский курьер, 2015, 19 сент.);

- *«...вечерами на улицах нет освещения, в музее света нет, экскурсии с фонариком проводят, баня городская закрыта, запасов угля в городе нет, когда подключат горячую воду, отопление неизвестно!»* («Войну» объявить никогда не поздно! // Абазинский курьер, 2015, 31 авг.).

Безусловно, подобные проблемы негативно влияют на внутренний имидж города. Если в последнее десятилетие Абаза считалась «надёжным» городом и ассоциировалась у жителей с крепкой экономикой и финансовым благополучием, то теперь, по мнению жителей, они как будто вернулись в 90-е годы прошлого века, когда перебои с электричеством и отоплением были в порядке вещей.

Большинство абазинцев считают, что руководство предприятия и городские власти не хотят поддерживать людей и город, идут на обман ради своего спокойствия:

- «...буквально недавно нас уверяли, что отгруженной продукции достаточно для выплаты 2/3 заработной платы до октября. Люди верили этим заверениям, но их терпение не беспредельно» (Семь дней, которые изменили Абазу // Абазинский курьер, 2015, 10 сент.);

- «Считаю, что нынешняя ситуация в Абазе была бы невозможной, если бы в руководстве градообразующего предприятия находились хорошие хозяйственники, заинтересованные люди, которым небезразлична судьба горожан! Обидно, что мы, простые абазинцы, остаемся по-прежнему с нашими проблемами один на один»;

- «...администрации города надо быть понастойчивей...» (Что будет с Абазой? // Абазинский курьер, 2015, 19 сент.).

Что касается городского капитала, в абазинских СМИ отмечалось, что основную долю поступлений в исследуемый период составила финансовая помощь из республиканского бюджета:

«Собственные средства предназначены на выполнение полномочий, закрепленных Абазой. Из-за крайне недостаточных поступлений по собственным средствам невозможно в полном объеме финансировать уже принятые обязательства.

– Сложившаяся в городе довольно напряженная обстановка связана с тем, что градообразующее предприятие ООО «Абаканский рудник» находится в сложном положении, – доложила в своем выступлении первый заместитель главы города Абазы Е.А. Хуртина» (Что в городском кошельке? // Абазинский курьер, 2015, 28 окт.).

Тяжёлая экономическая ситуация с Абаканским рудником вызывает опасения у жителей города, которые считают, что проблемы предприятия напрямую отразятся на их доходах: «Долги по налогам у градообразующего предприятия перед городом растут, а это значит, что будут страдать все бюджетные муниципальные организации, начнется автоматическая цепочка неплатежей» (Что будет с Абазой? // Абазинский курьер, 2015, 19 сент.).

Таким образом, медиаимидж города в период закрытия градообразующего предприятия отражает мнение жителей о том, что Абазу и их самих ждёт не самое лучшее будущее. Проанализированные публикации в газете «Абазинский вестник» позволяют заметить нарастание негативных тенденций в формировании внутреннего имиджа города во время сложной экономической ситуации в Абазе.

Литература

1. Богачев У.А. Вызовы развитию современных российских городов и проблемы формирования их позитивного имиджа // Вестник РУДН. Серия Политология. 2010. № 2. С. 91-98.
2. Кичигин А.К. Формирование имиджа провинциального города через «зависимое» информационное пространство // Вестник Челябинского государственного университета. Филология. Искусствоведение. 2010. № 17 (198). С. 39-43.
3. Морозова Т. Медийный имидж региона как необходимый компонент стратегии продвижения // Сайт «Анапа-Pro». / URL: <http://anapa-pro.com/category/9/article/198> (дата обращения: 01.02.2016).
4. Мальцева, В.М. Медиаимидж города Абакана по данным анализа публикаций газеты «Абакан» // Вестник Хакасского государственного университета им. Н.Ф. Катанова. Вып. 5. Абакан: Издательство ФГБОУ ВПО «Хакасский государственный университет им. Н.Ф. Катанова», 2013. 160 с. С. 76-79.

ПРИОРИТЕТНОЕ ЗНАЧЕНИЕ ГУМАНИТАРНОЙ СОСТАВЛЯЮЩЕЙ В РОССИЙСКОЙ ВЕРСИИ ЖУРНАЛА «ESQUIRE»

Е.А. Зверева,

кандидат филологических наук, доцент

Тамбовский государственный университет имени Г.Р.Державина (Россия)

E-mail: Katya9_2001@mail.ru

Аннотация. Автор ставит целью провести анализ гуманитарной составляющей в журнале *Esquire*, который позиционирует себя как мужской журнал, хотя синтезирует несколько гуманитарных типов изданий, включая общественно-политический, литературно-публицистический и культурно-развлекательный. В работе проводится анализ контента издания, включая систему рубрик и язык автора, что позволяет сформировать основу содержательно-тематической модели издания, определить важнейшие тематические направления его публикаций и языковые принципы формирования облика издания. В заключении делается вывод о том, что в основе концепции *Esquire* лежит единый вектор гуманитарных идей, который конкретизируется из номера в номер.

Ключевые слова: журнал *Esquire*, система рубрик, язык автора, гуманитарный контент.

Summary. The author aims to analyze the humanitarian component of the magazine *Esquire*, what positions itself as a men's magazine, although synthesis several humanitarian types of publications, including the social and political, literary, a publicistic, and cultural and entertainment. The paper analyzes the content of publication, including the columns and the author's language, that allows forming the basis of content and thematic edition models to determine the most important themes of his

publications and linguistic principles of the appearance of the publication. It is concluded that the *Esquire's* concept is a single vector of humanitarian ideas, which is instantiated in each issue.

Keywords: the magazine *Esquire*, the system columns, the language of the author, humanitarian content.

Современные исследования в гуманитарной сфере, в том числе и в журналистике, уделяют пристальное внимание ценностям общества [1]. Так, в диссертационном исследовании Т.И.Фроловой изучается освещение проблем человека в отечественной журналистике и формируется модель гуманитарной повестки СМИ, которая позволит «сделать контент СМИ более гуманистичным, более соответствующим требованиям времени, способным эффективно влиять на благополучие и развитие человека как общественного существа» [2, с. 12.].

Среди всего многообразия медийного контента социально-гуманитарного тематического профиля в российских СМИ особый интерес, на наш взгляд, представляет журнал *Esquire*, который позиционирует себя как мужской журнал, хотя издание давно перешагнуло формат одной модели и синтезирует несколько гуманитарных типов изданий, включая общественно-политический, литературно-публицистический и культурно-развлекательный.

Аудитория российских читателей журнала *Esquire* по официальным данным насчитывает порядка 478 000 человек [3]. Число подписчиков журнала *Вконтакте* составляет 2 409 545 [4], в *Facebook* – 321 532 [5], а в *Twitter* – 372 233 [6].

В каталоге СМИ России журналу *Esquire* дается следующее описание: *Esquire* – мужской журнал, «предназначенный для умных и разборчивых мужчин – для тех, кого не прельщают дешевые сенсации, для тех, кто в состоянии оценить настоящий стиль в литературе и моде. *Esquire* – это высочайшее качество текстов, блестящая журналистика, эксклюзивные интервью со звездами и прекрасные фотографии. Читатель *Esquire* знает толк в хороших вещах и достижениях современной культуры» [7]. *Esquire* разительно отличается от любого глянцевого мужского журнала, традиционно строящегося на четкой системе рубрик: спорт, стиль, мода, развлечения, отношения. *Esquire* – это, в первую очередь, упор на интеллектуальную аудиторию, предпочитающую более серьезный подход.

Русский *Esquire* с первых дней не был аполитичным изданием: «Я не исключаю, что если бы мы жили в более благополучном обществе, то, возможно, недоделанность власти беспокоила бы меня гораздо меньше. /.../. Просто сейчас все устроено таким образом, что ничего не работает. Нет ничего в стране, кроме привозных товаров. А журналистика — есть. Журналистике не нужно ничего, чтобы быть» (Из интервью Филиппа Бахтина (бывшего главного редактора *Esquire*) журналу *Афиша*) [8]. И действительно, на протяжении всего своего существования издание было в эпицентре политических событий, происходящих в стране. Каждый номер журнала традиционно открывает рубрика

«Письмо редактора», как правило, задающая тон всего номера, а практически все авторские колонки посвящены политической ситуации в России.

Оригинальные разделы позволяют читателю ознакомиться не с сухими анонсами, а изучить увлекательные и нестандартные как для мужского глянца, так и для большинства изданий российского рынка СМИ рубрики. Большое внимание уделяется разделу «чтение». В каждом номере публикуются пьесы и рассказы современных писателей. С особенным интересом и увлеченностью читатели изучают рубрику «Правила жизни», рассказывающую о жизни не только знаменитостей, но и самых обычных людей. Так, на страницах журнала публиковались правила жизни полицейского, проститутки, безработного, молодой мамы и т.д. Главное отличие «Правил жизни» состоит в том, что информация подается не в виде стандартных интервью (порядком надоевших многим читателям), а списком жизненных принципов. Примечательно, что в качестве знаменитостей выступают не только актеры и певцы, но также и режиссеры, ученые, политики. Рубрика «Правила жизни в России» представляет отчеты иностранных журналистов об их опыте работы и жизни в нашей стране. Таким образом, *Esquire* показывает читателям Россию с нестандартной стороны. Самой любимой рубрикой считается письмо редактора, и, несмотря на смену авторов, в традиционной авторской колонке информация читателям преподносится всегда иронично и остроумно. Язык журнала живой, яркий, непосредственный, но при этом грамотный и нормированный.

Задача нашего исследования – доказать приоритетное значение в журнале *Esquire* гуманитарной повестки дня, которая в данном контексте рассматривается как наличие в журнале основных тем и проблем, актуальных для общества, присутствие в издании определенной гуманитарной программы, последовательно реализуемой в контенте социально-гуманитарного профиля [9, с. 17].

Для того чтобы провести анализ гуманитарной составляющей *Esquire*, необходимо проанализировать контент издания, включая систему рубрик и язык автора, поскольку первая позволяет сформировать основу содержательно-тематической модели издания, определить важнейшие тематические направления его публикаций, а с помощью второго можно узнать потребности, интересы и вкусы аудитории, языковые принципы формирования облика издания.

Система рубрик журнала *Esquire* неоднородна и непостоянна, ее вполне можно назвать мультимедийной. Обращаясь к системе рубрик одного номера невозможно предсказать, о чем будет рассказывать следующий номер журнала.

С момента существования журнала в России (2005 год) на его страницах наряду с постоянными появлялось множество плавающих и «одноразовых» рубрик. Некоторые рубрики из плавающих со временем перекечевали в постоянные, в то время как некоторые постоянные исчезли со страниц. На данный момент журнал практически в равных долях образуют постоянные и плавающие рубрики, разбавленные время от времени «одноразовыми», но все их объединяет общая идея стоящей в центре личности, через призму взглядов которой и раскрывается суть материала той или иной рубрики.

Следует выделить наиболее значимые постоянные и плавающие рубрики, образующие на сегодняшний день журнал *Esquire*:

«Письма» – рубрика, посвященная письмам читателей.

«Авторы» – рубрика, представляющая наиболее интересных авторов номера, складывающаяся из портретов авторов и небольшой анкеты в свободной форме.

«Письмо» – колонка редактора.

«Красивая женщина рассказывает анекдот» – одна из рубрик, перешедших в журнал из оригинальной американской версии. В основе рубрики лежит анекдот, рассказанный медийной личностью, ее краткая анкета и анонс мероприятия, где в скором времени можно будет увидеть героиню рубрики.

«Достижения» – как правило, в рубрике представляют несколько интересных высказываний деятелей политики, сделанных в месяц выхода номера журнала.

«Развлечения» – какая-либо медийная личность выбирает из списка мероприятий, проходящих в столице, события, на которые отправился бы сам, отправил бы родственников из провинции и не посоветовал бы посетить и врагу.

«Бизнес» – плавающая рубрика, может быть заменена схожими рубриками с названием «Право», «Деньги» или другими. В основе материала рубрики лежит одна из современных проблем общества, рассматриваемая несколькими (или одним) героями материалов, непосредственно столкнувшимися с данной проблемой.

«Спорт» – плавающая рубрика, в основе которой часто лежит фоторепортаж. Это может быть фотообзор африканских футбольных стадионов или спортивные залы школ из российской глубинки.

«Движение» – плавающая рубрика, охватывающая тему автотранспорта в непривычном для глянца формате. Это может быть история нечестного гаишника, рассказывающего о хитростях, которыми он пользуется на работе или обзор цен на бензин в различных странах мира.

«Политика» – также относится к плавающим рубрикам. В ней публикуются материалы, повествующие о политической ситуации в странах мира, реакции населения на эту ситуацию.

«Цифры» – статистическая рубрика, в которой приводятся интересные количественные показатели из разных областей жизни.

«Каково» – рубрика, материалы которой рассказывают о том, каково это находиться в той или иной ситуации, либо каково иметь тот или иной статус.

«Открытия» – рубрика, в основе которой лежат открытия, сделанные учеными разных стран за месяц.

«Искусство» – плавающая рубрика, материалы которой могут рассказывать о жизни «непризнанных» деятелей культуры и искусства, например, жизни бродячего цирка.

«Правила жизни» – знаковая рубрика, перешедшая в русскую версию журнала из американской франшизы. Интервью известных персон и обычных людей, предстают в качестве жизненных тезисов героя.

«Правила жизни в России» – рубрика, в которой публикуются материалы о жизни в России бывших и настоящих специальных корреспондентов разных стран или российских журналистов из других городов.

«Досуг» – рубрика, в основе которой лежит фоторепортаж. Это могут быть фотографии бывших наркоманов, воспитанников детских домов или другие снимки, затрагивающие проблемные темы, о которых не принято говорить в мужском глянце.

«Чтение» – рубрика, в которой публикуются малоизвестные или нашумевшие рассказы современных зарубежных авторов.

«Одежда» – рубрика о моде. Как ни парадоксально, но в центре стоят не сами модели одежды от известных брендов, а личность, примеряющая на себя одежду из новой коллекции.

«Вещи» – рубрика, представляющая топ-10 вещей месяца, выбранных редакцией издания. В основе рубрики, в первую очередь, стоят не вещи, а привлекательные фотографии, выполненные фотохудожниками.

Таким образом, в журнале *Esquire* мы видим полное отсутствие «главных» мужских тем. Несмотря на использование говорящих названий, содержание рубрик автомобильной и спортивной тематики имеет скорее проблемный, а не развлекательный характер. В издании есть рубрика посвященная женщинам – «Красивая женщина рассказывает анекдот», однако в журнале женщина предстает в первую очередь как деятель культуры и искусства, рассуждающий о морали.

Тон номеров издания изначально задается письмами редакторов, рассуждающих в эссеистической форме о политической ситуации в нашей стране. Аналогичную ситуацию мы можем наблюдать в рубрике «Достижения», где упоминаются фигуры политических деятелей, например, Мизулиной и Навального.

Присутствует в системе рубрикации журнала и тема бизнеса, и научная тематика («Открытия»), что косвенно говорит о том, что журнал ориентируются на образованного, готового к новым познаниям читателя. Не сходит со страниц издания и тема искусства, представленная в журнале в нетипичном для глянца репортажном жанре, можно полагать, что данная форма преподнесения информации вызвана, в первую очередь, стремлением передать атмосферу происходящего не с точки зрения автора, а с позиции участников события. Так, материалы рубрики «Развлечение» проходит через призму оценки деятелей культуры, на основе мнения которых рядовой читатель может решить, стоит ли посетить то или иное мероприятие. В этой рубрике художник рекомендует или, напротив, не рекомендует посещение культурных событий, в числе которых преобладают выставки, спектакли, авторское кино и концерты, посетить которые было бы интересно людям обоих полов.

Среди авторов рубрики «Чтение» – известные публицисты и писатели: Максим Кантор, Александр Гаррос, Линор Горалик. Свои художественные

и художественно-публицистические произведения на страницах издания в разное время размещали Борис Стругацкий, Виктор Пелевин, Людмила Петрушевская, Захар Прилепин, Борис Акунин, Евгений Евтушенко и многие другие современные отечественные писатели. Кроме того, эксклюзивный материал для *Esquire* предоставляют и именитые зарубежные авторы: Тонино Гуэрра, Альберт Санчес Пиньоля, Стивен Кинг и другие.

Таким образом, содержательно-тематическая модель журнала далека от канонической модели мужского глянца. Сферы жизни, которые охватывает *Esquire*, могут быть интересны различной аудитории без деления по гендерному признаку. Большинство материалов рубрик заставляют задуматься читателя о гуманитарных и актуальных проблемах нашего общества.

Система рубрик журнала *Esquire* тяготеет, в первую очередь, к гуманитарной общественно-политической и социальной тематике, мужская направленность прослеживается лишь в рубриках, касающихся одежды и аксессуаров. Контент издания посвящен культурным, социальным, общественным и политическим проблемам нашего общества, направлен на удовлетворение культурных потребностей граждан, привитию определенного эстетического вкуса. Система рубрик издания тяготеет к общественно-политической и публицистической направленности, где в центре публикации стоит личность.

Язык автора журнала *Esquire* разительно отличается от языка мужских журналов: журнал, в первую очередь, интересно не просматривать, как стандартный мужской журнал с целью получения рекомендаций к действию, а читать вдумчиво, делая самостоятельно заключения и выводы. Так, характерной чертой языка автора *Esquire* является открытый финал: «О чем действительно стоит беспокоиться, так это о том, что нас пугают гипотетические опасности, а не то, чем мы становимся уже сейчас»; «Это как если бы мы пришли в ботанический сад, а там росли бы растения одного вида. Меня пугает такая перспектива» [10].

В целом же, язык журнала живой, яркий, непосредственный, но при этом грамотный и нормированный. В журнале практически нельзя встретить штампы и стандарты, любая, даже самая заезженная, тема может быть интересно раскрыта за счет игры слов. Но авторы журнала могут легко себе позволить вставить в текст какой-либо жаргонизм или нелитературное слово, при этом, это никогда не будет выглядеть неуместно и вульгарно. Такие «вольности» связаны в первую очередь с концепцией самого журнала, пронизанной эпатажем. Например: «Да, я могу сыграть второй концерт Рахманинова, но я также могу сказать «ж...» [11]. Язык автора *Esquire* несколько агрессивен и склонен к умышленному эпатированию читателя. В языке автора *Esquire* нередко прослеживается едкая сатира, подчеркивающая независимость издания: «Если называть вещи своими именами, то на главной улице нашего города лежит труп. Родители приводят детей, чтобы показать им труп, молодожены приезжают к трупу за благословением. Они называют его Ленин, но на самом деле – это покойник, жмурик, труп» [12].

В это же время, в языке автора издания присутствует большое количество эго-позитивной лексики, говорящей о том, что автор не созерцает бытие, не регистрирует факты, а ведет активный и заинтересованный диалог с читателем, обмениваясь с ним мыслями и чувствами, суждениями и оценками. Поэтому столь типичны в журналистском тексте *Esquire* словосочетания типа «тревожная обстановка» и «поразительный факт». О богатстве языка автора издания говорит большое количество социальных репортажей на его странице. Автор мастерски владеет словом, а результат его труда можно отнести не к журналистскому, а художественному произведению, что особенно часто встречается в общественно-публицистических и литературных журналах.

Стоит отметить и тот факт, что на протяжении истории российской версии журнала *Esquire* в издании появляется все меньше переводных материалов, что говорит о стремлении писать для групп читателей, разделенных не по гендерному, а географическому признаку. Это подтверждают и материалы рубрики «Письма читателей», среди которых нередко присутствуют и женские рассуждения, и отклики на материалы номера.

Автор журнала *Esquire* говорит с политически и социально активным гражданином своей страны, знающим толк в литературе, культуре и искусстве. При этом, пол читателя идентифицировать нельзя, так как мы не встречаем в журнале прямых обращений.

Для *Esquire* характерно тяготение к крупной форме и литературности. В журнале отсутствует прямой отклик на текущие события: они либо переосмысливаются и подаются в связи с какими-то «вечными» реалиями, либо накапливаются и затем предстают в форме обзора. Для издания характерно полное отсутствие информационных жанров и тяготение к эссеистике и даже автобиографизму. Его характерной чертой является открытый финал, свойственный литературному жанру эссе.

Таким образом, можно сделать вывод, что язык автора журнала *Esquire* являет собой образец качественной журналистики, которая ориентируется на грамотного образованного читателя с широким кругозором. На страницах издания представлена богатая интертекстуальными элементами, эмоционально насыщенная авторская журналистика.

Важнейшая особенность *Esquire* заключается в том, что в основе концепции издания лежит определенный концептуальный паттерн, который объективируется на его страницах. Публикации в журнале объединяются не общими идеями или политическими воззрениями, а наличием единого вектора гуманитарных идей, который конкретизируется и реконструируется из номера в номер. *Esquire* стремится к тому, чтобы мыслящие люди, обеспокоенные будущим страны и нации, получили возможность высказаться и реально повлиять на происходящие среди россиян и русских процессы. При этом, издание приглашает для этого людей, которые из числа реально принимающих решения исключены, то есть как бы дают им право что-то сказать, заявить о себе, надеясь

на то, что качественный журнал с высокоинтеллектуальными текстами будет прочитан и теми, кто влияет на развитие государства.

Литература

1. См.: Анненкова И.В. Медиадискурс XXI века. Лингвофилософский аспект языка СМИ. М.: Изд-во МГУ, 2011; Вартанова Е.Л. Постсоветские трансформации российских СМИ и журналистики. М.: МедиаМир, 2013; Вартанова Е., Ажгихина Н. Диалоги о журналистике. М.: Ф-т журн. МГУ, 2011; Дзялошинский И.М. Медиапространство России: пробуждение Соляриса. М.: АПК и ППРО, 2012; Землянова Л.М. Гуманитарная миссия современной глобализирующейся коммуникативистики. М.: Изд-во МГУ, 2010; Иваницкий В.Л. Модернизация журналистики: методологический этюд. М.: Изд-во МГУ, 2010; Фролова Т.И. Гуманитарные контент-модели в практике российских информационных агентств // Медиаскоп. 2014. Вып. 1. [Электронный ресурс]. Доступно на: URL: <http://www.mediascope.ru/node/1594> и др.

2. Фролова Т.И. Гуманитарная повестка российских СМИ: теоретическая модель, журналистские практики, стратегии развития. Автореф. дисс. ... д-ра филол. н. М., 2015. 48 с.

3. Журнал Esquire Россия 2013. Медиакит // [Электронный ресурс]. Доступно на: URL: https://esquire.ru/files/advertise/Media_kit_2013_rus.pdf. (режим доступа – свободный).

4. Официальное сообщество Esquire // Вконтакте. [Электронный ресурс]. Доступно на: URL: <http://vk.com/esquire>. (режим доступа – свободный).

5. Esquire Russia // Facebook [Электронный ресурс]. Доступно на: URL: <https://www.facebook.com/Esquire.Ru> Дата обращения: 28.01.2016.

6. @esquireu // Twitter [Электронный ресурс]. Доступно на: URL: <https://twitter.com/EsquireRu> (режим доступа – свободный).

7. Журнал Esquire // Pressa.ru – электронные версии печатных изданий [Электронный ресурс]. Доступно на: URL: <http://pressa.ru/izdanie/25858> (режим доступа – свободный).

8. История русских медиа: Esquire. Апрель 2005 // Сайт журнала «Афиша» [Электронный ресурс]. Доступно на: URL: <http://www.afisha.ru/article/mediahistory/page43/> (режим доступа – свободный).

9. Фролова Т.И. Гуманитарная повестка российских СМИ: теоретическая модель, журналистские практики, стратегии развития. Автореф. дис. ... д-ра фил. наук. М., 2015. 48 с.

10. Каково это — потерять дар речи и говорить на 40 языках // Esquire. 2013. 11 февраля. [Электронный ресурс]. Доступно на: URL: <https://esquire.ru/what-it-feels-like-86> (режим доступа – свободный).

11. Хью Лори. Правила жизни // Esquire. 2015. 25 июля. [Электронный ресурс]. Доступно на: URL: http://esquire.kz/1604-akter_muzikant_pisatel_49_let (режим доступа – свободный).

12. Бахтин Ф. У праха глаза велики // Esquire. 2009. Март. №42.

ПУБЛИЦИСТИКА КАК ВАЖНЕЙШАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ СМИ

Н.И. Иовва,

преподаватель

Приднестровский государственный университет

им. Т.Г. Шевченко (Приднестровье)

E-mail: iovva.nata@mail.ru

Аннотация. В статье рассмотрена публицистика, которая играет особую роль в СМИ. Особенность заключается в том, что публицистический стиль все чаще находит свое отражение в СМИ. Материалы публицистики обращены к актуальным проблемам общества – политическим, социальным, бытовым, философским. Автор делает вывод о том, что публицистические тексты не только информируют читателей о происходящих событиях, но и являются сильнейшим средством идеологического и пропагандистского воздействия.

Ключевые слова: публицистика, публицистический стиль, СМИ, жанр, текст, автор.

Summary: The article deals with journalism, which plays a special role in the media. The peculiarity lies in the fact that publicistic style is reflected in the media more and more. Content of journalism faces the actual problems of society – political, social, personal, and philosophical. The author concludes that the content of journalism not only informs readers about occurring events, but also is powerful means of propaganda and ideological influence.

Keywords: Journalism, journalistic style, media, genre, lyrics, author.

Современная публицистика играет особую роль и стремится удовлетворить не только интеллектуальные, но и эстетические потребности. Публицистический текст есть особый информационный продукт, распространяемый по каналам СМИ и обладающий устойчивыми признаками. Современные публицистические произведения, как правило, построены на рассмотрении актуальных масштабных проблем, основанном на синтезе явлений и фактов действительности, на привлечении исторических свидетельств и теоретических выкладок, а также на анализе опыта отдельных личностей.

Публицистический стиль – один из книжных функциональных стилей русского языка, который используется как в средствах массовой информации, так и в публичных устных выступлениях.

Публицистический стиль – один из развитых функциональных стилей. К сожалению, терминологическая нечеткость в использовании слова «публицистика» связана с широко распространенным понятием «публицистичность», под которым подразумевается ярко выраженная авторская позиция, а точнее, одна из форм проявления авторской тенденциозности. Публицистичность как синоним активной полемической позиции автора следует рассматривать, прежде всего, как искусство аргументации, убеждения, воздействия [1, с. 205].

Столь разное понимание публицистичности породило и два взгляда на объект исследования в теории публицистики [2, с. 85]. Первый отражает широкое толкование публицистики как рода, причисляя к ней и журналистику, и любое публичное выступление на актуально-политическую тему. Второй взгляд – это узкое, более конкретное толкование публицистики как вида творчества. По мнению его сторонников, публицистикой следует считать лишь ту часть журналистики, которая граничит с художественной литературой. Отсюда – деление газетной публицистики на информационную и аналитическую, между стилистическими полосами которых размещается все многообразие жанровых форм.

Функциональная стилистика рассматривает жанр «как выделяемый в рамках того или иного функционального стиля вид речевого произведения, характеризующийся единством конструктивного принципа, своеобразием композиционной организации материала и используемых стилистических структур» [3, с. 156].

Ведущее звено в композиционно-синтаксическом строе жанра – это образ автора, который определяет и способ его речевой организации, и отбор языковых средств, и общую стилистическую тональность. Образ автора в газетной публицистике смыкается с образом журналиста, и в этом ее главное отличие от художественной беллетристики.

К особенностям публицистического стиля речи относятся логичность, последовательность, конкретность, строгая обоснованность, общедоступность, эмоциональность, призывность. В произведениях публицистического стиля активно используются общественно-политическая и абстрактная лексика, профессионализмы, образные средства языка с яркой эмоциональной окраской. Часто встречаются сложные синтаксические конструкции с вводными словами и предложениями, причастными и деепричастными оборотами.

Публицистика обращена к актуальным проблемам общества – политическим, социальным, бытовым, философским. Тематический диапазон публицистических текстов неограничен: политика, идеология, философия, экономика, культура, спорт, повседневный быт, текущие события, рассматриваемые сквозь призму определенных политико-идеологических установок.

В публицистическом стиле принято выделять три группы жанров:

- 1) информационные: заметка, репортаж, интервью, отчет;
- 2) аналитические: беседа, статья, корреспонденция, рецензия, обзор, обозрение;
- 3) художественно-публицистические: эссе, очерк, фельетон, памфлет [4, с. 21].

В информационных публикациях излагается какой-то определенный факт; в аналитических на первый план выходит мысль автора, опирающаяся на совокупность фактов, а также его эмоции, порожденные этой мыслью; в материалах художественно-публицистических жанров ведущим качеством становится эмоционально-образное обобщение, художественно-типизированная форма описываемых явлений.

Разнообразие жанров публицистики связано с тем, что произведения этого стиля не отличаются однородностью, они охватывают огромное количество тем и сфер жизни общества, освещают практически все животрепещущие проблемы и новости.

Публицистический стиль выполняет сразу несколько функций. Во-первых, тексты, написанные в этом стиле, служат для информирования читателя (слушателя, зрителя). Во-вторых, автор текста выражает эмоциональное отношение к происходящему и старается увлечь, заразить этой эмоцией публику. В-третьих, публицистические тексты являются сильнейшим средством идеологического и пропагандистского воздействия.

Из задач, выполняемых в текстах публицистического стиля, логически вытекают основные признаки стиля. Информирование читателей максимально оперативно и доступно осуществляется в СМИ – газетах, журналах, на телевидении и радио, в Интернет-СМИ. Для текстов этой сферы характерны четкость, логичность, стандартизованность [5, с. 57].

Вторая сторона публицистического стиля – его эмоциональность. Автору нужно убедить читателя в своей правоте, не оставить равнодушным к проблеме. Для этого тексты наполняются художественными средствами, заимствованными из литературного языка, разговорной и официально-деловой речи.

Публицистика, которую называют летописью современности (так как она во всей полноте отражает текущую историю, обращена к злободневным проблемам общества – политическим, социальным, бытовым, философским и т. д.) по утверждению одних, близка к художественной литературе. По мнению других (В.И.Максимова), представляет собой нечто среднее между литературно-художественным и научным стилем [6, с. 107].

Специфика публицистического стиля определяется единством двух противонаправленных тенденций – к стандартности и к экспрессивности. «Тенденция к стандартности означает стремление публицистики к строгости и информативности официально-делового и научного стилей; тенденция к экспрессивности, к живости и занимательности изложения означает стремление публицистики к доступности и привлекательности форм выражения, характерных для языка художественной литературы и разговорной речи» [7, с. 56].

Публицистический стиль обладает одновременно консервативностью и подвижностью. С одной стороны, в публицистической речи присутствует достаточное количество штампов, общественно-политических и иных терминов. С другой стороны, стремление к убеждению читателей требует все новых языковых средств, чтобы оказывать на них воздействие. Именно этой цели служит все богатство художественной и разговорной речи.

Публицистика тематически неисчерпаема, огромен ее жанровый диапазон, велики выразительные ресурсы. Чтобы убедиться в тематической необходимости, широте публицистики, достаточно открыть любой номер какой-либо газеты и, просмотрев ее заголовки, можно получить своеобразный конспект, моментальную фотографию содержания газеты. Газета может писать о полити-

ке, о дипломатии, о спорте, об искусстве, общественных движениях, экономике, строительстве и т. д. Темы газетных публикаций трудно исчерпать, настолько они разнообразны [8, с. 134].

Принципиальное отличие публицистического слова заключается в большой роли в нем эмоционального, приобретающего в рамках газетно-публицистического стиля оценочный характер. Публицистика – это литература по общественно-политическим вопросам современности. Предмет публицистики – жизнь в обществе, политика, экономика – касается интересов каждого человека. А там, где есть интерес, не может быть безразличия, индифферентности, поскольку невозможно бесстрастно писать о том, что волнует миллионы людей, например, об этнических конфликтах, о ценах и инфляции. Вялые выражения, обтекаемые формулировки здесь просто неприемлемы, невозможны. Необходима оценка социальных, политических явлений, тенденций и процессов.

По самой своей сути публицистика призвана активно вмешиваться в жизнь, формировать общественное мнение. Публицист не пассивный регистратор событий, но активный их участник, страстно и открыто отстаивающий идеи, которым он привержен [9, с. 138].

Литература

1. Кайда Л. Г. Композиционная поэтика текста. М.: Флинта: Наука, 2011.
2. Житенева Л. И. «Газетность» – примета стиля // Русская речь. 1984.
3. Одинцов В.В. Композиционные типы речи // А.Н. Кожин, О.А. Крылова, В.В. Одинцов. Функциональные типы русской речи. М., 1982.
4. Казакова О.А., Малервейн С.В., Райская Л.М., Фрик Т.Б. Стилистика и литературное редактирование: учебное пособие. Томск: Изд-во Томского политехнического университета, 2009.
5. Бессарабова Н. Д. Метафора и образность газетно-публицистической речи // Поэтика публицистики. М.: МГУ, 1990.
6. Максимов В.И. Точность и выразительность. Л.: Просвещение, 1968.
7. Костомаров В.Г. Русский язык на газетной полосе. М.: «Издательство МГУ», 1971.
8. Солганик Г.Я. Стилистика русского языка. М.: Дрофа, 1996.
9. Кожина М. Н. Стилистика русского языка. М.: Просвещение, 1983.

МЕДИАРЕАЛЬНОСТЬ, МЕДИАПРОСТРАНСТВО, СИСТЕМА РОССИЙСКИХ СМИ: ПОНЯТИЙНЫЙ АСПЕКТ

Н.В. Крылова,

аспирант

Московский государственный институт культуры (Россия)

E-mail: natakriova10@mail.ru

Аннотация: в статье анализируется проблема соотношения в журналистике понятий медиареальности, медиапространства и средств массовой информации. Рассматриваются семантические особенности восприятия терминов в научном контексте.

Ключевые слова: медиареальность, медиапространство, средства массовой информации, контент, целевая аудитория.

Summary: The article analyses the problem of correlation in journalism concepts of media reality, media space and the media. It deals with the semantic peculiarities of perception of terms in a scientific context.

Keywords: media reality, media space, media, content, target audience.

Журналистика как социальный институт возникает на основе материально-технических, политических, идеологических, экономических предпосылок на рубеже XVI-XVII веков. Научной дисциплиной журналистика становится, когда появляется профессия журналист, а предметом изучения становится система средств массовой журналистики. И если на этапе зарождения мы говорим только об информационной функции журналистики, то в ходе её развития появляются новые функции и понятия. Журналистика как процесс, развивающийся вместе с обществом, отражает в своих видоизменениях развитие интересов самого социума, и в начале XXI века мы приходим к понятию «медиа». Термин «медиа» впервые был введён в употребление канадским философом Маршаллом Маклюэном, под которым он понимал все достижения человеческой мысли: электрический свет, часы, книга, телефон, телевидение, радио и многое другое, способное изменить мировосприятие человека. На его основе возникают новые концептуальные понятия, содержащие в структуре слова корень «медиа» такие, как медиапространство, медиасреда, медиасфера, медиареальность и т.д. Они становятся предметом изучения гуманитарных наук, в частности философии, социологии, культурологии, журналистики и т.д., что приводит к нечёткому разграничению понятий как внутри наук, так и в их интегративных связях. Мы рассмотрим понятия медиареальности и медиапространства в отечественной журналистике и проанализируем их понятийную связь с термином СМИ. В связи с этим мы будем рассматривать термин «медиа» исключительно как достижение человеческой мысли в области журналистики.

Так как термин «медиапространство» появился в научной терминологии сравнительно недавно, то на сегодняшний день мы не имеем четкого, кодированного определения данного понятия. И.М.Дзялошинский в книге «Современ-

ное медиапространство России» попытался проанализировать имеющиеся точки зрения на данное явление и объединить их в один единый тезис: «...В настоящее время понятие «медиапространство» используется как в ньютоновском смысле – некая условная территория, на которой размещается информация и её носители и куда время от времени заходят производители и потребители массовой информации; так и в лейбницевском понимании – как система отношений между определительными субъектами по поводу производства, распространения, переработки и потребления массовой информации. Однако самый главный признак медиапространства заключается в том, что действия всех названных выше субъектов определяются нормами и правилами, присущими социальному институту, именуемому медиа» [1, с.27]. Иными словами, медиапространством является либо информационное поле внутри системы СМИ, где субъектами медиапространства выступают журналисты, либо ирреальное информационное пространство, субъектами которого становятся производитель информации и целевая аудитория. Также автор книги отмечает и тот факт, «... что медиапространство не должно рассматриваться как некая пустая территория, «вместилище» субъектов и процессов коммуникации, безучастное к тому, что в нём происходит, поскольку оно представляет собой сложную самоорганизующуюся систему, которая с помощью прямых и обратных связей влияет на происходящие в её границах процессы и реагирует на них» [1, с.36]. И единственное, что вызывает затруднение при анализе медиапространства как системы, это его компонентное содержание. Именно поэтому, анализируя системы медиареальности, представленные в работе И.М.Дзялошинского, нельзя не отметить, что они все основаны на уже имеющихся системах взаимодействия средств массовой информации в журналистике и лишь берут за основу одну из многих типологических характеристик данного концепта. Это подтверждает то, что концепт «медиапространство» в журналистике является ничем иным, как синонимом термина «информационное пространство», которое наиболее полно рассмотрено в науке и на основе которого мы имеем теоретическое обоснование термина «медиапространства».

Термин медиареальность понимается в журналистике как пространство, формирующееся на основе взаимодействия субъектов, объектов и средств масс-медиа. В статье «Медиареальность и истина: драма взаимодействия» Л.В.Прошак обращает внимание на особенность сосуществования медиареальности и истины и отмечает тот факт, что от медиа никто не ждёт истины, «все ждут неукоснительного соблюдения договорённостей» [2], которые существуют в мире СМИ (договорённостей между журналистом, издателем, редактором, владельцем масс-медиа, ньюсмейкера и др.). В процессе познания действительности «субъективное становится способом и формой воссоздания объективного» [2], если считать эту объективность теоретической реальностью, модальной истиной. Что подтверждают слова всё того же Л.В.Прошака, который считает, что медиареальность может существовать только тогда, когда она будет актуальна и востребована во времени. Из этого следует, что медиареальность всего

лишь новая интерпретация реальности, так как аудитория предпочитает именно это. В целом понятие «медиареальность» в журналистике рассматривается уже, чем в философии, культурологии, так как журналистика изучает только средства массовой информации и, соответственно, не касается других сфер деятельности человека, где используются технологии медиа (например, реклама, кино, фото). Поэтому и формируется медиареальность из разрозненных фактов реальности и субъективных образов «семиотического характера, которыми медиаакторы её отражают» [2].

Следовательно, мы можем сделать вывод о том, что медиареальность – это реалии современного информационного общества, которые вбирают в себя окружающую действительность и трансформируют её. Это процесс, который можно отобразить с помощью понятийных пластов: 1) истина; 2) объективная, субъективная реальность; 3) инструментарий медиа; 4) медиареальность.

Итак, из выше сказанного следует, что медиапространство – это информационное пространство, а медиареальность – это одна из его характеристик: «Ещё одним понятием, иногда замещающим категорию «информационное пространство», является весьма популярное словосочетание «виртуальная реальность». Это понятие используется тогда, когда надо сделать акцент на информацию, циркулирующую в информационном пространстве, не всегда адекватную реальной действительности. Гораздо чаще речь идёт о её имитациях или представлениях того, чего в действительности просто не существует» [1, с.23].

Но какова связь этих двух концептов с системой СМИ? Дело в том, что «разнообразные в типологическом отношении средства информации в совокупности образуют целостную систему журналистики» [3, с.101], которая лежит в основе любого контента. Система СМИ подразумевает чёткую структурную связь между компонентами медиа (радио, телевидение, информационные агентства и т.д.) и внутри них, она создаёт контент, который, взаимодействуя с целевой аудиторией и другими контентами, создаёт медиапространство. Оно «...в отличие от концепта СМК [СМИ – Крылова Н.В.] позволяет выделить пространственные зоны, места сгущений и разрежений, построить некую топографию медиакommunikаций» [1, с.6]. И тогда систему медиапространства мы можем представить в виде цепи контентов: 1) истинный контент; 2) инструментарий медиа; 3) контент медиа; 4) медиапространство. Медиареальность и медиапространство – это всегда результат, контент, основанный на медиа, на средствах массовой информации.

Таким образом, мы приходим к выводу, что медиапространство – это вид существования контента, одновременно отторгнутого от системы медиа и основанного на нём, способного влиять на процессы, происходящие в его границах, и взаимодействовать с целевой аудиторией, а понятие «медиареальность» базируется на концепте «медиапространство» и связано, как уже было сказано, с такими концептуальными схемами, как «реальность» и «кирреальность», это грани одного явления информационного пространства.

Рассмотрев новые терминологические концепты в современной журналистике, которые, казалось бы, должны нести в себе новые значения, мы увидели, что в научных работах, посвящённых медиапространству, медиареальности нет их чёткого определения, и, более того, то, что мы понимаем под этими терминами, всегда обусловлено уже существующими подходами и терминологическими базами науки журналистики.

Литература

1. Дзялошинский И.М. Современное медиапространство России. М: Аспект Пресс, 2015. 312с.
2. Прошак Л.В. Медиареальность и истина: драма взаимодействия. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/mediarealnost-i-istina-drama-vzaimodeystviya>.
3. Корконосенко С.Г. Основы журналистики. М: Аспект Пресс, 2002. 287 с.

МЕДИАОБРАЗ КОМПОЗИТОРА В РЕГИОНАЛЬНОЙ МАССОВОЙ ОБЩЕСТВЕННО-ПОЛИТИЧЕСКОЙ ПЕЧАТИ НА ПРИМЕРЕ ПЕРМСКОГО КОМПОЗИТОРА ВАЛЕРИЯ ГРУНЕРА

Ж.В. Куличкина,
магистр

Пермский национальный исследовательский университет (Россия)
E-mail: zhannaeremeeva@mail.ru

Аннотация. В статье представлен медиаобраз композитора Валерия Грунера, который сформирован в пермской региональной массовой общественно-политической печати. Исследование включает анализ статей и интервью, главным героем которых является Валерий Грунер. В ходе исследования были выявлены основные тенденции в его деятельности. Также были выявлены некоторые проблемы при формировании медиаобраза композитора в региональной печати.

Ключевые слова: медиаобраз композитора, региональная массовая общественно-политическая печать, информационная повестка дня.

Summary. The article presents the media image of the composer Valery Gruner, that is formed in Perm regional mass socio-political press. The study includes an analysis of the articles and interviews that the main character is Valery Gruner. There were revealed also some problems with the formation of the media image of the composer in the regional press.

Keywords: The media image of the composer, the regional mass socio-political press, news of the day.

Информационная повестка дня региональной общественно-политической печати традиционно освещает основные стороны общественной жизни, такие как политика, экономика, социальные сферы. Отвечая духовным потребностям читателей, в информационной повестке дня присутствуют и новости культуры. Публикуются отзывы на премьеры спектаклей, кинофильмов, рецензии на концерты, выставки. Среди героев журналистских заметок можно встретить популярных в городе режиссеров, актеров, художников, музыкантов-исполнителей. Однако гораздо реже на страницах местной печати можно увидеть имена композиторов. Эта профессия не так популярна среди массовой аудитории, как например, шоумен или эстрадный певец.

Данная ситуация имеет ряд очевидных причин. Во-первых, специфика профессии композитора такова, что его творение широкой публике преподносит музыкант-исполнитель, а сам он обычно остается в тени. Во-вторых, старение филармонической аудитории, отсутствие или плохое качество работы с молодежью сказывается на степени приобщенности к классической музыке. Это отражается и на популярности творчества региональных композиторов [1].

В таких условиях вызывает интерес исследование медиаобраза композитора Валерия Грунера, сформировавшегося на страницах пермской региональной общественно-политической печати. Мы отметим, какие именно информационные поводы привлекли к нему внимание журналистов, выявим и рассмотрим особенности его медиаобраза. И, наконец, определим, удалось ли преодолеть две вышеупомянутые причины непопулярности профессии композитора в СМИ.

Изучение медиаобраза композитора является актуальной задачей и лежит в русле общего интереса ученых к этому явлению. Так, например, производится анализ медиаобразов страны [2], органов власти [3], семьи [4]. Исследователи пытаются определить сущность медиаобраза. Галинская Т.Н. предлагает такое его определение: «Медиаобраз» – это фрагменты реальности, описанные в текстах только профессиональных журналистов, отражающих их мировоззрение, ценностные ориентации, политические предпочтения, а также психологические качества» [5]. Этим определением мы и будем руководствоваться в данной статье.

Итак, предметом нашего внимания является медиаобраз композитора Валерия Грунера в пермской прессе.

Валерий Грунер — видная фигура в пермском культурном пространстве. Он дважды становился лауреатом Всесоюзных конкурсов молодых композиторов (1980 и 1985 гг.), дважды получал звание Лауреата премии Пермской области в сфере культуры и искусства (2003 и 2008 гг.). Он является создателем (вместе с композитором Игорем Ануфриевым) Детской школы композиции, которая в 1990-е годы была единственной в своем роде в России и Европе. Учащиеся этой школы неоднократно получали звания лауреатов международных и всероссийских конкурсов композиторов.

Пять учеников Валерия Грунера стали профессиональными композиторами. Валерий Грунер — член Союза композиторов и Союза писателей России, член

Совета по культуре при министерстве культуры Пермского края. Он является создателем и Президентом Пермского международного продюсерского агентства «Третий берег». Среди музыковедческих исследований, посвященных творчеству Валерия Грунера, можно отметить статьи Натальи Зубаревой [6], Людмилы Дробышевой-Разумовской и Елены Жаховой [7] и Любви Грунер [8].

Под его руководством были осуществлены такие проекты, как Клуб искусств «Третий берег», Международный фестиваль современной музыки «Грунер-фестиваль» (Пермь – Берлин, 2007), фестивальный цикл «Экология культурного пространства» [9; 10]. Валерий Грунер также известен как автор литературного издания «Сказки дядюшки Гру» [11]. Эти культурные события получали неизменно широкий отклик в местной прессе, при этом в большинстве из них отмечается разносторонность творческой деятельности Валерия Грунера. Упомянуть здесь все публикации не представляется возможным.

Мы ограничимся лишь самыми показательными публикациями периода с 2006 по 2015 годы:

- в 2006-2007 годах проект Клуб искусств «Третий берег» был освещен в статьях «Мечта о твердом берегу» Веры Гиренко [12], «Грунера «купили» за 650 рублей» и «Третий берег ждет меценатов» Сергея Крюкова [13; 14], «Встретимся на третьем берегу» Елены Кудриной [15], «Третий берег вновь собрал таланты» Галины Куличкиной [16], «Дорога к «Третьему берегу»» Сергея Никольского [17];

- в 2007 году Международный «Грунер-фестиваль» был освещен в статьях «Фамилия, которая объединяет» Виталия Кропмана и Елены Третьяковой [18], «Загадка «фамильного» бренда» Петра Куличкина [19], «Валерий Грунер: в одиночку композиторам не выжить» Алексея Мелентьева [20], «Два Грунера – уже событие» Маргариты Неугодовой [21], «Общий язык для Грунеров» Константина Шумова [22];

- в 2013 году проект «Литературно-музыкальная серия творческих презентаций «Сказки дядюшки Гру» к 290 летнему юбилею г.Перми» освещался в статьях «Повелитель нот. Композитор Валерий Грунер о настоящих творцах и гельманоидах» Анастасии Котельниковой [23], «От графомана до Дядюшки Гру» Сергея Крюкова [24], «Пермский композитор сменил ноты на буквы» Петра Куличкина [25], «Фантастическое перевоплощение Валерия Грунера» Екатерины Обориной [26], «Удивительный и удивляющий дядюшка... Гру» Константина Шумова [27];

- стартовавший в 2014 году проект «Экология культурного пространства» представлен в статьях «Валерий Грунер: счастливый билет в классику» Владислава Дрожащих [28] и «Три лица пермской музыки» Ксении Матвеевой [29].

Публикации в прессе позволяют обнаружить три «вектора» проектно-творческой деятельности Валерия Грунера. Это связь с традициями русской культуры, стремление просвещать широкую публику и объединение, синтез различных видов искусств под эгидой музыки.

Стремление просвещать широкую публику характеризует деятельность Валерия Грунера.

«За последние годы выросли поколения глухих людей», отмечает композитор [15]. «Для того, чтобы слушать серьезную музыку, необходима определенная подготовка, какой-то слушательский опыт. А где на это взять время в нашем хаотичном мире? Народ сейчас перестал читать, слушать музыку <...>. Но, несмотря на кажущуюся не востребованность классики, она необходима, потому что если ее не будет, то мутный поток попсы всё вытеснит» [18]. В интервью Алексею Мелентьеву композитор говорит, что «Грунер-фестиваль» «затевался как раз с гуманитарной целью. Публику надо познакомить с современной симфонической музыкой. С народом надо работать, прививать ему вкус к хорошим произведениям. А иначе — крах, гибель искусства» [20].

Возрождение традиций русской культуры — одна из главных задач целого ряда проектов Валерия Грунера.

Так, например, Сергей Крюков [14] отмечает, что в Клубе искусств «Третий берег» происходит возрождение литературно-музыкальных салонов XIX века, таких как Беляевский кружок, «Могучая кучка», «Мир искусства». Фестивальный цикл «Экология культурного пространства» ставит своей главной задачей «сохранность опыта предыдущих поколений, передачу творческой эстафеты» [9]. В одном из проектов этого цикла под названием «Живая легенда — Алексей Муравлёв» эта задача решается через знакомство, творческое общение публики с выдающимся представителем русской композиторской и фортепианной школ.

Валерий Грунер стремится **«под эгидой музыки объединить многие искусства»** [12].

Так в Клубе искусств «Третий берег» в атмосфере неформального, дружеского общения демонстрировали свое творчество, обсуждали совместные идеи и проекты профессиональные музыканты и любители, поэты и писатели, художники, деятели кино, философы, бизнесмены, представители городской и областной администраций и журналисты [14].

В программы «Грунер-фестиваля» и проекта «Живая легенда — Алексей Муравлёв» был включен просмотр кинофильмов. «Фестиваль я мыслю как форум искусств, объединенных музыкой, который дает возможность раздвигать границы. Почему я сделал во второй день киноконцерт? Это некий посыл, что современная музыка присутствует и в кино, и в театре. Музыка — вообще некое объединяющее начало в жизни», — заявил Валерий Грунер в 2007 году в интервью о «Грунер-фестивале» Маргарите Неугодовой [21].

Апофеозом «синтеза искусств» в личной проектно-творческой деятельности Валерия Грунера является «Литературно-музыкальная серия творческих презентаций «Сказки дядюшки Гру» к 290-летию юбилею г.Перми». В нем Валерий Грунер выступил как писатель, композитор, певец, пианист, режиссер, сценарист, драматический артист и изобретатель. Этот проект стал победителем XV городского конкурса социально значимых проектов «Город — это мы».

Рассмотрение публикаций в прессе позволяет сделать следующий вывод. Главная черта медиаобраза Валерия Грунера — активное стремление просвещать широкую публику. В ее реализации он опирается на синтез различных искусств и традиции русской культуры.

Однако поводами для включения в информационную повестку дня статей и интервью с участием Валерия Грунера оказались далеко не концерты его авторской музыки, а те общекультурные, социально-значимые проекты, которые он реализовывал. Таким образом, сформированный в пермской региональной массовой общественно-политической печати медиаобраз Валерия Грунера характеризует его скорее не как композитора, а как активного культурно-общественного деятеля.

Поэтому, на сегодняшний день, вряд ли возможно говорить о том, что медиаобраз композитора Валерия Грунера реализован в полной мере. Низкий уровень регионального музыкального менеджмента вынуждает композитора заниматься отнюдь не профильной деятельностью. Чтобы привлечь внимание к своей музыке, Валерий Грунер принял решение стать продюсером, причем не только для самого себя, но также для коллег-композиторов и музыкантов-исполнителей. Он ставит задачу создания соответствующей культурной среды для популяризации музыки пермской композиторской школы, причем нередко в ущерб личным творческим планам.

Причиной тому является не столько многозадачность деятельности Валерия Грунера, сколько относительно невысокий уровень музыкальной подготовки (а подчас и компетентности) пермской региональной критики в целом.

У композитора и журналиста неизбежно встает вопрос о «степени музыкальности» их диалога. Выявленный недостаток информационной повестки дня региональной массовой общественно-политической прессы по тематике культуры обнажает ряд проблемных мест в музыкальной жизни Перми. Проблема, безусловно, существует и ставит перед пермской музыкальной журналистикой непростые задачи по поиску ее решения.

Литература

1. Коленько С.Г. Менеджмент в сфере культуры и искусства: учебник и практикум для академического бакалавриата. М.: Издательство Юрайт, 2016. С. 241
2. Богдан Е.Н. Медиаобраз России как средство консолидации общества: структурно-функциональные характеристики: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Москва, 2007. URL: <http://www.dissercat.com/content/mediaobraz-rossii-kak-sredstvo-konsolidatsii-obshchestva-strukturno-funktsionalnye-kharakter>. (Дата обращения 01.02.2016)
3. Коноплева Т.В. Медиаобразы органов власти (на примере Минюста России) // Государственное управление. Электронный вестник Выпуск № 43. Апрель 2014 г. Москва: Факультет государственного управления МГУ, 2014.

URL: http://e-journal.spa.msu.ru/uploads/vestnik/2014/vipusk_43.aprel.2014.g./kommunikazionnii_menedjment_i_strategitcheskaja_kommunikazija_v_gosudarstvennom_upravlenii/konopleva.pdf. (Дата обращения 01.02.2016)

4. Каирова И.А. Социальное мифотворчество в современном российском медиапространстве: дис. ... канд. философских наук. Ростов-на-Дону, 2012. URL: <http://www.dissercat.com/content/sotsialnoe-mifotvorchestvo-v-sovremennom-rossiiskom-mediaprostranstve>. (Дата обращения 01.02.2016)

5. Галинская Т.Н. Понятие медиаобраза и проблема его реконструкции в современной лингвистике. ВЕСТНИК ОГУ №11 (160)/ноябрь 2013. URL: http://vestnik.osu.ru/2013_11/16.pdf. (Дата обращения 01.02.2016)

6. Зубарева Н.Б. «Зачем поэта тянет в омут, где нет спасительного дна? (или два романа на стихи А. Старовойтова) // Композиторы Прикамья: к 10-летию Пермского отделения Союза композиторов России. Сборник статей и материалов / Под. ред. Е.М. Березина, Н.Б. Зубарева; Пермский государственный институт искусства и культуры, Пермская областная библиотека им. М. Горького. Пермь: Реал, 2003

7. Дробышева Л.И., Жахова Е.Ю. «Дом нашего детства» В. Грунера (монограмма как элемент построения концепции) // Композиторы Прикамья: к 10-летию Пермского отделения Союза композиторов России. Сборник статей и материалов / Под ред. Е.М. Березина, Н.Б. Зубарева; Пермский государственный институт искусства и культуры, Пермская областная библиотека им. М. Горького. Пермь: Реал, 2003

8. Грунер Л.В. Поэтика комического в музыкально-драматической буффонаде Валерия Грунера «Торжество графомана». URL: http://lomonosov-msu.ru/archive/Lomonosov_2008/12_3.pdf. (Дата обращения 24.06.2013)

9. Живая легенда – Алексей Муравлев / [Буклет]. Пермь: Алекс-пресс, 2014

10. Прошлое и настоящее в лицах... Композиторы Перми. К 40-летию дружбы и творчества / [Буклет]. Пермь: Алекс-пресс, 2014

11. Грунер В.И. Сказки Дядюшки Гру для взрослого чтения, рассказанные веселым друзьям в обществе Черного Кота – толкового слушателя и любезного собеседника. Пермь: Алекс-пресс, 2011

12. Гиренко В. Мечта о твердом берегу // Новый компаньон. Пермь, 2006, №10 (399)

13. Крюков С. Грунера «купили» за 650 рублей // Деловое Прикамье. 2006, №45 (260). С. 18

14. Крюков С. «Третий берег» ждет меценатов // Труд-Прикамье, 2006. С. 8.

15. Кудрина Е. Встретимся на третьем берегу // Аргументы и Факты-Прикамье, 2005, №38. С. 3

16. Куличкина Г.В. «Третий берег» вновь собрал таланты // Профсоюзный курьер, 2006, № 24 (895). С. 14

17. Никольский С. Дорога к «Третьему берегу» // Звезда, 2006. С. 6

18. Кропман В. Фамилия, которая объединяет. Медиа-мост Пермь—Берлин / В. Кропман, (С. Гофенберг), Е. Третьякова. URL: <http://tretii-bereg.kulichkin.ru/grunerfest/rez/krot>. (Дата обращения 20.09.2014)
19. Куличкин П. Загадка «фамильного» бренда // Пермь великая, 2008, №29. С. 5
20. Мелентьев А. Валерий Грунер: В одиночку композиторам не выжить // Аргументы и факты: Прикамье, 2007, № 45 (640)
21. Неугодова М. Два Грунера – уже событие // Пермские новости, 2007, № 45 (1434)
22. Шумов К. Общий язык для Грунеров. URL: <http://tretii-bereg.kulichkin.ru/grunerfest/rez/shum>. (Дата обращения 20.09.2014)
23. Котельникова А. Повелитель нот. Композитор Валерий Грунер о настоящих творцах и гельманоидах // Аргументы и факты-Прикамье, 2013, №33
24. Крюков С. От Графомана до Дядюшки Гру // Деловой интерес. URL: <http://www.deloin.ru/articles/307>. (Дата обращения 20.09.2014)
25. Куличкин П. Пермский композитор сменил ноты на буквы // permnew.ru. URL: http://permnew.ru/news?post_id=151. (Дата обращения 20.09.2014)
26. Оборина Е. Фантастическое перевоплощение Валерия Грунера // Не-Секретно. URL: http://www.nesekretno.ru/culture/9431/Fantasticeskoe_perevoplohenie_Valeriy_Grunera. (Дата обращения 20.09.2014)
27. Шумов К. Удивительный и удивляющий дядюшка... Гру // Деловой интерес. URL: <http://www.deloin.ru/articles/4195>. (Дата обращения 20.09.2014)
28. Дрожащих В. Валерий Грунер: счастливый билет в классику. – Профсоюзный курьер, 2014. №44-45
29. Матвеева К. Три лица пермской музыки // Звезда. – 2013, №148. URL: <http://zvezda.perm.ru/newspaper/?pub=15170>. (Дата обращения 26.12.2014)

ГУМАНИТАРНАЯ ПОВЕСТКА СМИ ПЕНИТЕНЦИАРНОЙ СИСТЕМЫ: ТЕОРИЧЕСКИЙ АСПЕКТ И ЖУРНАЛИСТСКИЕ ПРАКТИКИ

Т.А. Наговицина,

кандидат филологических наук, доцент

Казанский (Приволжский) федеральный университет (Россия)

E-mail: nagovitsinatatyana@mail.ru

Аннотация. Статья посвящена гуманитарной повестке СМИ пенитенциарной системы в контексте актуальных проблем качества медиаконтента. Данная тема обусловлена необходимостью отражения вопросов человеческого развития лиц, находящихся в местах лишения свободы и сотрудников уголовно-исправительной системы Республики Татарстан. В статье также рассматрива-

ются вопросы теоретических аспектов и журналистских практик в гуманитарной повестке СМИ пенитенциарной системы.

Ключевые слова: гуманитарная повестка, СМИ, пенитенциарная система, человеческое развитие, уголовно-исполнительная система, Республика Татарстан.

Summary. The article is related to the humanitarian agenda of the media of the penitentiary system in the context of actual problems of the quality of media content. This topic is determined by necessity of reflection of human development of persons which are in prisons and prison staff – the penal system of the Republic of Tatarstan. The article also deals with the theoretical aspects and journalistic practices of the media of the penitentiary system in the humanitarian agenda.

Keywords. The humanitarian agenda, the media, the prison system, human development, the correctional system, the Republic of Tatarstan.

Гуманитарная повестка СМИ в целом, и СМИ пенитенциарной системы, в частности, настолько актуальна для общества в настоящее время, что требует особого внимания. Как утверждает Т.И.Фролова, от качества гуманитарной повестки СМИ зависит уровень гуманистичности медиаконтента и степень эффективности его влияния на позитивные преобразования в социальной сфере [1]. В нашей статье мы рассматриваем гуманитарную повестку СМИ как полиструктурное образование, которое включает в себя три смысловых уровня: тематический, типологический и коммуникационный. Причем каждый из них в определенной степени влияет на характер функционирования гуманитарной повестки. В целом они образуют теоретическую модель повестки, которая может служить ориентиром в практической журналистской деятельности, а также инструментом анализа и оценки практики СМИ разного уровня.

Возрастание в последние десятилетия значения уголовно-исполнительной системы Российской Федерации (далее УИС) в обществе, усиленное внимание к ней со стороны государства свидетельствуют о все большем включении данной системы в коммуникационную среду СМИ. Пенитенциарные СМИ – газеты для спецконтингента и сотрудников УИС, а также пресс-службы с каждым годом расширяют свою тематику и географию.

Основным критерием эффективности данных СМИ, по нашему мнению, должно быть выполнение поставленных перед ним задач. Одними из важнейших на сегодняшний день являются задачи исправления и воспитания лиц, осужденных к лишению свободы, а также их социальная реабилитация после освобождения.

В концепции развития уголовно-исполнительной системы до 2020 года, утвержденной распоряжением Правительства РФ от 14 октября 2010 года, сказано, что реформирование направлено на гуманизацию системы исполнения наказаний, социальную реабилитацию осужденных после освобождения из исправительных учреждений, обеспечение прозрачности в деятельности пенитен-

циарной системы на основе широкого привлечения институтов гражданского общества к процессу исполнения уголовных наказаний [2].

Две последние амнистии, первая из которых была объявлена Постановлением Государственной Думы РФ от 18 декабря 2013 года в связи с 20-летием принятия Конституции РФ, [3], по которой на свободу вышло 16 тысяч осужденных и вторая, объявленная Постановлением Государственной Думы РФ от 24 апреля 2015 года – амнистия в связи с 70-летием Победы в Великой Отечественной войне [4], по которой было освобождено около 70 тысяч человек, свидетельствуют о дальнейшем процессе гуманизации УИС России.

На сегодняшний день в России в местах лишения свободы отбывают наказание 671,7 тысячи осужденных, около 56% из них совершили рецидив [5]. В исправительных учреждениях УИС по Республике Татарстан содержится около 12 тысяч осужденных.

Тенденции использования возможностей исправления и воспитания осужденных в российской уголовно-исполнительной практике отмечается на протяжении достаточно долгого исторического периода. Наиболее ярко они проявляются во временные промежутки, связанные с радикальными изменениями в правоохранительной политике государства.

Впервые во времена Екатерины II светская власть обратила внимание на вопросы нравственного исправления осужденных. Осужденных, особенно малолетних преступников, стали не только пытаться спасти от нужды и порока, но и целенаправленно воспитывать, создавать из них совершенно «новую породу людей» [6]. Мы считаем, что уже с того времени можно говорить о гуманизации системы исправления преступников. Сегодня мы рассматриваем выявление факторов человеческого развития как глобальный тренд изучения процессов, происходящих в обществе.

С 1762 года в России начинает действовать институт официальных увещателей, которые назначались непосредственно к осужденным. По рекомендации Святейшего Правительствующего Синода было установлено «ежедневно собирать арестантов в церковь для слушания божественной литургии... и раздавать для чтения книги, изданные Библейским обществом» [7, с. 111]. Как мы видим, таким образом, уже в те годы государство и церковь пытались сформулировать задачу и средства духовно-нравственного исправления осужденных.

Принятое 19 апреля 1909 года «Постановление для исправительно-воспитательных учреждений для несовершеннолетних» сделало еще один значительный шаг в деле гуманизации воспитания и значительно восполнило пробелы Закона 5 декабря 1866 года. Однако, несмотря на то, что общая карательная политика существенно смягчилась, говорить в то время о больших успехах гуманистической политики нашего государства было еще рано.

Значительные изменения в гуманизации УИС России произошли после Великой Октябрьской социалистической революции. В 20-е годы XX века на страницах таких журналов, как «Еженедельник советской юстиции», «Власть

Советов», «Рабоче-крестьянская милиция», «Административный вестник», «Право и жизнь», «Рабочий суд» и др. шла острая полемика о сущности и целях уголовного наказания в пролетарском государстве.

Как основной элемент порядка исполнения наказания в местах лишения свободы определяющее место в деятельности уголовно-исполнительной системы всегда занимали труд, режим и воспитательная работа. Неоценима в этом процессе и роль СМИ пенитенциарной системы. Гуманитарная повестка СМИ пенитенциарной системы в контексте повышения качества медиаконтента уже на протяжении многих десятилетий остается актуальной. Отражение вопросов человеческого развития находит понимание и поддержку со стороны руководства УФСИН России по Республике Татарстан. Освещение основных тематических направлений и основных проблем журналистики пенитенциарной системы, актуальных для общества в текущий момент и выступающих в совокупности как программа деятельности СМИ на определенный период – такая задача стоит перед пресс-службой УФСИН России по Республике Татарстан. В связи с закрытием газеты УФСИН России по Республике Татарстан в 2013 году, данная служба остается единственным СМИ, проводящим в жизнь идеи *повышения уровня гуманистичности медиаконтента и степени эффективности его влияния* на позитивные преобразования в уголовно-исполнительной системе.

До июля 2015 года на территории Республики Татарстан находилась воспитательная колония для несовершеннолетних осужденных в возрасте от 14 до 19 лет. Кстати, увеличение возраста нахождения в данном учреждении до 19 лет (ранее возраст нахождения в воспитательной колонии был 18 лет) также свидетельствует о гуманизации системы УИС. За хорошее поведение, добросовестное отношение к труду, обучению, активное участие в работе самодеятельных организаций и воспитательных мероприятиях к несовершеннолетним осужденным в советское время и до настоящего времени наряду с предусмотренными мерами поощрения в отношении взрослых осужденных, могут применяться следующие меры поощрения:

а) предоставление права посещения культурно-зрелищных и спортивных мероприятий за пределами воспитательной колонии в сопровождении сотрудников данной колонии;

б) представление права выхода за пределы воспитательной колонии в сопровождении родителей или лиц, их заменяющих, или других близких родственников;

Все эти меры обладают способностью в высокой степени стимулировать исправление несовершеннолетних осужденных. В привитии интереса к культурно-зрелищным и спортивным мероприятиям, а также к посещению иных мест развлечений за пределами воспитательной колонии мы видим проявление к ним гуманизма со стороны государства.

Воспитательное действие СМИ пенитенциарной системы автор данной статьи, исходя из собственного многолетнего опыта, также относит к воспитательным мерам, применяемым для исправления осужденных.

В 1980 году в Советском Союзе стали издаваться 70 многотиражных газет отделов политико-воспитательной работы Управления исправительно-трудовых учреждений МВД СССР. Их задача как раз и состояла в исправлении осужденных посредством специализированной прессы. В Казани с 7 января 1980 года стала выходить многотиражная газета «Верный путь». Ее целевой аудиторией были осужденные, отбывающие наказание на территории Татарии.

В связи с гуманизацией процесса отбывания наказания на первый план в уголовно-исполнительной системе выдвигается социально-воспитательная работа с осужденными. Роль «своей» газеты в процессе исправления осужденных возрастает.

Данная газета под разными названиями просуществовала до 2013 года. В 2013 году газеты, предназначенные осужденным, по всей стране были закрыты.

Часть их функций было решено передать пресс-службам. Еще в 1997 году газета УФСИН России по Республике Татарстан неофициально соединилась с созданной пресс-службой. Функционирующие сегодня в России пресс-службы при УФСИН освещают вопросы, связанные с жизнью осужденных и сотрудников УИС. Это в полной мере касается и нашей республики.

Деятельность пресс – службы УФСИН России по Республике Татарстан направлена на объективное и своевременное информирование представителей региональных и федеральных СМИ, а также широких масс общественности о деятельности Управления и подведомственных ему подразделений.

Пресс-служба занимается подготовкой пресс-релизов, проведением брифингов и пресс-конференций по вопросам деятельности УИС, сопровождением журналистов и представителей общественных организаций в учреждения УФСИН России по Республике Татарстан.

В определенной степени можно говорить о том, что пресс-служба продолжала воплощать в жизнь те принципы, которые были заложены в основу работы газеты УФСИН России по Республике Татарстан. Более 35 лет факторами формирования и реализации эффективных стратегий гуманитарной повестки СМИ пенитенциарной системы выступают стратегические ресурсы социальной журналистики в целом. Здесь, в первую очередь, необходимо не забывать об общественном служении журналистики, о профессиональном долге и профессиональной ответственности журналистов УИС.

В реальной деятельности СМИ пенитенциарной системы гуманитарная повестка существует в виде различных вариантов. Среди них можно выделить, в первую очередь, факторы, обладающие устойчивыми чертами – гуманитарный контент, обусловленный типологией специализированных СМИ подобного рода. Во вторую очередь, выделим особенности идейно-тематического и структурно-композиционного решения журналистских текстов. На протяжении всего своего существования газета УФСИН России по Республике Татарстан уделяла большое внимание такому вопросу, как нравственное воспитание осужденных.

Необходимо также остановиться на таком вопросе как персональный вклад журналистов в реализацию гуманитарной повестки СМИ пенитенциарной системы. Практически до 90-х гг. XX века уголовно-исполнительная система была закрыта для общественности. Гласность и открытость системы дали возможность населению познакомиться и с газетами пенитенциарной системы. За время работы в издании УФСИН России по Республике Татарстан нами лично опубликовано около тысячи материалов различных жанрах, начиная с репортажей и заканчивая зарисовками на темы нравственного воспитания осужденных. Многочисленные письма – отклики, поступающие в редакцию от читателей – осужденных свидетельствуют о значительном потенциале инструментов и технологий коммуникационного воздействия газет подобного рода.

На современном этапе на СМИ возлагается одна из важнейших социальных функций – функция трансляции представлений о реальности и социализации. Каждый человек выстраивает свою субъективную картину мира на основе той информации, которую он получает из СМИ. В нашем случае, на протяжении достаточно длительного времени (1980 – 2013 гг.) осужденные, отбывающие наказание на территории Республики Татарстан, получали информацию не только из центральных и региональных СМИ, но и из своей специализированной корпоративной (многотиражной) газеты. Материалы последнего издания так же являлись немаловажным фактором адаптации осужденных в обществе после их освобождения. Доказано, что человек, надолго отлученный от эффективного общения с внешним миром, будет испытывать информационный голод и, возможно, не сможет адаптироваться в изменившемся обществе. Конкретные случаи такого временного разрыва с обществом — временное лишение свободы.

В зарубежных странах в тюрьмах заключенные выписывают печатные издания в таком же порядке, как это делают все законопослушные граждане на свободе. Пенитенциарная пресса России, как мы уже писали, призвана взять на себя функцию воспитания и исправления осужденных и их социализацию. Не надо забывать, что в основе существования самой пенитенциарной системы лежит идея исправления, а не наказания преступников.

Литература

1. Фролова Т. И. Гуманитарные контент – модели в практике российских информационных агентств // Медиаскоп, 2014. Вып. 1[Электронный ресурс] URL: <http://www.mediascope.ru/node/1594> (дата обращения 20.12.2015).

2. Концепция развития уголовно-исполнительной системы до 2020. [Электронный ресурс] URL: <http://www.gufsin66.ru/data/koncepci.doc> (дата обращения 03.01.2016 г.).

3. Постановление Государственной Думы Федерального Собрания РФ от 18 декабря 2013 г. № 3500-6 ГД «Об объявлении амнистии в связи с 20-летием принятия Конституции Российской Федерации». URL: <http://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/70441746/#ixzz3no54hpRh>. (дата обращения 21.12.2015).

4. Постановление Государственной Думы Федерального Собрания РФ от 24 апреля 2015 г. № 6576-6 ГД «Об объявлении амнистии в связи с 70-летием Победы в Великой Отечественной войне 1941–1945 годов». [Электронный ресурс] URL: <http://www.garant.ru/hotlaw/federal/621659/>. (дата обращения 21.12.2015).

5. Характеристика лиц, содержащихся в исправительных колониях. Данные ФСИН России за 2015 год. [Электронный ресурс] URL: <http://fsin.su/structure/inspector/iao/statistika/Xarka%20lic%20sodergahixsya%20v%20IK/> (дата обращения 9.01.2.2016).

6. Яблоков Н.В. Призрение детей в воспитательных домах. СПб.: Гос. тип., 1901. С.24.

7. ПСЗРИ.- СПб., 1830.-т.40. Общие приложения. №27181. С.111.

ЭТНОКУЛЬТУРНЫЕ ПРОЦЕССЫ И ПРАКТИКИ СМИ

Т.Н. Никитина,

кандидат социологических наук, старший преподаватель
Казанский (Приволжский) федеральный университет (Россия)
E-mail: nita101@mail.ru

Аннотация. Статья посвящена роли СМИ в стабилизации межэтнических отношений в современном обществе. Раскрываются особенности освещения средствами массовой информации социальной проблематики, связанной с миграционными процессами в мире. Рассмотрена классификация элементов субъективной культуры представителей различных культур и конфессий применительно к деятельности СМИ.

Ключевые слова: средства массовой информации, мультикультурализм, конструктивизм, этнокультурные процессы, субъективная культура, индивидуалистические и коллективистические ценности.

Summary. The article is devoted to the role of media in the stabilization of inter-ethnic relations in modern society. It shows the peculiarities of the media coverage of the social problems associated with migration processes in the world. It examines the classification of subjective elements of culture from different cultures and faiths in relation to the media.

Keywords: media, multiculturalism, constructivism, ethnocultural processes, subjective culture, individualistic and collectivist values.

Средства массовой информации (газеты, журналы, теле- и радиопрограммы, кинодокументалистика, иные периодические формы публичного распространения массовой информации) являются важным составным элементом по-

литической, экономической, социально-культурной жизни общества, оказывая серьезное воздействие на его стабильное состояние и прогрессивное развитие.

Современный мир благодаря коммуникационным технологиям становится открытым к межкультурным взаимодействиям. Войны и социальная напряженность на национальной почве, к сожалению, реалии сегодняшнего дня. Часто причины негативных событий связаны с этноцентрическими особенностями и наличием культурной дистанции. Люди воспринимают взаимодействия с представителями других этнических групп как бесконтрольные. Враждебное отношение этнических и конфессиональных групп по отношению друг к другу и навязанные посредством СМИ отрицательные стереотипы косвенно могут указывать на некомпетентность представителей масс-медиа, чье влияние на сегодняшний день является весьма авторитетным.

СМИ косвенно управляют поведением человека, формируя его убеждения и установки на той или иной поступок. СМИ – серьезная сила, выражающая интересы конкретной социальной группы. Общественная экспертиза, проводимая независимыми журналистами, может привести к важным для страны и региона социально-политическим последствиям или указать вектор социальных изменений. Говоря об объективном освещении тех или иных событий, журналисты основным принципом выдвигают их безоценочное освещение, что является принципом профессиональной журналистской этики. Но чаще всего журналист, основываясь на принципе свободы слова, высказывая свое субъективное мнение, включает механизмы социального управления со стороны средств массовой информации.

СМИ могут как способствовать социальной реконструкции общества, так и дестабилизировать политическую обстановку и стать пусковым механизмом к нарушению равновесия в обществе. Уильям Томас и Флориан Знанецкий фактором стабильности социальных институтов общества считали равновесные состояния реорганизации и дезорганизационных процессов. Превалирование дезорганизации ведет к разрушению социальной группы. Процессы реорганизации приводят к существенной социальной реконструкции, что является залогом стабильности социальных институтов. Социальная реорганизация – это производство новых схем поведения и новых институтов, лучше адаптированных к изменившимся требованиям группы.

В каждой стране присутствует своя идеология и формируется свой тип культурной идентичности. Триандис называет этот процесс «вычитаемым» мультикультурализмом, когда люди вынуждены что-то вычитать, терять некоторые из своих первичных культурных элементов, чтобы достичь уровня новой культурной идентичности. Еще один тип мультикультурализма, называемый Барри «аддитивным», является по своей сути интеграцией. Этнические группы гармонично развиваются, если они придерживаются аддитивного мультикультурализма. Это основа мировой стабильности. Нельзя требовать от этнических меньшинств отказа от собственных культурных предпочтений, это приведет

к социальной напряженности в обществе. СМИ не должны выставять подобные требования [1, с. 301].

Объективные условия определения социальной проблематики зависят от функционирования социальных институтов общества и убежденности граждан в решении проблем конкретными институтами. В основе каждого института находится система ценности. Ценности конкретной культуры, являясь мало изменчивыми, часто становятся условием для появления в обществе социальной проблемы. Социальная проблема определяется как объективными условиями, связанными с социальной организацией жизнедеятельности конкретной группы, так и субъективным восприятием и определением проблемы как отклонения от нормы большинством членов социальной группы. Социальная проблема воспринимается как угроза ценностям общества. Инновационные социальные практики, отвечающие современному состоянию социальных институтов, наталкиваются на систему фундаментальных ценностей культуры, в соответствии с которыми население не воспринимает решение той или иной социальной проблемы.

Уильям Томас и Флориан Знанецкий предположили, что социальные проблемы предполагают конфликт ценностей. Изменение условий существования этнической группы и ее взаимодействия с представителями других культур и конфессий запускает механизм защиты ценностей, прежде всего образующих основу нации. Яркий пример – миграционные процессы в Европе.

Социальная проблематика современных СМИ подчас сосредоточена на объяснении причин конфликтов в особенностях культуры и конфессиональной принадлежности.

Большой поток информации сегодня освещает социальные проблемы, связанные с мигрантами и вынужденными переселенцами. Наша республика как яркий представитель поликонфессионального и поликультурного общества в условиях общемирового дефицита толерантности и комплиментарности демонстрирует механизм гармоничного сосуществования народов и конфессий на одной территории. К сожалению, разрыв отношений со многими странами приводит к негативным последствиям в отношениях между народами, запуская механизмы этноцентризма.

В условиях развития массовой культуры необходимо пересмотреть функции СМИ, ее роль в общественном устройстве. Влияние СМИ на массы сегодня неоспоримо. В век интернета, информационных технологий и распространения медиа-средств влияние на процессы стереотипизации людей происходит в глобальном масштабе.

В идеале СМИ нацелены на формирование культурно и духовно богатой личности, на развитие культуры как фундамента духовности, активности, на формирование социального капитала. Приведем пример деятельности СМИ по социальной проблематике.

При поддержке СМИ государственные и муниципальные органы власти готовят различного уровня Программы развития креативного, творческого,

конкурентоспособного субъекта. В Государственном Докладе о положении детей и семей, имеющих детей, в Российской Федерации за 2014 год основными направлениями коммуникационной компании социальной направленности в 2014 году являлись: борьба с потреблением табака и чрезмерным злоупотреблением алкоголя, внедрение культуры здорового питания, мотивация к ведению активного образа жизни, профилактика потребления наркотических средств. Рекламная компания прошла по ведущим каналам: СТС, ТНТ, Перец, Пятница, ТВ3. Рекламные ролики социальной направленности увидели 70% жителей городов с населением от 100 тыс. человек в возрасте от 18 до 45 лет, что составило 22 млн. человек.

Освещение проблемы суицида в СМИ и превенция самоубийств среди детей и подростков показали активную роль телевидения в искоренении данной социальной проблемы. Продолжает функционировать мультимедийный интернет-портал о здоровом образе жизни. Созданы документальные фильмы «Кольца мира» и «Дух в движении», посвященные Олимпиаде. Действует Интернет-портал «Нет – наркотикам». Освещаемые проблемы были определены СМИ как доминирующие и требующие значительного внимания. Современные технологии СМИ помогают достичь социального эффекта на достаточно большой территории [2].

СМИ функционируют в условиях, обусловленных особенностями социальной жизни, повышенным ритмом и коммуникативной активностью жителей, спецификой социальных и культурных запросов, наличием большого числа приезжих – как высококачественных специалистов, так и мигрантов из стран ближнего зарубежья, значительным разрывом в уровне доходов наиболее и наименее обеспеченных слоев, большим процентом пенсионеров. Современное общество многообразно, и, при условии применения современных электронных технологий, каждый человек может высказать свое мнение относительно любого события, освещаемого в СМИ. Сегодня речь идет о мире 2.0., ученые говорят о возникновении новой цивилизации.

Освещение этнокультурных событий в СМИ в своей основе содержит культурные особенности людей, принадлежащих к одному обществу и культуре. Если применить концепцию Гарри К.Триандиса, можно раскрыть тенденции в освещении СМИ этнокультурных процессов:

1. Культуры и общества гетерогенны по своей сути. СМИ, публикуя материал об особенностях той или иной культуры, обозначают ее по названию нации. Хотя культура и нация – это две различные концепции, но СМИ удобно пользоваться названием нации для обозначения культуры (говоря об американской или русской культуре имеют в виду нацию в целом).

2. СМИ при описании культуры используют образ представителя культуры конкретной этнической группы, берется базисная личность культуры, отсюда «частая игра» стереотипов, рекламируемых в СМИ.

3. Культура – как термин, имеет отношение к языку, географии, истории, религии, социальному классу, расе, городскому или деревенскому месту пре-

бывания, национальности и т.п. Поведение человека в этнической группе часто обусловлено его принадлежностью ко всем вышеперечисленным категориям. В СМИ не дается интегративная характеристика, а рассматривается один из аспектов культуры. Национальная культура, по мнению Триандиса, это только один из фактов, оказывающих влияние на формирование субъективной культуры человека.

4. СМИ пишет об этнических культурах, относящихся к определенному моменту написания статьи или выпуску телепередачи. Проходит время, культура меняется, подвергается воздействию мировых событий. Если работа по подготовке интервью идет над источниками нескольких лет давности, большая вероятность недостоверности пользования текстами.

5. В изучении той или иной культуры всегда необходимо иметь в виду, что не культура имеет характеристики, а данные характеристики существуют и они характеризуют определенную культуру.

6. Американизация социальной жизни во многих странах хорошо изучена как социальный феномен. Это показательный пример того, как культуры влияют друг на друга через каналы коммуникаций. В журналистской практике необходимо учитывать влияние культур, с которыми сталкивался респондент в ходе приобретения жизненного опыта [1, с.4]

Фуко М. писал о том, что конструкционизм позволяет проанализировать социальные проблемы с точки зрения их коллективного определения как негативных социальных условий, особое значение имеет риторика восприятия событий [3, с. 191]

Огромное значение имеют экологические условия проживания народов как среда обитания и жизнеобеспечения людей. Природные ресурсы в настоящее время играют значительную роль в возникновении различного рода конфликтов. Экология оказывает влияние на особенности национального характера, базисную модель личности и определяет национальный менталитет, тем самым формируя культуру, которая, в свою очередь, определяет социальное поведение. Вопросы здоровья и болезни, возникновение мифов и религии, появление социальных, моральных норм и правил: все это обусловлено влиянием природы и, как следствие, формированием определенного типа культуры. Клакхон отмечал, что «культура для общества – это аналог памяти для отдельного человека»[1, с. 30].

Культура всегда способствовала выживанию человека в сложных экологических условиях, способствовала территориальной и социальной целостности. На основе успешного функционирования культурных образцов в прошлом опыте народа формируется инструмент для успешного решения социальных проблем в настоящем. Социальные правила делают жизнь предсказуемой и, соответственно, зная их, можно оперировать понятиями и принципами современной жизни людей [1, с. 32-34].

В ходе подготовки и проведения интервью необходимо учитывать особенности культуры. Основными характеристиками культуры являются куль-

турные взаимодействия; культурные элементы, разделяемые всеми членами культуры; передача культуры последующим поколением при помощи механизмов социализации. При этом передаются успешные модели функционирования культуры. Считающиеся дисфункциональными в настоящем поколении элементы культуры не передаются, последующие поколения в соответствии с условиями жизнедеятельности видоизменяют культурные стандарты. Создание новых технологий, в том числе информационных, делает их образцами для общества, встраиваемыми в жизненное пространство.

Общества делятся на индивидуалистические и коллективистические, соответственно культуры каждого типа также отличаются моральными нормами и правилами. Люди, воспитанные в условиях разных обществ, не включены в единое поле ценностей. Для коллективистического общества ценностями являются добродетельное поведение во имя других, чувство исполненного долга, подчинение личного мнения мнению большинства, тогда как у индивидуалистов – чувство человеческого достоинства, права и свобода личности на первом месте.

Конфессиональные особенности усугубляют причины конфликтов. Ислам – одна из самых влиятельных мировых религий. Религиозная доктрина и форма социальной организации жизни играют на мусульманском Востоке более значительную роль, чем христианство в Европе. Никогда в своей истории христианство не вытесняло светскую власть. Ислам же определяет характер экономических отношений и формы политической администрации, социальную структуру, культуру и повседневные практики правоверных. Духовная жизнь мусульман исламская по своей сути и форме. Сегодня обостряется ценностный конфликт между тысячелетней исламской традицией и прогрессивным развитием общества [4, с. 455].

Деятельность СМИ на уровне личности основывается на знании субъективной культуры как совокупности типичных представлений личности о социальном окружении и характерных способах его восприятия и оценки. К таким способам относят идеи, теории, политические, религиозные, научные, эстетические, экономические и социальные стандарты оценки событий в окружающей среде.

Существуют различные механизмы анализа элементов субъективной культуры. К особенностям субъективной культуры относятся процессы категоризации или упрощения восприятия и унифицирование явлений социального и материального мира (частным случаем категоризации является стереотипизация социального поведения людей); изучение лексических особенностей речи и ассоциаций, употребляемых в речи относительно той или иной категории; диспозиционными или контекстуальными убеждениями относительно причин поведения граждан в данной культуре, когда объяснение поведения зависит от предписываемых объекту характеристик.

Убеждения людей относительно социальных событий как важный составной элемент культуры содержат оценочные суждения. Положительные или

отрицательные эмоции в свою очередь связаны с системой «вознаграждение-наказание», а также с переработкой информации об окружающем мире. К особенностям анализа культуры относятся коннотативные значения или понимание людьми значений (содержания) слов. В зависимости от этого говорят о схожести или различии культур.

Кроме того, люди часто высказывают свои ожидания результата того или иного события. Ожидания – это отражение прошлого жизненного опыта человека. Разные культуры различны в своих ожиданиях. Мы ожидаем экономической стабильности, хотим получать большую оплату за свой труд, тем самым подчеркивая связь экономического развития нашего общества и культурных ожиданий.

Каждая культура определяет нормы как представления группы о правильном поведении. В нашем обществе нормы взаимосвязаны со статусом человека в обществе, его способностями и достижениями, благополучным существованием. К нормам относят и народные обычаи, и нравы, и специфические виды поведения, связанные с религиозным поведением, некоторые нормы становятся законами и закрепляются государственной властью. Нормы необходимы для контроля социального поведения.

Роли также являются нормой, содержащей совокупность предписаний о должном поведении человека, занимающего определенную позицию в социальной системе. Нормы как теоретические образцы неизменно уходят в правила поведения в конкретной культуре.

Каждый человек как представитель конкретной культуры обладает характерными механизмами самоопределения. Это хорошо прослеживается в высказываниях, связанных со словами «Я», «мое», «мне», «Я сам» (концепция Ч.Кули). Например, культуры коллективистического типа воспитывают своих детей, подчеркивая такие качества, как подчинение, надежность, чувство долга, чистоплотность и порядок. Индивидуалистические культуры воспитывают своих детей, делая акцент на созидание, творческие способности, опору на себя, независимость и свободу следовать личным интересам.

В каждой культуре свой набор стереотипов (авто- и гетеро-), свои идеалы и ценности, как представления о наиболее предпочитаемом состоянии мира, а также принципы, в соответствии с которыми организуется жизнь людей в обществе. Клакхон и Стродбек утверждали, что культуры различаются по 5 ценностным ориентациям:

1. Врожденная человеческая природа может быть порочной, нейтральной или доброй; изменчивой или устойчивой.

2. Взаимоотношения человека с природой могут отражать подчинение природе, стремление быть с ней в гармонии или ориентацию на ее овладение.

3. Ориентация во времени может концентрироваться на прошлом, настоящем или будущем.

4. Человеческая активность может быть направлена на «делание» (выполнение), «существование» (переживание жизни) или «становление» (рост, изменение).

5. Модальность социальных взаимоотношений может быть линейной (делать то, что говорят власти), параллельной (делать то, что говорят равные тебе по положению) или индивидуалистической (делать то, что сам человек считает правильным).

В культуре, как правило, люди дорожат принадлежностью к определенной группе и к определенному социальному классу. Они готовы сотрудничать и даже жертвовать собой ради интересов тех групп, членами которых они являются, а также противостоять и бороться с внешними группами, с которыми они себя не идентифицируют [1, с. 149].

В разных культурах кардинально различаются значение и смысл социального поведения. Знание смыслов социального поведения позволяет включать адаптационные механизмы как основу взаимодействия с представителями конкретной культуры.

В ходе индивидуального журналистского расследования необходимо также иметь в виду, что каждый человек, в том числе и сам корреспондент, является носителем субъективной культуры. В работе важное значение имеют коммуникационные навыки, начиная со знаний языка и компетентности корреспондента в интерпретации поведения и высказываний, знаний паралингвистических (невербальных) способов общения. Важными атрибутами коммуникатора являются возраст, пол, семейное происхождение и статус, занимаемый в социальной системе. Кроме того, есть элементарные приемы вежливого обращения с представителями культуры, часто связанные со статусом, подчеркивающие социальную дистанцию.

Содержание коммуникации, которое наиболее сильно ценится в одной культуре, может быть не таким значимым в другой. Особенно это касается экзистенций, о некоторых из них в определенных культурах нельзя говорить. Сосредоточенность на фактах и материальном мире или на духовных основах бытия, индуктивные или дедуктивные методы познания действительности, идеологические или прагматические привязки к бытию, ассоциативное или абстрактное мышление также содержат уровень развития культуры и образованности, становятся элементами субъективной культуры.

Общими для людей всех культур являются эмоциональные состояния, которые выражаются примерно одинаково. Удовольствие, гнев, страх, печаль, негодование, удивление как базовые эмоции одинаково понимаются и воспринимаются во всех уголках земного шара. Конечно, существуют культурно-обусловленные способы их выражения и культурные различия в категоризации эмоций.

Знание всех вышеперечисленных элементов субъективной культуры, а также культурных, конфессиональных особенностей представителей различных этнических групп позволит представителям средств массовой информации

профессионально выполнять свою работу ради достижения мира и согласия всех проживающих на единой территории людей и внедрить технологии толерантного социального реагирования на миграционные процессы как вызов современному мироустройству.

Литература

1. Триандис Гарри К. Культура и социальное поведение. М.: Форум, 2007. 384 с.
2. Государственный доклад о положении детей и семей, имеющих детей, в Российской Федерации в 2014 году [Электронный ресурс]: Доклад Министерства труда и социальной защиты РФ от 15 декабря 2015 г. URL: <http://ivo.garant.ru> (дата обращения 2.02.16).
3. Фуко М. Воля к истине: по ту сторону знания, власти и сексуальности. Работы разных лет. Пер. с франц., комм. и послесл. С. Табачниковой. М.: Кастань, 1996. 448 с.
4. Васильев Л.С. История религий Востока. М: КДУ, 2004. 702 с.

ЯЗЫКОВЫЕ СРЕДСТВА ВЫРАЖЕНИЯ ОСКОРБЛЕНИЯ: ЧАСТОТНОСТЬ УПОТРЕБЛЕНИЯ И ГРАНИЦЫ ИНВЕКТИВНОСТИ (НА ПРИМЕРЕ ТЕКСТОВ СМИ, ПРЕДСТАВЛЕННЫХ В ГАЗЕТНОМ КОРПУСЕ НАЦИОНАЛЬНОГО КОРПУСА РУССКОГО ЯЗЫКА)

А.Н. Пачина,

магистрант

Хакасский государственный университет имени Н.Ф. Катанова (Россия)

stasya_nick@mail.ru

Аннотация. В данной статье автор анализирует языковые средства выражения оскорбления. В исследовании приводится статистика употребления инвективных слов на примере текстов СМИ, представленных в газетном корпусе национального корпуса русского языка. Кроме того, автор попытался установить степень инвективности употребляемых журналистами слов, обладающих оскорбительным потенциалом.

Ключевые слова: оскорбление, инвективность, тексты СМИ, обцензизмы, ненормативная лексика, бранная лексика, грубопросторечная лексика, сниженная разговорная лексика, неприличная форма слова.

Summary. The author analyzes the linguistic means of expression of insult. The study provides statistics of the use of invective words as in the case of media texts presented in the newspaper corpus of the national corpus of the Russian lan-

guage. In addition, the author tries to establish the level of invectives of words which are used by journalists and have offensive potential.

Keywords: insult, invectives, media texts, obscenity, profanity, Brenna vocabulary, robopathology vocabulary, conversational reduced vocabulary, inappropriate word form.

Дела об оскорблении в большинстве случаев носят бытовой характер: устные или письменные ссоры с использованием слов, обладающих оскорбительным потенциалом, между двумя гражданами (физическими лицами) в неофициальной бытовой обстановке. Также часты дела об оскорблении в официально-деловой сфере. Сюда мы относим оскорбление должностных лиц и представителей власти при исполнении своих должностных обязанностей, оскорбление оппонентов в суде.

Кроме того, распространены публичные оскорбления. В частности, слова, обладающие оскорбительным потенциалом, употребляют в своей речи перед аудиторией политики и общественные деятели. Кроме того, публичные оскорбления могут актуализироваться в СМИ – печатных текстах, аудио и видеоматериалах.

Мы проанализировали языковые средства выражения оскорбления, содержащиеся в публикациях, которые обобщены в составе национального корпуса русского языка. Цель исследования заключается в выявлении количественного показателя слов с оскорбительным потенциалом и в установлении границ и степени инвективности обнаруженных лексем.

Критерии для выявления степени инвективности мы установили следующие:

1. Сильная степень инвективности: obscenisms, бранная лексика, зооморфизмы, ненормативная лексика (жаргоны, арготизмы, вульгаризмы). Отметим, что сильная степень инвективности соотносится с фактом оскорбления в юридическом понимании, то есть имеет неприличную форму.

2. Средняя степень инвективности: сниженная лексика, в том числе и грубопросторечная. Это те слова и выражения, которые находятся в пограничном состоянии: при анализе значения данных лексем у лингвистов-экспертов возникают затруднения относительно юридического факта оскорбления.

3. Слабая степень инвективности: лексика, имеющая негативную коннотацию (эвфемизмы, дисфемизмы, некоторые тропы и фигуры, формирующие отрицательное представление об объекте речи у реципиента), сниженная разговорная лексика. Слабая степень инвективности соотносится с фактом оскорбления в бытовом понимании, не поддаётся доказыванию в суде.

При проведении анализа мы взяли за основу классификацию инвективной лексики, представленную М.В.Горбаневским в книге «Цена слова. Из практики лингвистических экспертиз текстов СМИ в судебных процессах по защите чести, достоинства и деловой репутации» [1].

Своё понимание уровня интенсивности проявления оскорбительной модальности в конфликтном тексте представляет И.В.Пекарская, предлагая типологию лексики с эксплицитной и имплицитной реализацией семантики оскорбления в соотносённости с проблемой производства лингвистической экспертизы [2]. Статистический учёт производился на базе газетного корпуса, входящего в состав национального корпуса русского языка.

На момент исследования объём газетного корпуса составлял 433373 документа. В них содержались 16669748 предложений и 228521421 слово. В состав корпуса входят публикации в федеральных печатных масс-медиа с 2000 года, а также примеры текстов региональных газет и журналов.

Анализ количественной составляющей слов, обладающих оскорбительным потенциалом, используемых авторами в газетных публикациях, показал, что лексема «бандит» (М.В.Горбаневский относит данную лексему к ненормативным словам) употребляется журналистами 9800 раз (0,004% от общего количества слов в газетном корпусе) в 5754 документах (1,3% от общего количества документов в газетном корпусе). Ненормативное слово «мошенник» зафиксировано 5894 раз (0,002%) в 3 250 документах (0,7%). «Двурушник» встречается лишь 15 раз (0,000006%) в 15 текстах (0,003%). «Расист» (по классификации М.В.Горбаневского лексема относится к ненормативным словам с ярко выраженной негативной окраской) используется журналистами 210 раз (0,00009%) в 174 документах (0,04%). К глаголу с осуждающей семантикой «украсть» журналисты обращаются 6477 раз (0,0028%) в 5038 текстах (1,1%), а к глаголу с осуждающей семантикой «хапнуть» 76 раз (0,00003%) в контексте 72 документов (0,01%). Слово «гадина», содержащее в своем значении негативную, весьма экспрессивную оценку чьей-либо личности, авторы 95 раз (0,00004%) включили в 93 публикации (0,02%). Эвфемизм «путана» зафиксирован в 214 документах (0,04%) 307 раз (0,00013%). По запросу «интердевочка» в газетном корпусе обнаружено 63 документа (0,01%) и 104 (0,00004%) словоупотребления. Окказионализмы «коммуняки», «дерьмократы», «хапремонт» не встречаются в подразделе газетный корпус национального корпуса русского языка. Зато журналисты 53 раза (0,00002%) употребили лексему «прихватизация» в 48 текстах (0,01%).

Всплеск употребления слов с негативной окраской в публицистических текстах наиболее частотен в период с 2004 года по 2014 год. Это, по нашему мнению, обусловлено нестабильной политической, экономической и социальной ситуацией в стране: мировой финансовый кризис 2008 года, митинги на Болотной площади в 2012-м, политические нападки оппозиционных СМИ на чиновников, борьба с коррупцией и преступностью, которая продолжается на протяжении последних десятилетий и т. д.

С принятием федерального закона Российской Федерации от 5 мая 2014 г. N 101-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «О государственном языке Российской Федерации» и отдельные законодательные акты Российской Федерации в связи с совершенствованием правового регулирования в сфере ис-

пользования русского языка» [3], который запрещает использовать мат в средствах массовой информации и коммуникации, журналисты перестали включать в свои тексты обценные слова типа «пидорас», «пидор», «пидераст», «пидарас». Сократилось и использование слов с негативной окраской, обладающих оскорбительным потенциалом. Это может свидетельствовать о том, что правовое регулирование данной сферы общественных отношений приносит свои результаты.

Тем не менее, для отрицательной характеристики героев некоторые журналисты и сегодня продолжают прибегать к инвективной лексике. Рассмотрим несколько примеров из газетного корпуса, с помощью которых мы попытались установить степень инвективности слов, обладающих оскорбительным потенциалом, и содержащих факт оскорбления в бытовом и юридическом понимании.

За весь период (с 2000 года и по настоящее время) слово «мудак» в газетных публикациях, представленных в национальном корпусе русского языка встречается 26 раз (0,00001% от общего количества слов в газетном корпусе). Всего поисковая система обнаружила 24 документа (0,005% от общего числа документов в газетном корпусе) с искомой лексемой, то есть в двух текстах прессы оно использовано по два раза. В основном, употребляется для создания собирательного образа и не употребляется по отношению к конкретному лицу.

Однако в публикации «Грозит ли Интернету цензура? ЖЖисты не смогли отговорить депутата Г.Д.Алксниса прекратить дело об оскорблении в Интернете» автор описывает случай, когда депутата Госдумы в «Livejournal» оскорбили словом «мудак», и приводит прямую цитату пользователя: «18 февраля депутат ГД высказал в блоге свое недовольство заменой российских знамен армии на новые. После чего некто пользователь tarlith возразил депутату, назвав его в ЖЖ «либо вралем, либо дураком» и «звездоносным *мудаком*» [4].

Ещё один пример, когда слово «мудак» якобы употреблено по отношению к конкретному лицу, к Толе из «Колокола». Однако фамилию героя автор предпочёл не упоминать, дабы избежать ответственности за оскорбление: «Им нужно ясно и просто: тут разборки, тут кровавая гэбня, тут ее союзники, понимаешь? А этот твой главный *мудак*, Толя из «Колокола», такое впечатление, что пишет для себя и для трех своих друзей, таких же анонимных алкоголиков» [5]. Слово «мудак» входит в словари мата, является обценным, поэтому имеет сильную степень инвективности.

Обценное слово «пидорас» встречается в национальном корпусе русского языка единожды. В публикации «В Берлине нам светит лишь плюшевый мишка» идёт речь о парне нетрадиционной сексуальной ориентации, которому нужно так сказать откосить от армии, но сделать это у него не получается: «Улумжи, которые отрывают парня от Тимофея и отправляют служить в армию. Впрочем, юношу ждет завидная судьба. Депутаты Государственной Думы, с которыми герои свели знакомство на описанной гомосексуальной оргии, обещают его дяде: «*Пидорас*, говоришь? Из армии вернется, мы его депутатом сделаем!» Не подумайте, что я преувеличиваю дурной абсурдизм рассказанной

в киноленте истории. Напротив, сильно преуменьшаю» [6]. Мат используется в представленном контексте в прямом значении «гей» [7]. Данная лексема имеет неприличную форму, однако в рамках представленного текста не оскорбляет честь и достоинство конкретного человека, так как употреблено в диалогической конструкции в вопросительной форме и не соотносится с утверждением.

Однако, вариант обценного слова «пидарас» (изменено графическое оформление: вместо пидЕраст, пидОр, пидОрас – пидАрас) используется журналистами трижды (два раза его употребляют публицисты «Комсомольской правды» и один раз – «Известий»). Мат, высказанный политиком во время диалога, присутствует в прямой цитате. Немцов публично адресует данное оскорбление некому Пономареву: «Я предлагаю сделать менее сумбурным заседание и более таким, я бы сказал, предсказуемым. Заодно мы и Пономарева прищучим, потому что он, *пидарас*, будет нас мочить. Я предлагаю следующую повестку дня. Смотри... – Борь, я давай одну секундочку... – Послушай... – Подожди, я в принципе не против твоего ведения. Но это на самом деле, конечно, не лучший вариант» [8].

Журналисты «Комсомольской правды» подсчитали обценизмы в речи политика Владимира Жириновского. В качестве примера они привели его цитату, где содержится нецензурная брань: «<...> в полном (каноническом) тексте Жириновского присутствовали нецензурные слова: – на букву «б» – 26 раз, – на букву «х» и его производные – 5 раз, – на буквы «е» и «п» – по 1 разу. Помимо этого, в телеобращении представителя России упоминались и более мягкие слова – типа «минетчик», «онанист», «*пидарас*» [9]. Слова, содержащиеся в цитате, безусловно, обладают оскорбительным потенциалом. Юридический факт оскорбления личности отсутствует. Обценизмы приводятся в качестве примера и не адресованы конкретному лицу. Степень инвективности упомянутых лексем сильная.

В третьем случае автор включает слово «пидарас» в диалог-ссору своих героев – вздорных соседей. Таким образом, журналист пытается усилить экспрессию текста, дополнить образ героя (демонстрация степени разъяренности и уровня интеллектуального развития) и воздействовать на эмоции и чувства читателя: «Обитатели желтого дома совсем рассорились с обитателями дома под красной крышей. – Ты крыса! – кричал Эдвард из желтого дома Стасу из дома под красной крышей. – А ты *пидарас*! – отвечал Стас Эдварду, требуя назад свои 60 долларов и магнитофон» [10]. Степень инвективности данного слова высока. Оно оскорбляет и уничивает честь и достоинство оппонента. Отметим, что в разделе газетный корпус национального корпуса русского языка вариация данного слова встречается чаще. Тем не менее, словари мата, в которых даётся толкование обценизму, используют формы написания «пидОрас», «пидОр» и «пидЕраст».

Слово «урод» в газетных текстах, находящихся в национальном корпусе русского языка, используется 166 раз (0,00007%). Всего поисковая система обнаружила 158 документов (0,03%), где содержится данная словоформа и лемма

[11] (Под леммой понимается основная каноническая форма слова – авт.: А.П.). Имеет место употребление слова «урод» по отношению к личностям. Например, «Теперь домашним прозвищем Майкла стала кличка *Урод*» [12]; «Хэй о Валуеве «Этот гигант Валуев – *урод* из циркового шоу. Он мне напоминает какого-то персонажа из «Властелина колец». Надеюсь, мне не придется с ним обниматься <...>. У русского боксера волосатое тело, и мне придется захватить на бой газонокосилку, чтобы побрить его». [13]. Если в первом случае фраза является утверждением, то во втором – мнением третьего лица и доказать то, что журналист дал отрицательную оценку личности, невозможно. Впрочем, многие лингвисты при экспертном анализе слова «урод» исключают факт оскорбления в юридическом смысле, так как лексема не относится к разряду непристойных.

В большинстве случаев мы обнаружили безадресное употребление данного слова: «Наконец, в нормальном организме есть гормоны роста, если с ними что-то не так, на свет появляется *урод*. <...> А если речь не о человеке, а о стране, то появляется *урод* политический, социальный» [14]; «А если кому-то не захочется? *Урод* жирно-бородавчатый попадет... Девочки посмотрели с недоумением: – У этих *уродов* миллионы!» [15]; «Впрочем, ближайший сосед Башки вырос на стыке нуара и комикса – и это гигантский *урод* Марв из «Города грехов», потерявший возлюбленную, а затем потерявший все» [16]. Во всех случаях слово используется в прямом значении «человек с физическим уродством» [17].

Частотно и словосочетание «моральный урод», оно используется как определение человека с низкими моральными принципами, смещением ценностей, вызывающим поведение. Степень инвективности слова «урод» средняя.

Слово «жулик», отнесённое М.В.Горбаневским в тот разряд инвективной лексики, априори имеет антиобщественную, социально осуждаемую деятельность. Оно зафиксировано в национальном корпусе русского языка 1686 раз (0,0007%). Всего на сайте можно найти 1273 (0,2%) публикаций с данной лексемой. Как и в случае со словом «урод», журналисты чаще используют слово «жулик» неадресно (обобщённо). При этом, значение, закреплённое в словарях, сохранено: «Образ А.А.Навального роднит с образом Петрушки Уксусова чрезвычайная победительность: Петрушка тоже побеждал всех вышеописанных *жуликов* и воров, но все-таки тут речи не идет о чистом персонаже кукольного театра, потому что и сам Петрушка комичен, тогда как А.А.Навальный в глазах своих приверженцев величав и романтичен» [18]; «Зато выйдут *жулики*, попавшиеся на нецелевом расходовании бюджетных средств, фабриковавшие доказательства». [19]; «Представители муниципальных образований пожаловались и на дискредитацию их профессии. – Везде пишут «чиновник – *жулик*, преступник». Ну нельзя же называть всё болотом из-за одной лягушки, – были эмоциональны участники съезда» [20].

Нами отмечено несколько случаев, когда слово «жулик» вводится в текст как собирательный образ киногероя и персонажа литературного произведения:

«Мы-то знаем об этом разве что из фильма «Бриллиантовая рука», где герой Андрея Миронова – *жулик* и недотепа... [21]; В фильме «Иван Васильевич меняет профессию», снятом по булгаковской пьесе (ах, опять этот Булгаков, главный наш эксперт по Украине), симпатичный *жулик* Жорж Милославский отсылает войско на Изюмский шлях, чтобы управдом Бунша мог спокойно царствовать. <...> И надо же, какое совпадение: куда менее симпатичные *жулики* и еще более бездарные управдомы, захватившие нынче власть в Киеве, стягивают именно в город Изюм, с бору по сосенке, всех людей в униформе, хотя бы отдаленно ассоциирующихся со словом «боеспособность» [22]; «Он рассказывал про самозабвенных *жуликов* типа Чичикова и Хлестакова» [23]. Журналисты не используют прямое утверждение типа «Вася Петров – жулик». Подобная осторожность, на наш взгляд, обоснована, так как экспрессивно-оценочная лексема «жулик», употреблённая по отношению к конкретному лицу может стать предметом судебных разбирательств по делам об оскорблении и защите чести, достоинства и деловой репутации. Степень инвективности средняя, так как слово не обладает неприличной формой, но соотносится с бытовым пониманием оскорбления.

В национальном корпусе русского языка насчитывается 308 вхождений (0,0001%) лексемы «кобыла». Слово употреблено в 229 (0,05%) документах. Частотен фразеологизм «бред сивой кобылы», означающий бессмыслицу, чушь, вздор, нелепицу.

Авторы используют его в следующих контекстах « – Может, сорвусь, но слова главы Пентагона о том, что мы поставляли Сирии средства для производства химического оружия, это *бред сивой кобылы*» [24]; «Нет! Это выдумки, инсинуации, *бред сивой кобылы*. Не будем отрицать, что мясо свиньи нежное, жирное и очень питательное, а сами носители сала неприхотливы в еде, а, значит, оно относительно недорогое» [25]; «*Бред сивой кобылы* – утверждения, что в Славянске орудуют переодетые российские спецназовцы, – отметил офицер» [26]. Данный фразеологизм употребляется для развенчивания стереотипов и опровержения ранее сообщаемых сведений. В национальном корпусе русского языка нами не обнаружено примеров, когда зооморфизм «кобыла» употребляется по отношению к женщине.

Зооморфизм «козёл» журналисты используют в своих текстах для того, чтобы дать яркую характеристику тем, о ком идёт речь в материале: «В начале своего славного пути Вудруф, как и полагается «реднеку», был оголтелым гомофобом и отчаянным *козлом*, но ближе к смерти испытал просветление – главным образом, благодаря дружбе с трагическим трансвеститом Рэйоном (родившемся для этой роли Джареду Лето тоже светит номинация за лучшую второплановую роль)» [27]; «У него на базе застряла партия авокадо. – Говорят, тут были нелегалы. Да мы москвичи уже все давно! Из-за одного *козла* все должны страдать! Он говорит об Орхане Зейналове, арестованном за убийство москвича Егора Щербакова. – А вы знали Зейналова? – спрашиваю я» [28]; «И после этого какой-то *козел*, я не знаю, как его обозвать даже, создал такую проблему России...» [29] Сло-

во «козёл», употреблённое по отношению к человеку, оскорбительно. Любая антиперсонализация (сравнение человека с животным) уничивает честь и достоинство человека. Слово «козёл» в значении «непонятливый, глупый, тупой человек» имеет высокую степень инвективности.

В рамках данной темы нам удалось выяснить, что количество слов со слабой степенью инвективности преобладает в количественном плане над словами с сильной степенью инвективности. Это обусловлено тем, что, включая в тексты обценные и жаргонные слова в неприличной форме, автор рискует понести наказание не только по статье «Оскорбление», но и быть оштрафован за использование нецензурной брани в средствах массовой информации.

Кроме того, большинство лексем, обладающих оскорбительным потенциалом, использованы безадресно. Журналисты предпочитают не прямо выражать негативную оценку по отношению к героям, а имплицитно. Например, вводя бранное или грубопросторечное слово в речь оппонентов о герое (используя мнение другого лица, автор снимает с себя ответственность) или используя приём иносказания, маскируя слова с резко негативной оценкой в рассуждения на данную тему и предположения.

Границы инвективности диффузны. У учёных нет разногласий в том, что обценная и бранная лексика легко поддаётся квалификации оскорбления, однако, затруднения возникают тогда, когда речь идёт о словах, обладающих оскорбительным потенциалом, но не имеющих неприличную форму, которая регламентирована статьёй 5.61 КоАП РФ.

Примеры, представленные нами в рамках данного исследования, иллюстрируют тот факт, что количественный показатель употребления слов с негативной окраской напрямую зависит от границ инвективности: чем неприличнее форма слова, за которую журналиста могут привлечь к ответственности, тем меньше авторы включают такие формы в свои тексты.

Литература

1. Цена слова: Из практики лингвистических экспертиз текстов СМИ в судебных процессах по защите чести, достоинства и деловой репутации / Под ред. проф. М.В. Горбаневского. 3-е изд., испр. и доп. М.: Галерея, 2002. 424 с.

2. Пекарская И. В. К проблеме типологии оскорбительной лексики / Язык и культура этноса: материалы Международной научно-практической конференции. Красноярск, 19–20 ноября 2015 г. / отв. ред. А.Д. Васильев; ред. кол.; Краснояр. гос. пед. ун-т им. В.П. Астафьева. Красноярск, 2015. 236 с.

3. Федеральный закон Российской Федерации от 5 мая 2014 г. N 101-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «О государственном языке Российской Федерации» и отдельные законодательные акты Российской Федерации в связи с совершенствованием правового регулирования в сфере использования русского языка» [Электронный ресурс]. Доступно на: URL: <http://base.garant.ru/70648630/> (дата обращения 29.01.16)

4. Грозит ли Интернету цензура? ЖЖисты не смогли отговорить депутата ГД Алксниса прекратить дело об оскорблении в Интернете // Новый регион 2. 2007. 14 марта.
5. «Ядовитый сэндвич» и пиво для массовки // Комсомольская правда. 2007. 13 февр..
6. Тыркин С. В Берлине нам светит лишь плюшевый мишка // Комсомольская правда. 2004. 12 февр.
7. Словарь современной лексики, жаргона и сленга [Электронный ресурс]. Доступно на: URL: <http://argo.academic.ru/> (дата обращения 1.02.16)
8. Новые откровения Немцова об Акуnine, Явлинском и Лимонове // Комсомольская правда. 2011. 22 дек.
9. Пономарев С. Жириновский сбросил на Америку 26 «б...», обложил ее 5-ю «х...» и накрыл 1-й «п...» // Комсомольская правда. 2003. 29 янв.
10. Филимонов Д. Вендетта по-питерски // Известия. 2007. 24 дек.
11. Национальный корпус русского языка [Электронный ресурс]. Доступно на: URL: <http://www.ruscorpora.ru/index.html> (дата обращения 28.01.16)
12. Майкл Джексон: черно-белая жизнь // Труд-7. 2009. 9 июля.
13. Настенко Г. Николай Валуев: «Разберусь с Хэем, а потом навещу Аршавина» // Труд-7. 2009. 6 окт.
14. Что будет в России без интеллигенции? // РИА Новости. 2009. 27 апр.
15. Танькова Я. Как я охотилась на миллионеров. 7-я часть // Комсомольская правда. 2008. 16 дек.
16. Борисов Г. Головой об стену // РБК Daily. 2008. 17 сент.
17. Ушаков Д. Н. Толковый словарь Ушакова 1935-1940 [Электронный ресурс]. Доступно на: URL: <http://dic.academic.ru/dic.nsf/ogegova/100358> (дата обращения 1.02.16)
18. Соколов М. Зорро и проза жизни // Известия. 2014. 24 апр.
19. Литой А. По амнистии выйдут матери, экологи и офицеры // РБК Дейли. 2013 19 дек.
20. Созаев-Гурьев Е. Президент обсудил муниципальную реформу с главами сел и городов // Известия. 2013. 8 ноября.
21. Хожателева Ю. Татьяна Михалкова пригласила «Комсомолку» в гости // Комсомольская правда. 2013. 17 окт.
22. Караулов И. День дыма // Известия. 2014. 16 апр.
23. Львова В. ...Но троянцы не поверили Кассандре // Комсомольская правда. 2013. 15 июля.
24. Созаев-Гурьев Е. Сирийский саммит «большой двадцатки» // Известия. 2013. 5 сент.
25. Мешков А. Новые особенности украинской национальной кухни // Комсомольская правда. 2014. 21 мая.
26. Рейтер С., Петров И., Рубин М., Павлов В., Опалев С., Макутина М. Откуда на юго-востоке Украины взялись 'самооборонцы' и 'ополченцы' // РБК Дейли. 2014 14 апр.

27. Тыркин С. Голосовая помощь // Комсомольская правда, 2013.11.12
28. Демченко В. Овощебазы Москвы: В каждом пучке укропа – веточка для бандитов // Комсомольская правда. 2013. 30 окт.
29. Бруснев М. Радио «Комсомольская правда». Летчик-испытатель и почетный президент компании «Новые Черемушки», которой принадлежит овощебаза в Бирюлеве, Магомед Толбоев – об убийце Егора Щербакова: «Я его сам задушу!» // Комсомольская правда. 2013. 14 окт.

ИНФОРМАЦИОННОЕ ПРОСТРАНСТВО РЕСПУБЛИКИ ХАКАСИЯ: ОТ РЕЧЕВОЙ АГРЕССИИ К ГУМАНИЗАЦИИ И ТОЛЕРАНТНОСТИ ЯЗЫКОВ И КУЛЬТУР

И.В. Пекарская,

доктор филологических наук, профессор

Хакасский государственный университет им. Н.Ф.Катанова (Россия)

E-mail: pecar-61@mail.ru

Е.А. Шпомер,

магистрант

Хакасский государственный университет им. Н.Ф.Катанова (Россия)

E-mail: catandre@rambler.ru

Ю.А. Шпомер,

магистрант

Хакасский государственный университет им. Н.Ф.Катанова (Россия)

E-mail: jurbani@mail.ru

Аннотация. В статье описывается информационное пространство поликультурного региона – Республики Хакасия – с позиций соотнесённости и взаимообусловленности языковых и культурных контактов её жителей в частности и взаимоотношения и взаимодействия языка и культуры как глобальной проблемы в целом. Вопросы межкультурного взаимодействия иллюстрируются через отношения республиканских журналистов к проблемам хакасского языка.

Ключевые слова: гуманизация, толерантность, язык, культура, поликультурный регион, агрессия, взаимоотношения, взаимодействие.

Summary. This article describes the information space of multicultural region – the Republic of Khakassia – with the stand point of the correlation and interdependence of language and cultural contacts of its inhabitants and in particular the relationship and interaction between language and culture as a global problem on the whole. The questions of intercultural cooperation are illustrated by relations of national reporters to the problems of the Khakass language.

Keywords: humanization, tolerance, language, culture, multicultural region, aggression, relationships, interaction.

Средства массовой информации играют значимую роль в формировании толерантной коммуникативной среды. Особую значимость их роль приобретает в поликультурных регионах, где речевая агрессия ни в каком виде недопустима. Именно в подобного рода коммуникативных сообществах возникает необходимость внимательного и даже шепетильного обращения к особенностям менталитетных предпочтений с учётом пресуппозиций культурного наследия. Невнимание к тонкостям сложившихся приоритетов того или иного народа может повлечь за собой целую череду негативных последствий. И даже более – конфликтов.

Так, 12 апреля 2015 г. в эфир телеканала «Абакан», который входит в состав муниципального медиа-холдинга ИРТА «Абакан», вышла программа «Колмагорова, Березин+», в которой ведущий – Андрей Березин – заговорил о хакасском языке в негативных тонах. По его мнению, сохранять и изучать хакасский язык «нецелесообразно». В частности, он сказал следующее: *«Умирает язык, не надо его спасать, тратить на него деньги. Дайте ему умереть. У нас два института ИСАТ (институт Саяно-Алтайской тюркологии) и ХакНИИЯЛИ (институт языка и литературы), у нас школы, у нас учебники, у нас учителя. Зачем, с какой целью, для чего мы этого больного <...>, может быть ему эвтаназию сделать, ну дайте ему спокойно умереть! Нужно перестать его поддерживать»*. Коренным же жителям Хакасии цитируемый оппонент порекомендовал вместо своего родного языка *«знать русский и китайский, т. к. коммуникация шире»* [1].

Данное заявление телеведущего обрушило на него возмущённый шквал протеста. Широкая общественность: педагоги, деятели науки и культуры обратились к губернатору Хакасии и прокурору республики с просьбой проверить высказывания журналиста на наличие экстремизма и агрессии по отношению к хакасскому народу. По заявлению авторов обращения, подобного рода высказывания нарушают конституционные нормы, нормы федеральных и республиканских законов. Например, положения, представленные в Постановлении Правительства Республики Хакасия от 09 ноября 2010 года; Постановлении Правительства Российской Федерации от 02 апреля 2012 года [2, 3].

Виктор Михайлович Зимин, Глава Хакасии, отреагировал по поводу случившегося незамедлительно. Пресс-службой губернатора был распространён его официальный комментарий по поводу вызвавшей скандал телепередачи:

«Целиком поддерживаю позицию представителей хакасской интеллигенции, которые резко осудили высказывания журналиста муниципального медиа-холдинга г.Абакана А.Березина, позволившего себе публично негативно высказаться о государственном языке Республики Хакасия, оскорбить чувство национальной гордости тысячи жителей республики, которые считают хакасский язык родным. Считаю, что профессиональный журналист никогда не позволил бы себе судить о явлении, ценность которого он вряд ли понимает. Та легкость, с которой люди, подобные названному выше человеку, ругают всё во-

круг себя, тот негатив, который «сквозит» буквально из каждого материала или передачи, ставит под сомнение в целом способность таких людей создавать, создавать что-то позитивное, строить что-то не только для себя, но и для других, вдохновлять кого-то. Более того, хочу обратиться к таким журналистам, ну если вы так не любите свою малую родину, если вы не видите здесь перспективы, то, возможно, есть смысл поискать себе другое место жительства.

Искренне надеюсь на то, что журналист публично принесет свои извинения. Также рассчитываю, что свое отношение к негативным высказываниям в отношении хакасского языка выскажет и работодатель А.Березина, работающего в муниципальном предприятии г.Абакана.

Кроме того, считаю негативные высказывания журналиста в отношении государственного языка Республики Хакасия основанием для дачи им правовой оценки правоохрнительными органами на предмет наличия в них экстремизма» [1].

И, несмотря на то, что «Скандал с мнением журналиста абаканского ТВ о хакасском языке закончился пшиком: прокуратура Хакасии состава преступления в свободе слова не нашла» [4], общественность республики (и не только представители хакасской национальности) до сих пор испытывают чувство оскорблённого национального самолюбия и неудовлетворённости от безнаказанности за «попрание народного духа».

Итак, языки и культуры в многонациональном регионе: как они уживаются? В Республике Хакасия государственными языками закреплены два – русский и хакасский [2]. Но проблема соотнесённости языка и культуры остаётся важной и значимой на сегодняшний день не только в поликультурной среде, однако в ней – особенно, так как именно толерантное отношение к другой (им) культурам и языкам гуманизирует коммуникативное пространство в целом. Обратимся к проблемам межкультурной коммуникации, чтобы понять, как может журналист сделать её эффективной.

Язык и культура – два взаимосвязанных и взаимообуславливающих друг друга понятия. С.Г.Тер-Минасова акцентирует внимание на том, что культура является неисчерпаемым резервуаром духовности, а через язык передается опыт поколений: «Культура – совокупность результатов деятельности человеческого общества во всех сферах жизни и всех факторах, идеях, верованиях, традициях, обычаях, национальном характере и т.д., – всех тех факторах, которые составляют и обуславливают образ жизни нации, класса, группы людей, включая и семью, как группу, в определенный период времени» [5].

Люди разных национальностей стремятся понять друг друга – вступить в культурный диалог, но, вместе с тем, никто не хочет и не может «пожертвовать» национальным языком, прийти к «общему» («глобальному») языку, так как родной язык дорог каждому народу как 1) зеркало культуры, 2) хранитель и передатчик ее потомкам, 3) свидетель культуры, 4) ее орудие, инструмент. Нормы своей культуры представляются единственно правильными, что свиде-

тельствует об актуализации «этноцентризма»: нормы рождаются из традиций, и каждый народ боготворит лишь свои нормы.

Именно поэтому в рамках межкультурной коммуникации различия в обычаях и традициях, не учтенные коммуникативными партнерами, нередко вызывают конфликты: «В чужой монастырь со своим уставом не ходят», «Вот тебе Бог, а вот тебе порог».

Интересным представляется *обычай делать друг другу подарки* у разных народов. Сравним русскую и китайскую картины мира. Русские от души дарят подарки (до недавнего времени дарение денег не приветствовалось и расценивалось как некое равнодушие к потребностям и желаниям одаряемого – «сходить в гости без лишних хлопот») и с удовольствием их принимают. Как правило, дарящий с гордостью всеобще демонстрирует свой подарок, а одариваемый воспринимает его как долгожданный и очень ценный, даже если подобная вещь является неактуальной или повторяющейся: «Дареному коню в зубы не смотрят». В Китае, по замечанию носителей языка и культуры (зав. кафедрой русского языка Пекинского университета Чжан На [6, с. 198–201], китайской студентки 4 курса Института филологии и межкультурной коммуникации Хакасского государственного университета им. Н.Ф. Катанова Шуан Пэн [7, с. 158–162]), одариваемый может принять подарок только после троекратного предложения, чтобы не нарушить культурную традицию и не показаться невежливым и алчным. Распаковывается подарок только после ухода гостей по тем же причинам. Если не знать этого, можно поставить себя в неловкую ситуацию как одной, так и другой стороне: русский после второго отказа может обидеться и уйти, на что китаец, в свою очередь, откликнется непониманием: «какой жадный – предложил и не подарил».

Существует разница и в преподнесении цветов: как в их количестве, так и в цвете. У русских принято дарить живым нечетное количество, у китайцев, напротив, четное, и не только цветов, но и любых других предметов, например, две бутылки вина, две коробки конфет. Желтый цвет в русской культурной картине мира связывался с изменой, поэтому желтые цветы не популярны в дарении. В Китае, напротив, желтый цвет – это цвет солнца, счастья, добра. Об особом уважении в Китае говорит дарение фигурок Дракона как «символа хороших изменений в жизни, императорской власти». Русский человек, как замечает С.Г. Тер-Минасова, воспринимает Дракона как символ зла.

У китайцев исторически принято делать подарки за услуги и помощь (как вещами, так и деньгами), у русских диахронически дарить что-нибудь в качестве платы за услуги, помощь было не принято до недавнего времени. Сегодня это возможно (но не деньги), в этом заключается диахронический конфликт одной культуры (о чем говорит С.Г. Тер-Минасова – «язык как свидетель культуры»): новое поколение «расшатывает» традиции предыдущих (конфликт «отцов и детей») [5].

Еще одним показателем как «диахронического конфликта в русской культуре», так и межкультурного конфликта является стоимость преподносимого

подарка. Чжан На в 2003 году писала: «В России распространена такая пословица: «Мне не дорог твой подарок, дорога твоя любовь». Значит, в России слишком дорогой подарок может смутить человека, и он почувствует себя обязанным каким-то образом вас отблагодарить. А в Китае обычно благосклонно относятся к ценности подарка, считая, чем ценнее подарок, тем глубже дружба» [6, с. 198–201]. Сегодня и в русской языковой картине мира изменившиеся социальные нормы и материальный статус позволяют принимать дорогие подарки (заметим, однако, до сих пор – не всегда и не ото всех).

Конфликтным моментом в русской и китайской культурах является и отношение к *комплименту*. У русских комплимент (имеется в виду не манипулятивный, а актуализаторский его тип) воспринимается с удовольствием и принимается с благодарностью и улыбкой. У китайцев, по замечанию Шуан Пэн, комплименты не поощряются, за них ни в коем случае нельзя благодарить, напротив, правила хорошего тона заставляют их отвергнуть: «Нет-нет, я не такая». Названная студентка именно так вела себя, когда на четвертом курсе преподаватели стали хвалить ее хороший русский по сравнению с первым курсом.

Не принято у китайцев *проявлять свои добрые чувства при встрече* (например, дружеские объятия, прикосновения), что является нормативным у русских. Эмоциональную сдержанность китайцы демонстрируют даже в отношениях с родственниками: обниматься имеют право только муж с женой, они же могут обнять своего ребенка, но не на людях.

Еще одно замечание, связанное с расчетом на продуктивный диалог культур: живя в чужой стране, следует руководствоваться нормами поведения этого народа. Прав А.Коренев, который писал своему учителю С.Г.Тер-Минасовой: «С самого начала своего путешествия я старался при общении с японцами принимать нормы японской культуры без всякого критического и оценочного анализа» [5].

Ту же мысль озвучивает Шуан Пэн: «Никогда не забуду того чувства, которое я испытала, когда услышала первое в своей жизни русское слово. <...> Я очень и очень опечалилась, потому что никак не предполагала, что русский язык такой сложный. Меня повергли <...> в лингвистический шок два обстоятельства. Во-первых, в русском языке оказалось так много длинных слов. <...> К тому же в нём <...> имеется коварный для меня звук [р].

Коварный потому, что его произношение долгое время для меня было камнем преткновения. Со временем я как-то смирилась с этой, казалось, неразрешимой для меня проблемой: я успокаивала себя тем, что во мне нет русской крови, и стала спокойнее относиться к тому, что не умею произносить этот сложный в артикуляции звук. Ещё легче стало тогда, когда узнала, что не только мне не поддается этот звук, но и многим другим. А когда я услышала, что и Владимир Ильич Ленин не мог произносить [р], то совсем перестала огорчаться и вынесла для себя вердикт: этот звук мне неподвластен» [7, с. 158 – 162].

Сейчас Шуан Пэн хорошо произносит «коварный звук».

Нельзя, таким образом, не согласиться с С.Г.Тер-Минасовой в том, что диалог культур – основа, центр и стержень эффективной межкультурной коммуникации.

Культура рождает язык, а язык является «зеркалом» культуры. Культурная картина мира первична по отношению к языковой. Между объективной реальностью и словом, отражающим ее, лежит специфика ментального видения, «искривляющая» представление о мире: сознание шире, чем язык, оно впитывает в себя особенности национальной культуры. В языке может не быть слова, но любой культурный феномен можно представить описательно.

Например, в русском языке нет специальной лексемы, называющей деталь в умывальнике, которая предназначена для подачи воды в пригоршню (это не «пипка», не «гвоздь»...), но мы можем понять, о чем идет речь, сказав: «Ранним утром я подошел к умывальнику, коснувшись настуженного ночью железа, потянулся пригоршней к сердцу наполненного до краев живящей водой бачка, и в руки мне хлынула чистая, как слеза, освежающая и бодрящая влага, наполняющая мой новый день здоровьем и счастьем». В языке тайцев есть неточный эквивалент русскому слову «сумерки» – «พลบค่ำ», близкий по значению китайскому «мрак», «полог». Как видно, семантически данные слова не идентичны. Очевидно, это объясняется тем, что в Таиланде ночь «падает на землю» сиюминутно: в этой стране время перехода от дня к ночи эллиптировано – сумерек, как явления угасания дня, вхождения его в ночь, не существует. Можно выйти из отеля «днем», а к отельному бассейну через пять минут подойти «ночью».

В хакасской языковой картине мира подобного рода лакунарность характеризует отсутствие в языке слова «жених»: хакасы говорили оол (парень) или кизо (зять). Невесту называли наа пала – «новый ребенок». Это связано с тем, что невеста входила в семью жениха на правах нового члена, ибо выделение новой супружеской пары происходило только через несколько лет после свадьбы. В настоящее время подобная национальная специфика нивелирована соотносительностью с русской картиной мира и смешанными браками.

Важным является и то, что язык отражает культурно значимые в синхронии реалии: для русского человека, по свидетельству С.Г.Тер-Минасовой, не актуальны оттенки белого (он их не видит, и язык их не фиксирует), тогда как для эскимоса, живущего в ситуации «снежного многоцветия», эти оттенки являются частью культурного представления о мире: каждый день дает возможность увидеть белизну снега в разных палитровых составляющих.

Таким образом, язык, *во-первых*, является *зеркалом культуры*, отражая специфику истории жизни, быта, традиций, и даже климата. *Во-вторых*, язык хранит и передает культурные традиции. Это «*копилка*» культуры. Роль языка может быть очевидной и скрытой диахроническими изменениями. Интересным в этом смысле является такой обычай хакасов, по замечанию профессора В.Г.Карпова, как карамчание невесты: до свадьбы жених [традиционно (диахронически) – без договоренности, сегодня (синхронически) – по договоренно-

сти] и его друзья крадут невесту. Это действие сопровождается, по традиции, преследованием родственниками, калымом со стороны жениха и приданого со стороны невесты в случае обоюдного согласия. У хакасов калым платится деньгами, а у тувинцев – как правило, скотом. Данный пример иллюстрирует диахронический конфликт культур: изменение и развитие быта приводит к изменению традиций. Таким образом, подобного рода «конфликт культур», на наш взгляд, можно назвать **«внутрикультурным»** конфликтом – конфликтом «поколений в одной культуре».

Если в русской культурной традиции (в диахронии и синхронии) девушка предпочитала (ет) выйти замуж «за богатого», а не «за бедного», то в хакасской картине мира выбор семьи невесты останавливается на том, кто «умеет держать хозяйство» (чурт тутчаң кізі), а не на том, кто его «не умеет держать» (чурт тутполбачаң кізі): невеста избиралась для карамчания из такой семьи, которая также «умела держать хозяйство», особенно если сам жених таким качеством не отличался.

Существуют же и **«межкультурные»** конфликты: у хакасов в гости ходят в любое время суток, без предупреждения. Если в доме горит свет, значит, ты не спишь, следовательно, можно зайти по любому поводу, например, просто погреться. Дверь открыта всегда. В русской языковой картине мира «приход без приглашения» тоже возможен: пригласят к столу, предложат, по крайней мере, чай. Однако, у русских культурные традиции отражаются поговоркой «Незванный гость хуже татарина», которая исторически соотносима с таким событием, как татаро-монгольское нашествие. У немцев же категорически не приняты визиты без приглашения: без предварительной договоренности, даже если гость родственник, приход в дом будет рассматриваться как нарушение культурной нормы – «Мой дом – моя крепость». В этом и состоит конфликт культур. Таким образом, данная иллюстрация показывает, что хакасская и немецкая культуры являются оппозитивными, а русская картина мира – промежуточное звено, «нивелирующее» рельефы культурных противоречий.

Еще одной хакасской традицией гостеприимства и уважения, по замечанию В.Г.Карпова, известного тюрколога, доктора филологических наук, профессора Хакасского государственного университета им. Н.Ф.Катанова (ХГУ), значится приход на любой праздник со своим «лагушонком» (бутылкой алкогольного напитка). Как только выпито все приготовленное хозяином вино, один из гостей достает свой лагушонок, и наливает по кругу всем, ни в коем случае не обходя кого-либо (это считается смертельной обидой). Тот, на ком заканчивается этот лагушонок, достает свой, и продолжает «подчивание» гостей. В любой западной культуре мира подобное поведение нельзя предположить. В русской языковой картине мира сегодня предпринимаются попытки предложить прийти в гости со своим угощением, однако, как правило, они остаются непонятыми и непринятыми: гости к таким хозяевам под разными предлогами не идут, так как подобные действия нарушают культурный код и принятые традиции гостеприимства.

Самым важным концептом в немецкой языковой картине мира является «**порядок**» (Ordnung), тогда как в русской – отсутствие одного фиксируется паремией «Авось да небось», сделать что-то «на авось». Оксюморонным представляется русское выражение «двойная сплошная линия» в правилах дорожного движения: пересечение как одной сплошной линии, так и двойной, предполагает одинаковое наказание – лишение прав от 4 до 6 месяцев. Таким образом, двойная сплошная соотносима с феноменом плеоназма, как языкового, так и неязыкового (нельзя / категорически нельзя). Немцы никогда не нарушат ПДД, русский же будет руководствоваться привычным «авось», которое, собственно, часто срabатывает.

Концепт «порядок» пронизывает всю немецкую культурную картину мира. В 1957 г. студенткой третьего курса МОПИ им. Н.К.Крупской В.А.Савченко (ныне кандидат филологических наук, профессор ХГУ им. Н.Ф.Катанова) проходила практику в детском лагере под Берлином в рамках первого в СССР обмена студентами. Впечатления были неожиданными: поражал порядок в поведении немецких детей – начищенная кремом обувь, поставленная в палатке около дверей, как дома, девочки и мальчики стирали свои мелкие вещи несколько раз в день самостоятельно.

Таким образом, «язык – объективный и неподкупный хранитель и свидетель культуры. Над ним не властны правительство, указы, соображения коммерческой выгоды или жажды власти» (С.Г.Тер-Минасова) [5]. Именно поэтому журналисты как истинные мастера речевого жанра, влияющие «своим пером» на становление и воспитание как конкретной языковой личности (в том числе – молодёжи), так и коллективной языковой личности социума, должны быть крайне внимательны и осторожны в обращении со словом. Тем более предупредительны они обязаны быть, когда обращаются к проблемам языкового и культурного планов, особенно в поликультурных регионах.

Конечно же, Андрей Березин переусердствовал, непозволительно категорично отозвавшись о хакасском языке. Он был не то, чтобы агрессивен, но безапелляционен в вопросе существования титульного для республике языка – хакасского. Как бы ни мал был народ (хакасов в Хакасии 11% от общего количества населения), он, без сомнения имеет право и на самобытность своей культуры, и на свой язык, который всегда был и остаётся, как и любой другой язык в многонациональной республике, мериллом культуры и индикатором тех процессов, которые происходят в обществе.

Литература

1. Электронный ресурс: 5 мая 2015 г.: <http://vg-news.ru/n/114335> (дата обращения 13.02.2016 г.); prokuratura-hakasii-sostava-prestupleniya-v-svobode-slova-ne-nashla/<http://vg-news.ru/n/114335> (дата обращения 13.02.2016 г.).]
2. Постановление Правительства Республики Хакасия от 09 ноября 2010 года № 571 об утверждении долгосрочной республиканской целевой программы «О развитии языков народов Республики Хакасия в 2011-2013 годах».

URL: <http://r-19.khakasia.ru/authorities/ministry-of-finance-of-the-republic-of-khakassia/common/gosudarstvennye-finansy-respubliki-khakasiya/dolgosrochnye-respublikanskije-tselevye-programmy/dolgosrochnaya-respublikanskaya-tselevaya-programma-o-razviti-i-yazykov-narodov-respubliki-khakasiya.html> (дата обращения: 13.02.2016 г.)

3. Постановление Правительства Российской Федерации от 20 июня 2011 г. N 492 «О Федеральной целевой программе «Русский язык» на 2011 – 2015 годы» (в ред. Постановления Правительства РФ от 02.04.2012 N 281). URL: http://www.programs-gov.ru/rusyazyk11_15/9-koncepciya-federalnoy-celevo-y-programmy-russkiy-yazyk-na-2011-2015-gody.html (дата обращения: 13.02.2016 г.).

4. Электронный ресурс: <http://adi19.ru/2015/06/02/skandal-s-mneniem-zhurnalista-abakanskogo-televideniya-o-hakasskom-yazyke-zakonchilsya-pshikom-prokuratura-hakasii-sostava-prestupleniya-v-svobode-slova-ne-nashla/> (дата обращения: 13.02.2016 г.).

5. Тер-Минасова С.Г. Язык. Культура. Межкультурная коммуникация. Лекции. Университет без границ. Он-лайн- курс. 16 февраля – 10 июня 2015 г.

6. Чжан На. Сравнение обычаев делать подарок у русских и китайцев // Актуальные проблемы изучения языка и литературы. Материалы III Всероссийской научной конференции. Абакан: Издательство Хакасского государственного университета им. Н. Ф. Катанова, 2003. С. 198-201.

7. Шуан Пэн. Адаптация инофона к русскоязычной студенческой среде (на примере носителя китайского языка) // Актуальные проблемы изучения языка и литературы. Материалы X Международной научной конференции. Абакан: Издательство Хакасского государственного университета им. Н.Ф. Катанова, 2014. С. 158-162.

ОСОБЕННОСТИ ВОЗДЕЙСТВИЯ ЖЕНСКИХ ГЛЯНЦЕВЫХ ЖУРНАЛОВ НА СОВРЕМЕННЫХ ЧИТАТЕЛЬНИЦ

Н.С. Писаревская,

старший преподаватель

Московский государственный институт культуры (Россия)

E-mail: n-pisarevsk@mail.ru

Аннотация. Женские глянцевого журналы, внешне соответствуя критериям качественной прессы, на деле активно транслируют и формируют ценности массового потребительского общества. Такие издания нацелены на развлечение читателя, отвлечение его от серьезных проблем, приобщение его к философии «гламура». Эксплуатируя такие особенности современных читательниц, как клиповость (обрывочность) мышления, умственное и эмоциональное напряжение

ние, потребность в «легкой» информации и развлечениях, «глянец» постепенно формирует в их сознании систему потребительских «ценностей», делая ее все более и более массовой.

Ключевые слова: женские глянцевого журналы, клиповость сознания, стиль жизни, потребительская идеология.

Summary: Women's glossy magazines, apparently matching the criteria of high quality press, in fact, actively convey and establish values of the mass consumer society. Such publications are designed to the reader's amusement, his distraction from serious problems, and adaptation to the philosophy of «glamor». By exploiting these features of modern readers as fragmentary thinking, mental and emotional stress, the need for the «light» of information and entertainment, «glossy» gradually establish in the minds of the consumer system of «values», making it more and more popular.

Keywords: women's glossy magazines, fragmentary consciousness, lifestyle, consumer ideology.

Как известно, на рубеже XIX–XX веков в системе СМИ появляются издания, названные «желтой» прессой, которые специализируются на освещении слухов, сплетен, скандалов и распространяются по доступным ценам. Если до этого СМИ были источником информации, ориентированным на просвещение образованной общественности, то теперь они превращаются в транслятор массовой информации, манипулирующей сознанием читателей. Примерно в это же время на рынке прессы появляется особая разновидность изданий, поддерживающих эту новую тенденцию, – женские журналы, которые позже получают общую характеристику «глянец» («Cosmopolitan» (1886) и другие). Особенность их в том, что внешне они соответствуют общим критериям качественных изданий, но, по сути, являются проводником и создателем того, что философы и психологи в XX веке назовут сознанием человека-массы, включаются в формирование потребительской идеологии, столь популярной в последнее время.

«Глянец» всегда полностью подчиняется вкусам и требованиям читателей, поэтому соответствует общепринятым ценностям. Если в начале XX века в женском «глянце» были востребованы такие темы, как уют в доме, кулинария, уход за детьми, модные тенденции, то на сегодняшний день эта тематика дополнилась материалами по уходу за собой, диетам, кулинарии, об отношениях с мужчинами, карьере и т.д. Кроме того, на первый план выходит рекреативная функция, а не просветительская. Вследствие постоянного умственного и эмоционального напряжения, создаваемого рутинностью, современный человек стремится не к саморазвитию, а к отдыху и развлечениям. Массовая пресса рассчитана именно на такого читателя, которому нужна развлекательная информация. При этом она описывает основные социальные проблемы доступным для масс языком. Информация подается таким образом, чтобы любой текст легко усваивался читателем.

Сегодня меняется сознание людей. Еще в 90-х годах XX века ученые стали говорить о «клиповости сознания», которое характеризуется тем, что человек мыслит конкретными образами, которые с огромной скоростью сменяют друг друга. Человек утрачивает способность к обобщению полученной информации. Вследствие клиповости мышления и сокращения интервалов внимания изменяется и профиль потребителей информации, они становятся мультизадачными и долгое время не могут фокусироваться на одном информационном источнике. Структура современного глянцевого журнала вполне отвечает этой особенности: их, как правило, не читают, а просматривают, поэтому акцент делается не на текстовом контенте, а на различных визуальных материалах. Посредством визуального представления того или иного продукта, той или иной личности «глянец» формирует у потребителя определённое видение мира. Визуальные материалы упрощают представление и восприятие информации, воздействуя непосредственно на эмоциональную сферу и на подсознание человека. Здесь появляется простор для манипуляции читателем.

Современные глянцевые журналы «на всех уровнях своей структуры – от системы рубрик до псевдолитературных произведений – формируют у своего читателя психологию и – шире – «философию» потребителя со своей системой «ценностей». Любой материал либо прямо призывает к конкретной покупке, либо «ненавязчиво» советует ее в контексте какой-то темы, либо пропагандирует образ жизни, предполагающий высокий уровень потребления» [1, с. 222]. Посредством приобщения к чтению подобной прессы человек чувствует себя ближе к элите, поскольку проникает, как ему кажется, в ее частную жизнь и косвенно становится ее участником, мысля это в качестве проявления своей свободы. В основном это касается журналов life style, к которым можно отнести, например, «Elle», «Cosmopolitan», «L'Officiel», «Harper's Bazaar», «Marie Claire» и «Vogue». Так, в письме главного редактора журнала «Elle» мы можем прочитать: «Наши представления о роскоши стремительно меняются. Вчера для меня роскошью были высоченные каблуки, сего дня — их отсутствие. Вчера меня поражал своим великолепием старинный парижский отель, а сегодня я ценю каждый солнечный день, проведенный с ребенком в деревенском доме. А сумка у меня до сих пор стоит дома на видном месте, и это настоящая роскошь – единственный экземпляр, ручная работа с вниманием к мельчайшим деталям» [2]. На шести строках текста трижды повторяется слово «роскошь», манипулятивно связываясь с вечными ценностями (солнечный день, ребенок, дом). В следующем номере редактор пишет о королях, королевах и принцессах: «...королевские апартаменты 36 кв.м. на шоссе Энтузиастов», и рекламные проспекты «мехов настоящих королей», – и завершает письмо: «Но в любом случае – берите корону, если вам ее просто дают. Прямо на входе» [3]. Так в сознание среднего человека подсознательно внедряются мысли о красивой жизни, транслируются постулаты философии гламура. А, как известно, в сознании людей идеи могут укрепиться, только переходя на бессознательный уровень восприятия: «Убеденный человек, над которым господствует какая-нибудь идея,

религиозная или другая, неприступен для рассуждений, как бы основательны они ни были» [4, с. 72].

Можно сказать, что «глянец» выступает в роли основания для идентификации себя с социально успешными слоями населения. В психоанализе идентификация связана с включением внешнего мира во внутренний мир личности (интроекцией), что обусловлено вовлечением объекта идентификации в круг внутренних переживаний личности. Это ведет к тому, что объект становится не только идеалом для подражания, а внутренним идеалом «Я», который может заменить собой «Я» реальное. Именно эту особенность психики человека и используют гляцевые журналы, внушая читателям представление об идеальной модели жизни. «...В понятии внушения, – писал В.М.Бехтерев, – прежде всего содержится элемент непосредственности воздействия. Будет ли внушение производиться посторонним лицом при посредстве слова или воздействия или оно будет производиться при посредстве какого-либо впечатления или действия, то есть имеем ли мы словесное или конкретное внушение, везде оно влияет не путем логического убеждения, а непосредственно воздействует на психическую сферу помимо личной ее сферы или по крайней мере без соответствующей ее переработки, благодаря чему происходит настоящее прививание идеи, чувства, эмоции или того или иного психофизического состояния» [5, с. 21]. У современного человека под давлением СМИ возникают двойственные эмоциональные реакции: с одной стороны его захватывают сильные эмоции, а с другой – для него характерны апатия и депрессия, возникающие вследствие несоответствия требований его внутреннего мира окружающей действительности.

СМИ навязывают современному человеку некие культурные и социальные нормы, которые он в целом одобряет и принимает, вследствие чего они становятся неотделимы от него самого, его переживаний. Таким образом, происходит процесс идентификации с навязываемыми ему ценностными ориентирами. Современные исследователи отмечают, что «усилилась тревога, вызванная обнаружившимися опасными для человеческого развития тенденциями – стремительной коммерциализацией и приватизацией медиапространства, товаризацией информационных продуктов, влекущей за собой сокращение публичной сферы, фрагментацией общества и виртуальным эскапизмом, незащищенностью от недоброкачественной информации, тотальным инфотейнментом, ослаблением традиций письменной культуры и способности к рефлексии» [6, с. 109]. К сожалению, именно современный «глянец» находится в авангарде этих тенденций.

Глянцевые журналы дифференцируются по гендерному признаку, соответственно, в зависимости от того, женский это журнал или мужской, меняется и содержание. Основным освещаемыми темами в женских журналах являются: мода, семья и дети, светская хроника, отношения между мужчиной и женщиной, кулинария, карьера, путешествия, здоровье и спорт, – рассматриваемые, как правило, сквозь призму потребительского сознания. Так, самым популярным журналом для молодых женщин считается журнал

«Cosmopolitan», в котором основное внимание уделяется статьям о моде и красоте, семейной жизни, советам об отношениях с мужчинами, карьере и т.д. Здесь можно найти материалы с привлекательно-«торговыми» названиями «Особо опасна. Сексапильный макияж» [7], рекомендации по модным тенденциям «Вскружили голову. С чем сочетать одежду из кружевной ткани» [8], рекомендации визажиста, сопровождающиеся рекламой торговой марки «Прямо с мороза. Мастер-класс от визажиста Givenchy» [9]. Женщины, попадая под обаяние светской гламурной жизни, идентифицируют себя с героинями глянцевого глянца и стремятся быть похожими на них. Однако при всей внешней привлекательности «образы в изданиях представляют не реальных людей, а унифицированные типы с модными пропорциями тела, цветом глаз и т.д. «Гламурный» тип красоты отрицает природную красоту, ориентируя потребителя модной продукции на вечную молодость» [10, с. 212]. И здесь уже акцент делается не на личной оригинальности, собственном «Я», а на подобию другим, нашему общему «Мы», принадлежности к определенной группе, в данном случае, к группе читательниц журнала, то есть, задействован феномен коллективного бессознательного, которое есть, по сравнению с личным бессознательным, значительно более сложный и обширный пласт психики. Следовательно, углубляется и манипулятивное воздействие на читательницу.

Поскольку СМИ отражают стиль жизни общества, на сегодняшний день они стали составной частью культуры повседневной жизни. Естественно, что СМИ рассматриваются как мощное средство воздействия на общественное сознание. И одно из самых эффективных «орудий» на сегодня – гляцевые журналы, демонстрирующие гламурный стиль жизни, к которому следует, по мнению их создателей и идеологов потребительского общества, стремиться читателю. Современному человеку достаточно проблематично адаптироваться к социальной жизни вследствие того, что в жизни общества происходят стремительные изменения, связанные с возрастающим потоком информации, изменением скорости жизни, ведущим к образованию совершенно нового стиля мышления, сменой ценностных ориентаций. Глянцевый журнал, развлекая и отвлекая от проблем, предлагает свою систему потребительских «ценностей», делая ее все более и более массовой.

Литература

1. Коломийцева Е.Ю. Реклама в женских журналах как инструмент маркетинговой коммуникации / Е.Ю. Коломийцева // Вестник МГУКИ. 2012. №2. С. 220-224.

Сотникова Е. Письмо главного редактора [Электронный ресурс] // «Elle». 2015. Ноябрь (№ 229). Режим доступа: <http://www.elle.ru/issue/229-11-2015/>

Сотникова Е. Письмо главного редактора. [Электронный ресурс] // «Elle». 2015. декабрь (№230). Режим доступа: <http://www.elle.ru/issue/230-12-2015/>

Лебон Г. Психология народов и масс. СПб.: Макет, 1995. С. 314.

Бехтерев В.М. Внушение и его роль в общественной жизни. СПб.: Ленинградское издательство, 2009. С.288.

Фролова Т. И. Гуманитарная повестка СМИ и стратегии ее реализации // Вестник Московского университета. 2013. Серия 10. Журналистика. № 6 С. 107-126.

Особо опасна. Сексапильный макияж. / «Cosmopolitan». // М.: «Фэшн Пресс» 2016. Февраль С. 140.

Вскружили голову. С чем сочетать одежду из кружевной ткани. // «Cosmopolitan». // М.: «Фэшн Пресс». 2016. Февраль. С. 56.

Прямо с мороза. Мастер-класс от визажиста Givenchy. / «Cosmopolitan». // М.: «Фэшн Пресс» 2016. Февраль. С.78.

Смеюха В.В. Особенности развития глянцевого женских журналов // Вестник ВГУ. 2010. Серия: Филология. Журналистика. №1. С. 209-214.

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ЖУРНАЛИСТИКА В РЕСПУБЛИКЕ ТАТАРСТАН

Л.Р. Сабирова,

кандидат филологических наук, доцент

Казанский (Приволжский) федеральный университет (Россия)

E-mail: lysabirova@yandex.ru

Аннотация: Основные переломные события в социально-экономической жизни общества отражаются в средствах массовой информации. В научной статье описаны проблемы функционирования современных специализированных экономических СМИ Республики Татарстан.

Ключевые слова: экономическая журналистика, региональная журналистика, периодическая печать.

Abstract: Major events in the socio-economic life of society are reflected in the media info. The article describes the problems of functioning of modern specialized economic media of the Republic of Tatarstan.

Keywords: economic journalism, regional journalism, periodicals.

Экономическая журналистика – это поиск, анализ и изложение информации об экономике, что позволяет любому принять верное решение для защиты своих материальных интересов [1].

Сегодня в Татарстане реализуется Государственная программа «Экономическое развитие и инновационная экономика Республики Татарстан на 2014-2020 годы» [2]. Целью данной программы является создание условий для гармоничного развития экономики Республики Татарстан и обеспечение роста уровня жизни населения, но, к сожалению, эта цель никак не связывается напрямую с ролью СМИ в инновационной экономике.

Есть факторы, которые препятствуют реализации хороших бизнес-идей на татарстанском рынке экономической журналистики. Среди них есть те, которые особенно выделяются:

- зависимость от пиар-служб основных рекламодателей;
- отсутствие доступа к фактической базе отраслей экономики;
- слабая профессиональная подготовленность журналистов, освещающих экономическую тематику;
- «продажность» журналистов, связанных с экономической тематикой, манипуляция возможностями издания в личных целях.

Принятый в 1991 году Закон РФ о средствах массовой информации положил начало деятельности масс-медиа в качестве медиабизнеса [3]. В эти же годы происходят изменения и в аудитории СМИ, возникают новые группы читателей – представители малого, среднего и крупного бизнеса, управленческих структур. Появляются новые типы средств массовой информации. Например, в Татарстане в течение почти двух десятилетий успешно функционировала экономическая газета «Время и деньги», хотя в последние годы она лишилась бумажной версии из-за финансовых трудностей (см.: <http://www.onlinegazeta.info>).

Что касается печатной и радио-, телевизионной сферы, то чисто экономическая журналистика присутствует лишь в области корпоративных СМИ. В Татарстане ярким примером функционирования корпоративной журналистики, имеющей большое влияние на широкий круг аудитории, можно считать деятельность изданий и электронных масс-медиа ОАО «Татнефть» [4].

В настоящее время в республике успешно выходят и функционируют научные экономические журналы. Например, «Казанский экономический вестник». Он регулярно публикует оригинальные научные результаты в области экономики [5]. Журнал зарегистрирован в Федеральной службе по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций. Свидетельство о регистрации ПИ № ФС77-48457 от 31 января 2012г. Примерная тематика журнала – образовательная, информационная; научные публикации в области экономики, финансов, менеджмента. Журнал издается в печатной форме с периодичностью 6 номеров в год. Таких научных журналов в Татарстане несколько: «Вестник экономики, права и социологии»; «Современное искусство экономики»; «Территориальная экономика»; «Управление человеческими ресурсами»; «Вестник Казанского юридического института МВД России». Вышеперечисленные журналы имеют общую тематику: экономическая, информационно-аналитическая, социально-экономическая и научно-практическая.

На страницах межрегиональной деловой газеты «Бизнес-Класс Современность» (учредитель – ООО Издательский дом «Медиа-Регион» г.Набережные Челны) можно встретить обзоры финансовых рынков, топливно-энергетического комплекса, рынка ценных бумаг, недвижимости, производства, строительства, рынка услуг.

Все же экономическая журналистика Татарстана продолжает активно развиваться, прежде всего, в сегменте интернет-СМИ. Эффективное использо-

вание сетевого пространства позволяет редакциям выполнить множество поставленных задач. Например, газета «Бизнес-online» – одно из ведущих деловых и влиятельных СМИ республики. (см: <http://www.business-gazeta.ru>) [6].

«Электронный экономический вестник Татарстана / Electronic Economic Newsletter of the Republic of Tatarstan» сегодня является открытым, общедоступным ресурсом, рассчитанным как на предпринимателей, так и на экономистов и финансистов. Целью данного электронного ресурса является максимально оперативное, точное и полное отражение экономической ситуации в РТ в ее динамике. Вестник публикует новые законы, поправки и комментарии к ним, нормативные акты и пр. официальную информацию, касающуюся экономической сферы, проводит мониторинг профильных информационных потоков (см: <http://cpei.tatarstan.ru/rus/vestnik.html>) [7].

На сайте «Агентства информации и деловых коммуникаций» (см: <http://aibcum.ru>) можно встретить очень интересные статьи на тему бизнеса и экономики [8], а «Информационное агентство Девон» в основном освещает деятельность нефтегазовой отрасли, как указано на портале «нефтяные новости Волги и Урала» (см: <http://iadevon.ru>) [9]. На территории Татарстана работают еще и такие информационные агентства как: АЛ-ИНФОРМ, Агентство деловой информации и PR-проектов «Евразия – Центр», Город Казань KZN.RU, Поволжское бюро «Российской газеты» – агентство PR-Союз.

Управление Роскомнадзора по Татарстану сообщило о регистрации радиоканала «Бизнес ФМ Казань», но сроки запуска еще не известны. Business FM позиционирует себя как первое деловое радио в России. Вещание осуществляется в 10 городах страны.

Современный этап развития сферы масс-медиа России характеризуется обилием экономических изданий, телерадиопрограмм. Однако в Республике Татарстан экономическая журналистика активно функционирует лишь в сегменте интернет-ресурсов и как корпоративная пресса. Важной задачей сегодня является усиление роли журналистики в реализации инновационной экономики региона.

Экономическая журналистика в сегодняшних условиях не может называться журналистикой как таковой, потому, что на тематическом уровне она практически полностью формируется пресс-службами предприятий и различных ведомств. С точки зрения содержательной концепции СМИ Татарстана находятся в ситуации, когда они сориентированы в основном на «ленту происшествий», нежели на системное осмысление экономических процессов, происходящих в целом в стране и в регионе.

Многие журналисты не пишут на экономические темы, ссылаясь на то, что это интересно лишь узкому кругу читателей, но так говорят лишь те, которые не умеют писать на экономические темы. Писать об экономике республики, образовывать и просвещать население гораздо сложнее, нежели освещать культурную деятельность или спекулировать на политических скандалах.

Экономическая журналистика должна перестать быть собранием отдельных экспертов, которые пишут весьма сложные и длинные статьи для таких же отдельных продвинутых лиц. Экономическая пресса должна быть популярна и доходчива.

Трудность заключается еще в том, что недостаточно компетентны теоретики-журналисты в вопросах экономики и одновременно мало профессионалов теоретиков-экономистов в вопросах теории журналистики. Эти же обстоятельства могут препятствовать высококвалифицированному преподаванию дисциплины «Экономическая журналистика» и в университетах. Только совместная научная и преподавательская деятельность журналистов и экономистов может послужить толчком для развития данного научного направления. Если теория журналистики должна отвечать на вопросы, касающиеся коммуникативистики, то экономическая теория, экономическая социология и экономическая психология призваны сказать свое слово при разработке проблематики экономической журналистики [10].

Литература

1. Добрецева Н.Н. Оружие против бедности. URL:<http://www.dobreceva.com/economic-journalism.php> (дата обращения: 29.10.15).
2. Министерство экономики Республики Татарстан URL: http://mert.tatarstan.ru/Economic_development_and_innovative_economy_of_Tatarstan_for_2014_2020.htm (дата обращения: 20.05.16).
3. Демина И.Н. Экономическая журналистика: проблемы научного и кадрового обеспечения // Известия Иркутской государственной экономической академии. №3. 2011. С.186-189.
4. Тухватова А.Р. Особенности развития и функционирования региональных корпоративных СМИ: на примере деятельности изданий и электронных масс-медиа ОАО «Татнефть»: дис. ... канд. филол. н. Казань, 2007. 166 с.
5. «Казанский экономический вестник» КГФЭИ» URL: <http://kpfu.ru/science/nauchnye-izdaniya/kev> (дата обращения: 20.05.16).
6. Газета «Бизнес-onlain». URL: <http://www.business-gazeta.ru> (дата обращения: 29.10.15).
7. «Электронный экономический вестник Татарстана». URL:<http://cpei.tatarstan.ru/rus/vestnik.html> (дата обращения: 20.05.16).
8. Зарипов И.А. «Икътисад» – первый российский журнал по исламской экономике // Филология и культура. 2013. No 1 (31). С.193-197.
9. «Информационное агентство Девон» URL: <http://iadevon.ru> (дата обращения: 20.05.16).
10. Демина И.Н. Экономическая журналистика: проблемы научного и кадрового обеспечения URL:<http://psibook.com/sociology/ekonomicheskaya-zhurnalistika-problemy-nauchnogo-i-kadrovogo-obespecheniya.html> (дата обращения: 20.05.16).

КНИГА ВОСПОМИНАНИЙ УЧЕНОГО-ЕСТЕСТВОИСПЫТАТЕЛЯ КАК СРЕДСТВО ГУМАНИЗАЦИИ ЕСТЕСТВОЗНАНИЯ

И.С. Соколова,

кандидат филологических наук, доцент
Московский государственный университет печати
имени Ивана Федорова (Россия)
E-mail: irso@yandex.ru

Аннотация. Выявлены типологические черты изданий воспоминаний работающих в естественнонаучных областях ученых, позволяющие рассматривать такие издания как средство гуманизации естествознания.

Ключевые слова: гуманизация, естественные науки, воспоминания, ученые, научно-популярные издания, чтение.

Summary. The article shows the typological features of memoirs of the scientists working in the natural-science areas and these memoirs allow considering such issues as means of a humanization of the natural sciences.

Keywords: humanization, natural sciences, memoirs, scientists, popular scientific issues, reading.

В массиве современных изданий можно выделить не столь значительную по числу названий и тиражам, но весьма специфическую по типологическим признакам группу изданий, представляющих собой публикацию воспоминаний известных ученых, работающих в области естественных наук. Специфичность тут заключается в соединении в одном издании элементов естественнонаучных знаний с их объективностью и гуманитарной составляющей, несущей субъективность индивидуального, личностного восприятия событий, сопровождавших получение новых естественнонаучных знаний, или субъективность прогнозов на будущее, а также субъективность формы, в которой выдающийся ученый выражает свои мысли. В подобных изданиях «онтология физического мира» соприкасается с «онтологией гуманитарного мира» [1, с. 110]. И в этом соприкосновении можно усмотреть возможности гуманизации естествознания, когда человек оказывается не выведенным за пределы естественнонаучного дискурса, а становится его центром.

Современная эра развития естествознания – это время «без героев», время коллективности научно-исследовательской деятельности, когда даже к самому заметному открытию по праву причастны сразу многие люди. «...В настоящее время эпоха ученых исследователей «Ломоносовых», «Менделеевых» проходит окончательно, – пишут Г.И.Егорова и А.Н.Егоров, – так как ученый становится все более узкопрофессиональным» [2, с. 25]. И в этих условиях отдельная личность подчас стремится заявить о себе не только благодаря научно-исследовательской деятельности, но и с помощью написания и опубликования воспоминаний.

Рассмотрим два издания, в рамках которых публикуются воспоминания ученых, работающих в сфере естественных наук. Одно из них – «Избегайте занудства: Уроки жизни, прожитой в науке» лауреата Нобелевской премии по физиологии и медицине 1962 года Джеймса Уотсона (пер. с англ. М.: Астрель: CORPUS, 2010). На примере следующего отрывка из данного издания покажем, как тесно соединяются естественнонаучные и социокультурные начала даже в таком небольшом фрагменте:

«Исследования рибосом к тому времени показывали, что их структура намного сложнее, чем мы предполагали, и Альфред Тиссьер убедил специалиста по химии белка, валлийца Юэна Харриса, на время приехать к нам из Кембриджа, чтобы помочь с этой работой. Поначалу мы считали, что на молекулярном уровне рибосомы устроены так же просто, как небольшие вирусы растений. Но первый же анализ концевых групп аминокислот, проведенный Юэном, показал, что рибосомы содержат намного больше белков, чем он мог успешно разделить, пользуясь доступными тогда методами. В связи с этим остаток весны он искал утешения, пробуя еще не знакомые ему сорта американского пива» (с. 195).

Второе издание – «Расшифрованная жизнь: Мой геном, моя жизнь» Крейга Вентера, известного успехами в области расшифровки генома человека (пер. с англ. М.: БИНОМ. Лаборатория знаний, 2015. (Universum)). Цитата из этого издания демонстрирует сопряжение универсального (законов и закономерностей естественных наук) и уникального (жизни конкретного человека):

«Мы только начинаем понимать, как высокоактивные эмбриональные клетки – стволовые клетки, создают разнообразные комбинации генов для формирования около двухсот типов узкоспециализированных клеток в организме, таких, как нервные и мышечные клетки, которые, в свою очередь, образуют такие органы, как мозг и сердце. Но в общем мы действительно знаем, что именно последовательность расположения букв в ДНК (воплощенная в клетке с помощью более древней генетической молекулы РНК – рибонуклеиновой кислоты) и есть секрет того, как создать, в моем случае, одного конкретного Крейга Вентера» (с. 14).

Обратим внимание на то, что оба издания являются переводными. Для естественных наук в отличие от наук гуманитарных характерна интернациональность, и, как пишет О.В.Михайлов, если «их предмет исследования и объекты в принципе одинаково интересны исследователям независимо от их принадлежности к тому или иному народу и государству (к примеру, закон всемирного тяготения Ньютона – он и в Африке закон), то весьма значительная часть изысканий в сфере гуманитарных наук носит ярко выраженный национальный характер и, как правило, интересна лишь исследователям-гуманитариям той страны и (или) народа, с которыми она связана» [3, с. 276]. Отсюда следует и вывод об универсальности интереса со стороны читателей разных стран к произведениям-воспоминаниям крупных ученых, работающих в сфере естествознания.

В современных условиях жизнь и деятельность ученого, занятого в естественных науках, попадает в поле внимания средств массовой информации в основном тогда, когда существует возможность рассказать о сенсации, иногда ложно понимаемой СМИ. Так, В.В.Хорольский подчеркивает: «Массовая культура не может глубоко анализировать научный дискурс, но может его популяризировать, привлекая внимание не столько специалистов, сколько широкой публики. И это – один из парадоксов эпохи: масскульт, стремясь к коммерческому успеху, пропагандирует не только «настоящие груди» какой-нибудь Семенович, но и успехи космонавтов и нанотехнологов, а «желтая» пресса с одинаковым вниманием следит за достижениями артистов эстрады и ученых, ведь всюду есть шанс для открытий и сенсаций» [4, с. 351]. Публикация воспоминаний самих ученых дает возможность заинтересованному читателю иметь «информацию из первых рук», пусть и с определенной временной задержкой. Однако важно тут то, что человек, познакомившийся с подобным изданием, не только получит представление о конкретном ученом и его вкладе в развитие определенной отрасли науки, не только расширит свои естественнонаучные знания в этой отрасли, но и с большой степенью вероятности будет и в дальнейшем следить за публикациями в русле этой темы.

Издания, представляющие собой публикации воспоминаний ученых, можно отнести к числу научно-популярных. Уточним, что научно-популярные издания по естественным наукам могут быть адресованы читателям разных групп. «Под научной... популяризацией (или – популяризацией науки) в настоящее время понимается процесс распространения научных знаний в современной и доступной форме для широкого круга людей (*имеющих определенный уровень подготовленности для получения информации* (курсив наш. – И.С.))», – указывает Е.Е.Макарова [5, с. 98]. Воспоминания ученых, как правило, значительно более доступны, понятны и занимательны по сравнению с научно-популярными изданиями, раскрывающими исключительно естественнонаучную проблематику и предназначенными хорошо подготовленным в соответствующей области читателям (например, специалистам из смежных отраслей). Воспоминания ученых имеют куда более широкую читательскую аудиторию, и далеко не каждый из состава этой аудитории прочтет все научно-популярные издания, относящиеся к теме. Однако, как считал В.Л.Гинзбург, «образованный человек должен знать не только имена авторов «Евгения Онегина» и «Войны и мира», но и иметь достаточно обширные представления о строении вещества (физика) и живых организмов (биология)» [6, с. 31]. Книга воспоминаний ученого-естествоиспытателя дает хороший шанс через личное, индивидуальное, социальное и культуральное знание приобщиться к знанию собственно естественнонаучному во всей его универсальности.

Сегодняшняя социокультурная ситуация часто вынуждает человека читать только лишь с прагматическими целями. «Человек научается использовать навык чтения для получения информации, – замечает Г.Ю.Любарский, – он просматривает тексты, выискивая в них то, что ему надо в соответствии с по-

ставленными целями – профессионального роста, служебной карьеры, научного исследования, да в конце концов даже для отдыха и расслабления – это тоже может быть прагматической целью на каком-то этапе» [7, с. 60]. Проблема чтения научно-популярных изданий по естествознанию для расширения кругозора, для формирования научного мировоззрения стоит весьма остро. В связи с этим чтение воспоминаний ученых, написанных как захватывающий роман, нередко и с юмором, способно, по нашему мнению, оказывать положительное воздействие на развитие чтения научно-популярных изданий естественнонаучной тематики в целом. Сегодня чтение нередко рассматривается с позиций гедонизма. М.Ю.Гудова пишет: «Среди востребованных навыков чтения выделяются навыки чтения-наслаждения. Это смакующее и избирательное чтение, в котором утверждается идентичность читателя-отдыхающего, читателя-наслаждающегося во всем спектре его социокультурных функций и ролей» [8, с. 42]. Интересно написанные воспоминания ученого, способные вызывать яркие эмоции, могут быть объектом чтения-наслаждения.

Надо признать, что с научно-популярными изданиями естественнонаучной тематики, в том числе и с воспоминаниями ученых, ныне конкурируют разнообразные интернет-ресурсы (сайты, блоги, влоги и т. д.). «...Монополия на научное знание быстро подтачивается Интернетом – этим безграничным хранилищем всевозможных сведений. ...новые медиа создали спрос на «хипстерскую науку», интегрированную в программные платформы для смартфонов и «нарезанную» небольшими порциями в формате увлекательных видеороликов, – отмечают Р.Н.Абрамов и А.А.Кожанов. – Быть ученым сегодня – это модно, это значит работать в хакерском пространстве и выкладывать фотографии лабораторных экспериментов и оборудования в Instagram. Образ дружеской любной науки сменился образом гражданской и fan-науки, где границы между научным и ненаучным знанием размыты и медийная составляющая оказывается порой более важной, нежели научная» [9, с. 47]. Эту особенность стоит учитывать при подготовке к публикации воспоминаний ученых и других научно-популярных произведений, обеспечивая указание ссылок на связанные семантически интернет-ресурсы, что дает возможность создавать единое информационное пространство, формируемое различными носителями.

Рассматривая книгу воспоминаний ученого-естественника как одно из средств гуманизации естественнонаучного знания, можно использовать понятие «естественнонаучная культура» и опереться на метод понимания культуры как метод гуманитарного познания. Понимание, как полагают С.М.Богуславская и В.А.Любичанковский, «включает вживание в изучаемую культуру, понимаемую как единство гуманитарной и естественнонаучной ее составляющих, посредством чтения и изучения возможно более широкого круга документов культуры, а также знакомства со всем, что к ней относится. Исследователь мысленно ставит себя на место людей изучаемой культуры» [10, с. 17]. По отношению к изданию воспоминаний ученого читатель выступает своеобразным

исследователем естественнонаучной культуры во всех ее богатстве и полноте, хотя и обращается всего лишь к одному «документу» этой культуры.

Литература

1. Кривых Л.В. Коммуникация: человек как «текст» // Противоречие и дискурс. М.: ИФ РАН, 2005. С. 108-122.
2. Егорова Г.И., Егоров А.Н. Микро- и макроконтест научной деятельности ученого-исследователя // Вестник ТОГИРРО. 2015. №1. С. 25-28.
3. Михайлов О.В. О различиях в оценке качества научной деятельности в естественных и гуманитарных науках // Вестник Казанского технологического университета. 2012. Т. 15, №9. С. 276-278.
4. Хорольский В.В. Популяризация науки в зарубежной публицистике рубежа XX-XXI вв. // Информационное поле современной России: практики и эффекты: материалы Двенадцатой Междунар. науч.-практ. конф. Казань: Казан. ун-т, 2015. С. 348-355.
5. Макарова Е.Е. Популяризация науки в Интернете: содержание, формы, тенденции развития // Вестник Московского университета. Сер. 10 «Журналистика». 2013. №2. С. 98-104.
6. Гинзбург В.Л. Наука и религия в современном мире // Гинзбург В.Л. Об атеизме, религии и светском гуманизме. М.: Российское гуманистическое о-во, 2008. С. 26-32.
7. Любарский Г.Ю. Новый наряд Гутенберга. М.: КМК, 2015. 166 с.
8. Гудова М.Ю. Чтение в эпоху постграмотности: культурологический анализ: автореф. дис. ... д-ра культурологии. Екатеринбург, 2015. 51 с.
9. Абрамов Р.Н., Кожанов А.А. Концептуализация феномена Popular Science: модели взаимодействия науки, общества и медиа // Социология науки и технологий. 2015. Т. 6, №2. С. 45-59.
10. Богуславская С.М., Любичанковский В.А. Методологическое обоснование парадигмы единства гуманитарной и естественнонаучной составляющих культуры личности // Вестник Оренбургского государственного университета. 2009. № 4. С. 14-18.

МИССИЯ – БЫТЬ ЖУРНАЛИСТОМ: К ПОРТРЕТУ Ю.П.ЩЕКОЧИХИНА

Д.А. Фомина,

аспирант

Московский государственный университет им. М.В.Ломоносова (Россия)

E-mail: npoctodasha@mail.ru

Аннотация. В статье раскрываются основы профессиональной карьеры известного журналиста Ю.П.Щекочихина. Он внес большой вклад в жизнь российского общества, показав важные проблемы, тормозившие его развитие (ошибки в экономике, нарушение законов, зарождение организованной преступности и пр.). Его творчество стало образцом профессионального мастерства и выполнения миссии журналиста в обществе.

Ключевые слова: Ю. П. Щекочихин, профессиональное мастерство, миссия журналиста.

Summary. The article describes the fundamentals of the professional career of famous journalist Y.P. Shchekochikhin. He made a great contribution to the life of the Russian society by showing important issues which inhibited its development (the errors in the economy, violation of laws, the emergence of organized crime, etc.). His work became a model of professional mastery and the journalist's mission in society.

Keywords: Y.P. Shchekochihin, professional excellence, the mission of the journalist.

В 2016 году выдающемуся журналисту, писателю, общественному деятелю, политику Юрию Щекочихину исполнилось бы 66. Его имя стало символом честности, бескорыстия, профессионального мужества и человеческого достоинства. В памяти читателей он навсегда останется легендарным командиром «Алого паруса», непримиримым бойцом с организованной преступностью, обличителем взяточников и коррупционеров, а в памяти близких и друзей «не исправленным жизнью романтиком, азартным, наивным, хоть и рано поседевшим» [1].

Свою журналистскую деятельность Щекочихин начал в 17 лет корреспондентом газеты «Московский комсомолец». С Павлом Гутинтовым они выпускали полосу «Сверстник», предназначенную для молодежи. Тогда там работали Гладилин и Амлинский, заходили молодые Евтушенко, Вознесенский, Глазков, Слуцкий. Юрий Петрович так писал об этом времени: «В «Московском комсомольце» и вокруг него собрался народ талантливый, хулиганистый на слово, свободолюбивый, насмешливый и, конечно же, нищий. А потому и мир, который вонзался в меня, оказался не расчетливым, и не тупым, и не холопским. В общем, мне повезло. Но думаю, не только в том, что оказался в ТЕХ обстоятельствах и именно в среде ТЕХ людей: еще и в ТОМ времени» [2]. ТО время и ТЕХ людей, которые были свидетелями его первых шагов в журнали-

стике, Щекочихин всегда будет вспоминать с теплотой и нежностью, многие из них останутся его верными друзьями до конца жизни.

В 1972 году Щекочихин приходит в школьный отдел «Комсомольской правды». В большой и достаточно суровой газете неожиданно родилась идея сделать приложение для подростков. Подобных «газет в газете» существовало на тот момент немало, но основное отличие предполагалось в том, что подростка на страницах не будут ругать и воспитывать, а наоборот, будут поддерживать и принимать его точку зрения. До появления Щекочихина приложение отвечало условиям времени: в меру политизированное, романтическое, с восторженными, несколько фальшивыми интонациями. Щекочихин совершил революцию. Под «Алым парусом» стали плавать отнюдь не романтические Греи, а реальные подростки, с реальными проблемами. Он поднимал шокирующие советскую общественность темы: наркомания, подростковая преступность, футбольные фанаты. Его корреспондентами были его ровесники, он давал им возможность говорить, и они говорили правду.

Среди тех, кто начал свою профессиональную деятельность в «Алом парусе», много сегодняшних известных журналистов: Андрей Максимов, Борис Минаев, Елена Саркисян. Его ученик – журналист Андрей Мальгин так вспоминает работу с Щекочихиным: «Обстановка в «Алом парусе» была замечательная. Свободолюбивая. Скажу, например, что за год, что я там тусовался, я услышал политических анекдотов, наверное, больше, чем за все годы перестройки. Однажды мы оказались с ним в отделе вдвоем. Ему стало скучно, через минуту он вышел и потом вернулся в сопровождении долговязого рыжего парня. «Познакомься, Андрей, это журналист Василий Песков». У меня захватило дух. Разумеется, это был розыгрыш, но я этого не понял. Пескова тогда по телевизору не показывали, но он был уже всесоюзно известным. Представляю, какое я им тогда доставил удовольствие своим простодушием. «Беседа с Песковым» затянулась, я так и не раскусил подвоха» [3].

Щекочихина обожали те, кто писал для «Алого паруса» и те, кто его читал. «Алый парус» стал новым словом в отечественной журналистике, задавшим новый тон в разговоре с подростком. По всей стране стали выходить похожие газетные полосы. В адрес «АП» приходили миллионы писем. В 1980 году в «Литературную газету» Щекочихин пришел уже известным журналистом. Он стал самым молодым специальным корреспондентом газеты, занимаясь уже привычными ему темами о «противоречивой природе подростковых нарушений» [4]. Вскоре Юрий Петрович возглавил отдел расследований «Литературной газеты». О 80-х Щекочихин вспоминал как о самых удачливых годах его жизни: востребован как журналист, реализован как писатель, в середине 80-х начали выходить его книги, в театрах разрешали постановки по его пьесам, снимались фильмы по его сценариям. Огромный общественный резонанс получил очерк 1983 года «После шторма», который рассказывал об одесском курсанте Николае Розовайкине, который в одиночку пытался бороться с финансовыми махинациями в родном училище. После публикации очерка были сняты

с должностей прокурор области, начальник управления КГБ и начальник управления внутренних дел. Редакционный телефон разрывался от звонков, а кабинеты были завалены мешками писем. Щекочихину писали со всех концов «свободного и нерушимого», видя в нем защитника и последнюю инстанцию в поисках правды.

По одному из таких писем в 1985 была написана пронзительная статья «На качелях» о том, как уважаемый пенсионер застрелил ребенка. По признанию коллег, этот материал стал точкой отсчета для «большого журналиста Щекочихина». Писатель, публицист Леонид Жуховицкий вспоминал: «Вот тут я понял, впервые, что больше чему-то учить Юру я не могу. Потому что то, как он посмотрел на проблему – я не смотрел. Вот это уже: Пришел человек, с абсолютно своим взглядом, человек другого поколения. Человек застрелил подростка, абсолютно ни за что. И вот: а действительно, за что стрелять в подростка? И Юра написал, что мы вообще воспринимаем подростков, как врагов. Вот, как такого парня, который в твою дверь постучался, можно просто в него выстрелить. Мы их боимся, мы их не знаем, мы их не понимаем. Это была статья-открытие, статья-прозрение. И потом у Юры уже пошли, почти подряд эти статьи-прозрения. И должен сказать, что он смотрел гораздо дальше нас» [5].

Наверное, самые знаменитые публикации XX века – «Таежный тупик» Василия Пескова и «Лев прыгнул» Юрия Щекочихина. На первый взгляд у таких разных материалов нет ничего общего: разная проблематика, герои, повод для выступления. Их роднит смелость и безоговорочное следование журналистскому долгу их авторов. Говорить людям правду, открывать глаза на происходящее, когда взор затуманен идеологической пропагандой или обманом, напоминать о простых человеческих истинах. Благодаря Пескову мы знаем Лыковых не как мракобесов и религиозных фанатиков, а людей, имеющих право самим выбирать свой жизненный путь. До него об этой семье писали очень много, но именно Василий Михайлович рассказал их человеческую историю, и, в этом смысле, он первый. Благодаря статьям «Лев готовится к прыжку» и «Лев прыгнул» Щекочихина, в 1988 году все узнали о существовании в стране организованной преступности.

В стране, где существовал социалистический строй, идеология которого отвергала всякую возможность появления таких неблагоприятных явлений. По теории идеологии марксизма-ленинизма такого быть не могло! Легендарное интервью с полковником милиции А.И.Гуровым произвело эффект разорвавшейся бомбы. Именно Щекочихин первым употребил слово «мафия». Это интервью сделало знаменитыми Гурова, который вскоре стал начальником 6-го управления МВД СССР (по борьбе с организованной преступностью), а Щекочихину принесло мировую известность и еще большую читательскую любовь. Тема организованной преступности станет сквозной во всем творчестве журналиста.

В коллектив «Новой газеты» Щекочихин пришел в 1996 году, где возглавил отдел журналистских расследований. Как писал в то время А.А.Тертычный, «отдел расследований, существующий в редакции со дня её основания, являет-

ся – без преувеличения – гордостью и главным «силовым ресурсом» газеты» [6]. Публикации Ю.П.Щекочихина всегда были яркими и актуальными. Он писал о братках в спортивных костюмах, «солнцевских», о беспределе банды «слонов» в Рязани и их милицейских крышах, много писал о чеченской войне, о фондах поддержки разных силовых структур и, наконец, о коррупции в высшей власти с перечислением имен, чинов и званий. Громкие дела последних лет, связанные с отмыванием денег через «Бэнка оф Нью-Йорк», дело о «Трех китах» затрагивали интересы людей самого высокого уровня. Юрий Петрович поднимал самые острые, запутанные, опасные темы современности. Возможно, именно поэтому в 2003 году Щекочихина не стало.

В 2013 году Сергей Соколов написал статью «Мы ставим точку», в которой с горечью констатировал: «10 лет назад умер Юрий Щекочихин. Мы знаем — это убийство, но доказать это теперь невозможно, потому что долгие годы прокуратура делала все, чтобы исчезли следы преступления» [7]. Вопросов в этой истории больше чем ответов. Ясно только одно, что мы потеряли одного из лучших журналистов современности, и по иронии судьбы даже его гибель стала предметом для излюбленного жанра Юрия Петровича – расследование. «Журналистика – это не профессия, это образ жизни» – любил повторять Юрий Щекочихин. Сегодня очень важно говорить о тех, для кого профессия была жизнью.

Несмотря на то, что жизнь и профессиональная деятельность Юрия Щекочихина оборвалась 12 лет назад, его имя и слово живо до сих пор, потому что слово его всегда становилось делом. Десятки возбужденных уголовных дел, громкие отставки, спасенные пленные в Чечне – вот реальные действия его слова. «Меня научили никого не обманывать и ничего не бояться» – сказал Юрий Петрович в интервью студенческой газете «Alma Mater» [8]. Возможно, в наше время эта фраза не претендовала бы на парадоксальность и точно не была бы вынесена в заглавие. Но исторический контекст эпохи «лихих 90-х» наполнял ее совсем другим содержанием. Было ли это его профессиональным кредо? Пожалуй, да! И именно самоотверженное следование этим простым, как кажется, принципам сделало Юрия Петровича не только большим журналистом, но и «большим» человеком. Личности масштаба Щекочихина дают толчок развитию журналистики, задают более высокую планку для журналистов, повышая доверие общества к СМИ. Они заметно влияют на общественное развитие, ставя и анализируя самые острые проблемы настоящего.

Литература

1. Гутионтов П. Не все резко. М., 2013. С.167.
2. Щекочихин Ю. Однажды я был... С.-П., 2006. С. 41.
3. Мальгин А./ <http://avmalgin.livejournal.com/3882371.html>
- Гамаюнов И. Дорога к гласности. Опыт 80-х. // Литературная газета. 2009., №17.

4. Книжное казино: Памяти Юрия Щекочихина. // Эхо Москвы. 15.08.2004.
5. Тертычный А.А. Расследовательская журналистика.- М.: Аспект Пресс, 2002. С.62.
6. Соколов С. Мы ставим точку// Новая газета. 2013 №71.
7. Филиппова Ю. Юрий Щекочихин: Меня научили никого не обманывать и ничего не бояться// Новая газета.2003. №58.

«ПОРТРЕТ» ЧЕЛОВЕКА В РАЙОННОЙ ПРЕССЕ (НА ПРИМЕРЕ ГАЗЕТЫ «НИВА»)

П.Н. Хамидуллина,
студентка

Хакасский государственный университет им. Н.Ф. Катанова (Россия)

E-mail: 657polina@gmail.com

Научный руководитель: кандидат исторических наук, доцент **Ю.Б.Костякова**

Аннотация. В статье проанализировано содержание районной газеты «Нива», выявлены особенности изображения в ней «портретов» жителей района. Дана оценка такой форме обратной связи редакции со своей аудиторией и практике привлечения к созданию портретных материалов внештатных авторов.

Ключевые слова: «портрет», районная пресса, аудитория, внештатное авторство.

Summary: The article analyzes the content of the regional newspaper «Niva», the peculiarities of the image in her «portraits» of the inhabitants of the area. Author evaluates its form of feedback with the audience and the practice of bringing to the creation of portraits materials freelance writers.

Keywords: «portrait», regional press, audience, freelance authorship.

Важной особенностью районной прессы, отличающей ее от региональных и центральных изданий, является особое внимание к изображению людей – жителей района. Их «портреты» могут иметь форму материалов разных жанров. Но при этом главный акцент всегда делается на заслугах человека или группы людей, которые живут сейчас или жили раньше, на их судьбах.

Районная газета существует в границах конкретного района и ориентирована только на его население. Л.Н.Кислая полагает, что от других видов изданий районную прессу отличает: универсальность по функциям и тематике; преобладание сообщений о местных событиях, «своих» героях – простых людях, живущих рядом; большая степень информационного и организационного взаимодействия с муниципальной властью, что в целом также свидетельствует о

близости и к этому сегменту аудитории [1, с. 23]. Поэтому особо важным в деятельности «районки» является изображение людей, создание их «портретов».

Для читателей районное издание является общественной приемной, советчиком, информационным помощником. Местная газета непременно стремится к налаживанию близких и доверительных связей со своими читателями. Поэтому главную особенность редакционной политики районного издания составляет упрочнение тесного и двустороннего контакта с аудиторией.

Н.А.Павлушкина, проанализировав ряд существующих в теории журналистики определений аудитории, предложила понимать под ней «совокупность читателей массовой газеты, регулярно использующих массовую газету в качестве источника информации, включенных в процесс восприятия информационного дискурса и вступающих в контакт с этим источником» [2, с. 14-15]. Следовательно, чтобы привлечь внимание читателя, местной прессе нужно публиковать интересные материалы и работать с внештатными авторами. Действенными, на наш взгляд, «специальными методами диалога с читателем, максимально приближенного к условиям непосредственной коммуникации» являются регулярная публикация материалов, посвященных жителям района, и привлечение к их подготовке внештатных корреспондентов.

Для того чтобы выяснить, насколько активно районная пресса использует «портреты» людей, как форму взаимодействия со своей аудиторией, мы проанализировали содержание газеты «Нива», выходящей в Ермаковском районе Красноярского края [3]. Газета существует с 1935 года. За это время неоднократно менялись ее название, формат, тираж, периодичность. Но при этом она всегда оставалась для ермаковцев своей «районкой», в том числе и благодаря тому вниманию, которое она оказывает своими читателями.

Мы провели анализ 20 номеров газеты «Нива» за 2015 год и выявили 35 портретных публикаций о жителях района. В одном номере газета печатает в среднем 2-3 материала о тружениках села. Подавляющее большинство таких материалов создано в жанре портретной зарисовки. Этот жанр традиционен и наиболее приемлем для районной газеты, поскольку не обладает большим объемом (например, как очерк), но, в то же время, позволяет раскрыть личность человека и привести достаточное количество фактов из его жизни и трудовой деятельности. За исследуемый период авторы дважды использовали жанры репортажа, очерка, интервью. Жанр одного из материалов был нами обозначен как «коллективный портрет». Чаще всего объем публикаций составляет 150-350 строк (от четверти до половины полосы формата А3).

Героями материалов о жителях района становятся преимущественно персоны, то есть автор выбирает в качестве героя одного человека, посвящая весь материал ему. Всего таких публикаций мы насчитали 26. Героями девяти материалов являлись трудовые коллективы. Возможно, причиной этому служит то, что для авторов изображение одного человека проще, чем описание заслуг целого коллектива. При выборе персонажей публикаций соблюдается гендерное равноправие. Женщины и мужчины становились героями материалов равное

количество раз (соответственно 12 и 13). В пяти публикациях, преимущественно о трудовых коллективах, героями являются как мужчины, так и женщины. В основном, персонажами материалов становятся люди среднего и старшего возрастов.

Большая часть публикаций о ермаковцах подготовлена внештатными корреспондентами. Всего нами был выявлен 21 внештатный автор. Среди них: руководитель Ермаковского школьного лесничества, заместитель директора центра туризма, краеведения и экологии «Ермак», директор и работники Детской школы искусств, заведующая отделом Ермаковской централизованной библиотечной системы, председатель профсоюзного комитета межшкольного учебного комбината. Некоторые из них сотрудничают с газетой постоянно: Р.Мазная (3), Е.Редькина (2), Е.Хамидуллина (3). Штатных сотрудников газеты – авторов публикаций о жителях района было выявлено только двое – О.Васильева и В.Туксин.

Районная газета «Нива» не просто пишет о людях, но и визуализирует своих героев: практически все публикации оформлены их фотографиями (портреты, репортажные фото и т. д.). Редакция, публикуя материалы о тружениках села, чаще всего относит их к каким-либо событиям: День Победы (8), «Учитель года – 2015» (1), Юбилей межшкольного учебного комбината (3), День села (1), День ветеринарного работника (1), День работников лесного хозяйства (1), День медицинского работника (3), День социального работника (1), День Защиты детей (1), День работника прокуратуры (1). Публикаций о «людях труда», не приуроченных к торжественной дате, мало.

Так, Р.Мазная в своей зарисовке «Восхищение в глазах – это успех!» (№23 от 04.06.2015) рассказывает о юных экскурсоводах, работающих в межшкольном историко-краеведческом музее. Музей с момента открытия новых композиций в честь 70-летия Победы в Великой Отечественной войне посетило более 400 человек. Экскурсоводам необходимо обладать грамотной речью и дикцией, соблюдать дисциплину, быть в курсе событий, многое знать. Этому и обучаются школьники.

Т.Пашнева в статье «Профессионалы своего дела» (№24 от 11.06.2015) рассказала об идейных вдохновителях и работниках Университета «Серебряный возраст», в котором люди старшего возраста учатся пользоваться компьютером, обмениваются новостями и делятся опытом, имеют возможность посетить сенсорную комнату и отдохнуть, расслабиться. Там силами сотрудников организуются праздники и другие культурно-досуговые мероприятия.

О.Васильева в зарисовке «На страже леса» (№35 от 27.08.2015) ведет повествование о госинспекторе по особо охраняемым природным территориям. С момента вступления в должность С.В.Казаков внес существенную лепту в дело по охране и воспроизводству растительного и животного мира на территории государственного заказника «Тахтай», памятников природы краевого значения.

О. Жулина в своем «Слове о музыканте» (№16 от 16.04.2015) рассказывает об ушедшем из жизни преподавателе по классу баяна Детской школы искусств Ю.М.Бабешко. Этот человек всю свою жизнь посвятил любимому делу – музыке. Он был инициатором создания в школе детского инструментального ансамбля, проявившего себя на многих конкурсах. Под его руководством начал свою деятельность взрослый эстрадный коллектив «Рандеву», в исполнении которого за два года прозвучало более 70 песен.

В очерке «Стремление быть первым» (№17 от 23.04.2015) Л.Голубь поделилась воспоминаниями о главе Ермаковского района В.К.Роговом. На работе, как пишет автор, Василий Константинович выкладывался полностью, никогда не знал меры, всегда держал слово. Он многое сделал как для отдельных деревень, так и для целого района.

А.Шувалова в своем материале «Мастер рукоделия» (№4 от 22.01.2015) сказала доброе слово об учителе изобразительного искусства Новополтавской школы О.А.Майоровой, которая также ведет кружок в Детском доме. Это талантливая личность все свое время, и не только рабочее, посвящает творчеству, рукоделию, рисованию. «Моя любимая техника, – говорит ее героиня, – это та, когда у ребенка получается. Я все для этого делаю, потому что эти горящие глаза ни с какой техникой, ни с каким удовольствием не сравнятся».

Можно сделать вывод, что, благодаря таким публикациям, «Нива» не только привлекает читателей, но и демонстрирует свое уважение к людям, которые трудятся на благо района и его жителей. По таким материалам видна связь редакции с аудиторией – «человек труда» показывается в своей среде, в профессии, рассказывается, как именно он вносит вклад в общее дело.

Чтобы расширить галерею «портретов» жителей района и, таким образом, упрочить связь с аудиторией, районной газете, по нашему мнению, нужно активно привлекать внештатных авторов. Аудитории интересней узнавать из публикаций о людях разных профессий. Но журналист не сможет полностью «вжиться» в атмосферу каждой профессии, трудового коллектива так, как делает это внештатный корреспондент. Он по-своему видит героя и рассказывает о нем, что обеспечивает разнообразие стилей и тематики районной газеты, делает ее интересней для читателя. Вместе с тем материалы таких авторов могут и затруднять взаимосвязь газеты с аудиторией. В их публикациях нередко встречаются профессиональные термины, непонятные для читателя, велик риск недостоверности приводимых сведений и фактов, субъективности их трактовки, неточно подбираются слова.

Практика привлечения «внештатников» к сотрудничеству с районными газетами не всегда дает положительный эффект, но, по нашему мнению, лучше такого взаимодействия для «районки» ещё не найти. Внештатные авторы – своеобразная часть аудитории, только более активная. Это те люди, которые стремятся не только из газеты узнавать о «героях из народа» и важных, связанных с ними событиях, но и сами участвуют в подготовке такой информации для других читателей. В «Ниве» количество материалов о жителях района, подго-

товленных «внештатниками», превышает число публикаций журналистов. Такая активная работа внештатных авторов в создании «портретов» ермаковцев, на наш взгляд, и есть главный показатель тесного контакта районной газеты с аудиторией.

Литература

1. Кислая Л. Н. Редакционная политика районной прессы (на примере газет Новосибирской области): автореф. дис. ... канд. филол. наук. Екатеринбург, 2008. 23 с.
2. Павлушкина Н. А. Аудиторный фактор развития периодической печати: учеб. пособ. СПб.: С.-Петерб. гос. ун-т, Ин-т «Высш. шк. журн. и мас. коммуникаций», 2014. 241 с.
3. Газета «Нива» Ермаковского района Красноярского края за 2015 г. №№ 2-38.

ГУМАНИЗМ И ДЕГУМАНИЗАЦИЯ В ЗАПАДНЫХ СМИ: ПРОТИВОРЕЧИЯ ОБЪЕКТИВИЗМА

В.В. Хорольский,

доктор филологических наук, профессор
Воронежский государственный университет (Россия)
E-mail: khorolbox@mail.ru

Аннотация. В статье ставится вопрос о противоречиях объективного освещения событий в СМИ и невозможности достижения общепризнанной истины в медийных текстах. Истина в СМИ трактуется с позиций методологии информационно-культурологического анализа текстов и дискурсов. Подчеркивается роль журналистских текстов в создании и укреплении гуманистического идеала журналистики. Сделаны выводы о необходимости внедрения идеологии противостояния лжи в каждодневную практику журналистики, о защите идеологии честной журналистики в медийном пространстве массовой культуры.

Ключевые слова: гуманизм, объективность, масс-медиа, истина, противоречия медиапотребления, массовая культура.

Summary. The article deals with contradictions of objective representation of events in mass media, impossibility of generally accepted truth in journalist texts. Notion «truth» is scrutinized from methodological point of view, basing on informational and cultural analyses of media texts. The role of journalist texts in creating and fostering humanistic ideal is stressed. The conclusions are drawn about the necessity of implementing in journalist profession practical laws of curbing lies and preserving honest journalism in mass culture mediaspace.

Key words:humanism, objective representation mass media, truth, contradictions of mediaconsumption, mass culture.

Гуманизм – высшая цель журналистики, идеал и миссия миллионов работников масс-медиа. Любая профессия объективно выполняет какие-то функции, можно утверждать, что миссия всех работников медиасферы обусловлена единой целью – знать о мире как можно больше, отбирать в интересах человека самое нужное и интересное, добывать объективные факты бытия для аудитории, на которую работаешь, но при этом помнить о служении вечной Истине, Богу, если вера стала для автора маяком в море житейском. Целеполагание профессии, фундируемое в ее идеалах, объединяет теоретиков и практиков журналистики, но репортеры и журналисты-практики остаются для аудитории, прежде всего, экспертами в повседневной жизни, связывая ее разные сферы [1].

Наличие в этом вопросе подводных камней, часть из которых обязана своим существованием противоречию между объективным изложением фактов и отбором этих фактов, легко объяснить частно-корпоративными интересами Большого Бизнеса, не заинтересованного в полной правде. Скандал с корпорацией Р.Мердока в 2014 году может служить примером. Уличив журналистов этой корпорации в прослушивании частных телефонов, английская полиция добилась судебного рассмотрения и преследования лже-гуманистов, якобы действовавших в интересах читателей, нарушая закон о СМИ, о неприкосновенности частной жизни. Часто повестка дня, содержащая умолчание, оборачивается в перспективе ложью, несмотря на обилие адекватной информации, а мнимый объективизм в СМИ подчас прикрывает дегуманизирующе-манипулятивные технологии. Идеалом всегда признается гуманность, гуманитарная составляющая медийного текста и дискурса, но трактовка идеала разная.

Какие закономерности развития современной журналистики заставляют усомниться в достижимости, а тем более в неизменности гуманистического идеала? Почему современные тексты в СМИ не дают повода для оптимизма, когда речь заходит об их способности адекватно отразить действительность? Прежде всего, говоря о современных мировых СМИ, можно выделить два вектора их развития – «технологический» и «смысловой». Первый способствует ускорению передачи сообщений, второй – улучшению их качества. С первым ассоциируется «сетевая» (дигитальная) философия массовых коммуникаций эпохи информационного общества, а со вторым – совершенствование индивидуального публицистического мастерства, гуманитарного контента, уходящего корнями в седую древность.

Диалектика современного мирового кризиса такова, что СМИ одновременно и теряют доверие потребителей, чему способствует необходимость бороться за тиражи, и приобретают новые импульсы гуманитарного развития, в частности – в Сети. Обычно ученые в числе важнейших факторов, воздействующих на оба названные векторы эволюции СМИ, называют процессы гипермонополизации масс-медиа, процессы чрезмерной концентрации медийного

капитала в руках отдельных корпораций, финансовых структур или «семей», что ставит под вопрос само существование независимых СМИ [2]. Обсуждая проблемы монополизма и смежные вопросы коммерциализации и финансиализации в СМИ, которые причудливо взаимодействуют с новыми политэкономическими реалиями XXI в., в частности, с отчуждением многих групп населения от медийной «повестки дня», от участия в публичных дискуссиях, надо иметь в виду, что транснациональные корпорации, делая бизнес на продаже социально значимой информации, объективно расширяют горизонты познания. И это еще один парадокс эпохи постмодерна. ТНК, невольно ограничивая собственную монополию, приобщают все новых потребителей к знаниям, т.е., выражаясь метафорически, рубят сук, на котором сидят, ибо монополизм неизбежно порождает массовизацию потребления, следовательно – усиливает у все большего количества людей жажду знать больше. Массы любопытных потребителей инфопродукции создают повышенный спрос на скрываемые факты, о чем говорит, если брать последние годы, успех Дж.Ассанжа, и эта объективная тенденция может порой служить уравнивающей силой, противостоящей монополистам типа Р.Мердока [3].

Часто пишут о глобализации масс-медиа, приводящей к унификации медийного стандарта, что порождает новые, подчас неожиданные, формы массовой культуры. Говоря о тотальном влиянии на СМИ масскульта, надо упомянуть и о таблоидизации журналов и газет. Конвейерные технологии масскульта, усиливая и ускоряя процессы визуализации, распространения философии гедонизма, самоцельного потребления материальных и духовных благ, создают квазигуманистический общепланетарный стандарт журналистского текста. Разнообразие интересов и диверсификация вкусов аудитории стали привычным фактом эволюции СМИ на современном этапе. Но стало больше и лжи, дезинформации и манипуляций. Это зло породили СМИ Запада, но и РФ ничего не противопоставила квазигуманистической концепции объективно-неангажированного журнализма.

Гуманизм диктует необходимость соучастия в борьбе со Злом, оправдывает эмоциональную вовлеченность журналиста в человеческие заботы. Это и дает слабую надежду на сохранение профессии и выполнение ею своей Миссии. К ней, этой великой миссии, надо идти, при этом зная о недостижимости цели для большинства идущих. Увы, лишь единицы находят в себе силы следовать идеальной схеме поведения! И в этом один из парадоксов общественного сознания и журналистики в частности [2; 3].

Выводы. Стремительная либерализация и демократизация массового сознания, рост грамотности, урбанизация и глобализация, совпавшие с распространением постмодернистских настроений, способствовали не только банализации, усреднению и вульгаризации журналистики, но и подтолкнули к переосмыслению места профессии в современной культуре. Идеал гуманизма, правдоискательства и расследования причин социального зла не был отодвинут под напором рынка, законов медиаэкономики. Манипулятивность медийного дис-

курса возрастает, но журналисты не мирятся с цензурой, идет борьба за гуманизм и на Западе, и у нас. Есть объективная нужда в точной информации, в серьезном непредвзятом анализе событий. Но при этом сухое «нейтральное» изложение фактов чуждо природе журналистики.

Литература

1. Хорольский В.В. Современные теории массовой коммуникации на Западе: Пособие по спецкурсу. Воронеж, ВГУ, 2011. С. 6.
2. Тавокин Е.П. Массовая коммуникация: сущность и состояние в современной России. М.: Граница, 2005. 183 с.
3. Конев В. Медиа-реальность и реальность медиа. Вестник Самарской Гуманитарной академии. Серия «Философия. Филология». 2009. №2 (6). с.3-10.

ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КАЧЕСТВА СОВРЕМЕННОГО ЖУРНАЛИСТА В АСПЕКТЕ ГУМАНИЗМА

Е.В. Шахаева,

студентка

Хакасский государственный университет им. Н.Ф.Катанова (Россия)

E-mail: kate11195@mail.ru

Научный руководитель: кандидат исторических наук, доцент **Ю.Б.Костякова**

Аннотация. В статье на основе анкетирования составлен рейтинг профессиональных качеств журналистов. Выявлены качества, способствующие формированию гуманистической позиции сотрудников СМИ. Сделан вывод о значении данных качеств во взаимодействии журналистов и аудитории.

Ключевые слова: профессиональные качества, журналист, гуманизм.

Summary: The rating of professional qualities of journalists is made in article on the basis of questioning. The qualities promoting formation of a humanistic position of employees of mass media are revealed. The conclusion is drawn on value of these qualities in interaction of journalists and audience.

Keywords: professional qualities, journalist, humanity.

В данной статье ключевыми понятиями будут являться «гуманизм» и «гуманность». Гуманный человек – «направленный на благо других, человеколюбивый и отзывчивый» [1, с. 151] или же «човеколюбивый, относящийся отзывчиво, чутко к людям, проникнутый вниманием, уважением к ним и заботой об их благе» [2]. Журналистов часто обвиняют в клевете, недостоверности излагаемых фактов, продажности, непрофессионализме, что свидетельствует об их неуважении к аудитории. Журналист – это человек с активной жизненной позицией, ему приходится общаться с различными слоями населения: от обыч-

ных рабочих до людей, стоящих у власти. Поэтому ему необходимо и очень многое знать и многое уметь. Мы решили выяснить у действующих журналистов, как они сами оценивают свои профессиональные качества, и какое место в их рейтинге занимают качества, которые можно оценить как «гуманные». Для этого мы провели выборочное анкетирование двадцати представителей СМИ Республики Хакасия.

Нас также интересовал пол, возраст, образование, место работы, стаж наших респондентов, их мнение о характеристике специалистов в их сфере деятельности. Значительную часть анкеты составляло перечисление качеств, из которых опрошенные выбирали наиболее важные, востребованные, как у самих журналистов, так и у их работодателей. Для удобства анketируемых мы разделили представленные варианты на несколько групп. За основу была взята классификация, предложенная Л.Г.Свитич, поскольку она не только выделила группы этих качеств, но и дала их развернутые пояснения [3, с. 81–106].

Вниманию респондентов были представлены качества профессиональные (коммуникабельность, стрессоустойчивость, широкий кругозор, оперативность, литературные способности), деловые (компетентность, умение выражать свои мысли, настойчивость в достижении цели, исполнительность, объективность), личные (эрудиция, интеллигентность, артистизм, лидерство, инициативность), социально-гражданские (социальная ответственность, решительность, смелость, принципиальность), морально-этические (честность, отзывчивость, доброта, гуманность, толерантность), психологические (энергичность, особенности воображения, мышления, характера, памяти) и физические (физическая мобильность, физическая выносливость). Из всех перечисленных качеств к гуманным, то есть способствующим формированию уважительного отношения к аудитории, можно отнести, на наш взгляд, следующие: из профессиональных – стрессоустойчивость, коммуникабельность. Из деловых – компетентность, объективность. Из личных – интеллигентность. Из социально-гражданских – социальная ответственность, принципиальность. Из морально-этических все перечисленные качества могут быть отнесены к гуманным. Из психологических – особенности характера.

Анализ анкет позволил сделать вывод, что большая часть наших респондентов – это люди в возрасте от 25 до 40 лет. Из них 16 имеют журналистский стаж от двух до десяти лет. Но были и профессионалы, проработавшие в СМИ 15-30 лет и более (4). Большая часть опрошенных представляет государственные (в т. ч. муниципальные) СМИ, шестеро работают в частных масс-медиа, статус двух СМИ анketируемые определили недостаточно четко. Вузы окончила половина наших респондентов (10), что говорит о востребованности высшего образования среди представителей данной профессии. Наличие высшего образования, по мнению 17 респондентов, является обязательным условием работы в любом престижном СМИ. И это показательно, поскольку именно в вузе, как мы считаем, закладывается адекватный взгляд на профессию, представления будущих специалистов о гуманистической миссии журналистики. Под мис-

сией журналиста мы, вслед за Л.Г.Свитич, понимаем «роль ориентира своей аудитории по ее же запросам в современной действительности» [4, с. 33].

Выбирая из предложенных профессиональных качеств, большая часть журналистов (17) отметила «широкий кругозор». Опрошенных также заинтересовали: «коммуникабельность» (14), «оперативность» (13), «литературные способности» (10), «стрессоустойчивость» (8).

Гуманные журналисты должны быть стрессоустойчивыми, потому что общение с людьми требует много терпения, понимания, сострадания и уважения. Также одним из самых важных профессиональных качеств для работников СМИ является коммуникабельность – то есть умение налаживать контакт с людьми различных убеждений, национальностей, идеологий, поиск компромиссов, лучшего и выгодного решения для всех сторон коммуникации.

Среди деловых качеств журналисты выбрали «умение выражать свои мысли» (16), «компетентность» (15), «настойчивость в достижении цели» (6), «исполнительность» (6), «объективность» (3). Пятеро человек отметили все предложенные варианты. Компетентность – это наработанные навыки, опыт и знания, которые помогают человеку в его профессиональной деятельности. Наличие такого качества помогает журналисту принимать мнения людей, даже если они не совпадают с его точкой зрения, и признавать свои ошибки, если это необходимо. Объективный журналист – это тот, кто пишет правду. И гуманный аспект этого качества заключается в том, чтобы не навредить своей аудитории, непредвзято вникнуть в глубину ситуации и представить ее такой, как она есть, без усугубления и прикрас.

Рейтинг личных качеств определился следующим образом: «эрудиция» (16), «инициативность» (15), «артистизм» (5), «лидерство» (4), «интеллигентность» (3). На первый план в этой группе качеств выступила «эрудированность», потому что, как нам кажется, сейчас необходимо быть образованным, уметь накапливать и использовать знания, полученные из разных источников, в том числе, из социальных сетей. Такое качество как интеллигентность напрямую связано с гуманным поведением журналиста. На наш взгляд, такой маленький процент голосов за данное качество связан с тем, что журналистика – это не совсем та профессия, где нужно проявлять его постоянно.

Из социально-гражданских качеств, по мнению действующих журналистов, наиболее важными являются «социальная ответственность» (15), «решительность» (11), «смелость» (9). Социальную ответственность мы понимаем как сознательное исполнение гражданского долга, не принудительное и прямое отношение к законам, нормам и ценностям, понимание своей ответственности перед различными социальными группами, стремление усовершенствовать общественный строй. Журналист ответственен перед своей аудиторией (зрителями, слушателями, читателями) за информацию, которую публикует, оглашает, выносит на всеобщее обозрение. После выхода материала все ошибки окажутся на его совести. Поэтому социальная ответственность тесно связана с понятием гуманности журналиста.

Принципиальность можно понимать как внутреннюю убежденность, верность себе. Это качество, характеризующее индивида в любой профессии и жизненных реалиях. Гуманный журналист будет отстаивать позицию, основанную на его принципах, до последнего, пока не докажет ее справедливость.

Из морально-этических качеств анкетируемые в первую очередь отметили «честность» (17), «толерантность» (12), «гуманность» (13). Два человека выбрали все имеющиеся варианты. Такой рейтинг можно объяснить следующим образом: даже в условиях внешнего давления журналист обязан соблюдать определенные требования, предъявляемые ему обществом. И честность является главным условием достижения правдивости, сообщаемой информации. Таким образом, наличие у журналиста всех перечисленных морально-этических качеств является гарантией его гуманности.

Как выяснилось в ходе анкетирования, физические качества журналисты тоже считают важными и нужными. Ведь за день им приходится посетить множество мест и встретиться со многими людьми. Поэтому из физических качеств 16 из 20 респондентов выбрали «физическую выносливость», а 11 – «физическую мобильность».

Проведенное исследование позволило охарактеризовать личность гуманного журналиста. Это стрессоустойчивый, коммуникабельный, компетентный, объективный и социально-ответственный интеллигент, любящий и ценящий людей, сохраняющий верность своим принципам. Наличие таких качеств способствует формированию у журналиста уважения, то есть гуманистического отношения к аудитории.

Литература

1. Ожегов С. И., Шведова Н. Ю. Толковый словарь русского языка: 72500 слов и 7500 фразеологических выражений / Российская Академия наук. Институт русского языка; Российский фонд культуры, 1993. 960 с.
2. Популярный словарь русского языка. – URL: <http://popular.academic.ru/1020> (Дата обращения 14.02.2016).
3. Свитич Л. Г. Профессия: журналист: Учебное пособие– М.: Аспект Пресс, 2003– 224 с.
4. Свитич Л. Г. Миссия журналистики: поле понятий и терминов // Вопросы теории и практики журналистики, 2013. № 1– С. 16-36.

ИНФОРМАЦИОННО-КУЛЬТУРНОЕ ПРОСТРАНСТВО В ФОРМИРОВАНИИ ЦЕННОСТЕЙ СОВРЕМЕННОЙ СЕЛЬСКОЙ МОЛОДЁЖИ

А.Ю. Шакирова,

кандидат исторических наук, доцент

Казанский (Приволжский) федеральный университет (Россия)

E-mail: AJShakirova@kpfu.ru

Аннотация. В статье рассматриваются вопросы, связанные с формированием ценностей провинциальной молодёжи. Актуализирована проблема влияния информационно-культурного пространства на ценности современной молодёжи. На основе теоретических и эмпирических исследований выявлена взаимосвязь информационно-культурного пространства и ценностных ориентиров современной сельской молодёжи.

Ключевые слова: информационно-культурное пространство; молодёжь; сельская молодёжь; поколения; ценностные ориентации.

Summary. The article deals with issues related to the formation of values of a provincial youth. The problem of the influence of information and cultural space on the values of today's youth is actualized. On the basis of theoretical and empirical studies the relationship of information and cultural space and value orientations of modern rural youth are revealed.

Keywords: information and cultural space; the youth; rural youth; generation; value orientation.

Значимость информации в современном мире велика, исследователи разных областей знаний изучают влияние информационных потоков на развитие общества в целом и его групп. Сегодня каждому доступны самые разнообразные источники информации, альтернативные федеральным каналам телевидения, официальной прессе, включая многочисленные интернет-сайты. Пользователями высоких технологий в сфере коммуникации являются, прежде всего, представители так называемого «информационного поколения», чья социальная субъектность проявляется всё более полно и многосторонне.

Социальные практики массовой включенности молодежи в компьютерные сети привели к тому, что и повседневные связи в новых поколениях все больше строятся как сетевые, коренным образом отличающиеся от прежних, иерархических. Теория сетевого общества М.Кастельса так легко вошла в сознание современных социальных философов и социологов, отмечает В.А.Луков, потому, что опирается на наблюдения за отношениями пользователей электронных ресурсов в Интернете и других сетях [1, с. 6]. Уровень компьютерной грамотности интернет пользователей старшего поколения значительно ниже, их образ мышления и постижения реальности совершенно иной, «тезаурусы» выстроены как структуры иерархические, что является прямым следстви-

ем освоенных культурных кодов» [1, с. 6]. В таких условиях новые социальные и культурные практики, отношение молодых людей к тем или иным событиям общественной жизни предъявляют власти и научному сообществу новые вызовы, актуализируя, в том числе, проблему обусловленности ценностей современной молодёжи содержанием информационных потоков.

Значимость этих процессов порождает попытки теоретического осмысления особенностей информационных влияний, которым подвергаются разные возрастные, социальные, территориальные, этнические и др. группы. Специфику информационных пластов, с которыми избирательно соприкасаются группы с разными социокультурными характеристиками, отражает понятие информационно-культурное пространство.

Информационно-культурное пространство рассматривают как систему, включающую в себя информационные потоки и информационные поля, находящиеся во взаимодействии [2, с. 118]; как совокупность элементов информационной и культурной сфер жизни, обусловленную общественными отношениями, складывающимися в связи с созданием, освоением, передачей, распространением и хранением социокультурной информации [3, с. 14]. С позиций политологического, философского, социологического, психологического подходов исследуется информационно-культурное пространство различных сфер жизнедеятельности (политика, образование), групп населения (студенты, пожилые граждане, военнослужащие), однако информационно-культурное пространство современной сельской молодёжи остаётся недостаточно изученным.

Интерес к молодёжной проблематике отмечается в зарубежной социологии с начала XX века. В ставшей хрестоматийной книге американского психолога Г.Стенли Холла «Юность» (1904 г.) молодёжь представлена как носитель определённых психофизических свойств. Немецкий социолог Карл Мангейм в сороковые годы XX века в книге «Диагноз нашего времени» предлагает рассматривать молодёжь как объект и субъект процесса преемственности и смены поколений [4, с. 105]. Американский антрополог, этнограф и социолог Маргарет Мид излагает концепцию трёх типов культур (постфигуративный, конфигуративный и префигуративный), показывая, как влияет та или иная эпоха на передачу культурных ценностей от поколений к поколениям, предлагая различные сценарии этого процесса. Особые культурные свойства и функции молодёжи исследованы в работах Рут Бенедикт, Э.Шпрангера, Б.Малиновского и др. [5, с. 80] Социокультурные детерминанты молодёжи обоснованы в трудах американского психолога М.Рокича («Природа человеческих ценностей»). Стремительное развитие в СССР социология молодёжи получает в 60-е-70-е годы XX столетия. Проводятся как теоретические, так и масштабные эмпирические исследования рабочей и студенческой молодёжи. Современные изыскания социологов в сфере молодёжной проблематики характеризуются разнообразием концептуальных подходов и эмпирических исследований социально-культурных практик молодёжи.

Для России, с её традиционно сельским укладом жизни, процессы урбанизации, столь стремительно происходящие в XX, и особенно в XXI веке, несомненно, повлияли на образ современного молодого человека. Российское село остается многообразным и сложным объектом познания, мало освоенным и осознанным на всех уровнях российской жизни. Традиционные черты российской ментальности, духовно-нравственные ценности народа накапливались в первую очередь в сельском образе жизни, его традициях, обычаях и устоях. Село являлось своеобразной основой развития уникальной духовной культуры России. Но на сегодняшний момент сельская общность, в особенности молодые люди, оказались в ситуации, когда привычные жизненные ориентиры и традиционные социальные опоры утеряны, а новые социально-культурные проекты и программы развития только нарабатываются или применяются как единичные случаи.

Проблемы сельской молодёжи становятся объектом изучения журналистов, экономистов, демографов, криминологов. В предметное поле социологов чаще попадают проблемы миграции сельской молодёжи, социальное самочувствие и качество жизни, ценностные ориентации молодёжи, проживающей в сельской местности. Действительно, изучая российскую молодёжь как социально-демографическую группу, невозможно не учитывать специфику образа жизни, мышления молодых людей, родившихся, получивших образование, прошедших основные этапы социализации в городских или сельских условиях. Слишком велик разрыв в условиях, укладе и уровне жизни россиян, проживающих в городской и сельской среде.

Количество сельских жителей в России неуклонно сокращается. Так, согласно данным Росстата, численность населения республики Татарстан на 2015 год составила 3,855 тыс. человек. Из них сельское население – 915,3 тыс. (24% всего населения республики) Тогда как на 2011 год в республике насчитывалось 3,768,6 тыс. человек при численности сельского населения 944,7 тыс. (25,1% всего населения республики) [6]. То есть при общем увеличении численности населения республики почти на 90 тысяч человек, произошло сокращение сельского населения более чем на 29 тысячч.

В 2011 году число сельской молодежи (населения в возрасте от 15 до 29 лет) было равно 195,2 тыс. человек, что составляет 20,7% от всего сельского населения республики и 21,6% от численности всей молодежи Республики Татарстан [6]. Очевидно, что при общем сокращении численности сельского населения, произошло сокращение численности сельской молодёжи.

Сельская молодёжь, как социальная группа, образует возрастную группу населения, отражающую уровень развития современного молодого поколения со всеми его проблемами. На селе они более ярко выражены. В молодежной среде сельчан особенно остро проявляются проблемы трудоустройства, неразвитость культурных потребностей, своеобразие нравственных оценок своего и чужого поведения.

На фоне утраты россиянами ранее сформированных социальных стереотипов и идеалов осознана необходимость нравственных ориентиров личности, возвращения к исконно национальным духовным ценностям. Такая возможность представляется за счёт наличия определённых социально-культурных ресурсов, к которым мы можем отнести места культурного досуга (клубы, спортивные учреждения, кинозалы, театры); учебные заведения; общественные места (парки, музеи), занимающий всё большее место в структуре культурных ресурсов интернет, формирующих информационно- культурное пространство. Уровень названных ресурсов во многом определяет градацию духовно-нравственных ценностей молодёжи, как городской, так и провинциальной.

Формируется информационно-культурное пространство носителями определённой культуры (национальной, профессиональной, корпоративной, семейной, возрастной). Немалое влияние оказывает и территориальное пространство, локальное, на котором расположено то или иное поселение. Средствами, носителями информационной культуры всё больше выступают компьютерная техника, всевозможные мобильные устройства, пользование которыми стремительно меняет культурные стандарты молодёжи. Нормой становятся группы молодёжи, где каждый «общается» с телефоном или планшетом. Утеряна практика совместного времяпровождения в семье и со сверстниками.

Интересна и показательна в связи с этим практика формирования информационно-культурного пространства небольшого студенческого города Линкольн (Англия), по размеру территории и количеству жителей не превосходящем крупное сельское поселение в Республике Татарстан. Вся жизнь жителей городка сосредоточена вокруг университетского кампуса, включающего учебный корпус, библиотеку, радиотрансляционный пункт, места общественного питания, медицинский кабинет, магазины, прочие элементы инфраструктуры. Ежедневно в определённое время из университетского кампуса транслируются просветительские передачи, песни на французском, немецком, русском, украинском, белорусском и других языках жителей города и студентов. Университетское радиовещание доступно всем горожанам. В библиотеке проводятся познавательные тематические и обучающие мероприятия для жителей города, в университете силами студентов организуются различные праздники, просветительские программы, в том числе семейные, на которые приглашаются все желающие. Университет становится местом проведения культурного досуга горожан, студенты и сотрудники университета являются активными факторами формирования информационно-культурного пространства поселения.

Жизнеспособность сельского локального сообщества зависит от множества факторов, ключевым из которых, на наш взгляд, является семья. Роль семьи в сохранении сообщества здесь более значима, чем в «большом обществе» (городе, районе). «При этом значим не столько факт проживания на одной территории, сколько социальные связи, образующиеся в таком сообществе» [7, с. 145], проявляющиеся не столько в совместном отдыхе, сколько в совместном труде. Семья является для молодых сельчан важнейшим ценностным каче-

ством. Так, по результатам исследования сельской молодёжи Забайкальского края, проведённого в 2005-2006 гг. доктором социологических наук Т.Н. Бояк, 85,7% опрошенных респондентов в числе смысложизненных ориентиров как «очень важные» назвали хорошую семью» [8, с. 181].

89% от числа опрошенных нами экспертов (проживающие на селе специалисты, работающие с молодёжью), также назвали семью основным фактором социально-культурного становления молодежи. Главной ценностью была названа семья и в ответах абсолютного большинства девушек и некоторых юношей по итогам глубинного интервью, проведённого в селе Пестрецы Республики Татарстан в 2015 году. Приведём некоторые высказывания респондентов – девушек 18 и 22 лет: «Жизнь, семья, любовь, дружба, близкие, красота, добро, отношения, свобода, отдых, справедливость, блага, истина, Я сам, саморазвитие... Ну, я эти ценности так расставила, потому что для меня наиболее важна семья, а не карьера или там саморазвитие...». «...Семья для меня самое-самое, теперь у меня и свой ребенок, рождение моего сынишки для меня самое счастливое событие...». Очевидно, что семейная культура в сельском социуме в большей степени формирует ценности молодых людей и девушек. Значимыми моральными качествами для опрошенной Забайкальской молодёжи были названы уважение к родителям, старшим поколениям – 75,8%, трудолюбие – 74,5%, честность, справедливость – 70,7%, доброта, милосердие – 69,7%, и др. В условиях села, отмечает автор, духовно-нравственные, общечеловеческие ценности в ориентациях молодёжи в целом более выраженно преобладают над утилитарными, прагматическими. Только 9,8% от числа опрошенной сельской молодёжи считает, что политика государства должна быть направлена на распространение утилитарных ценностей [8, с. 182].

За последние 15 лет исследователи констатируют изменение активности сельской молодежи в мире информации и коммуникации. Практически не используются в поле активного молодежного обращения такие информационные каналы, как радио, книги, журналы и газеты. Наиболее часто используемыми каналами остаётся телевидение и интернет. «Читающая нация» превратилась в «нацию телезрителей» [9, с. 70]. По мнению опрошенных нами экспертов, 78% молодых людей редко читают художественную литературу, предпочитая проводить время в интернете. За последние годы привычное информационно-культурное пространство видоизменилось настолько, что справедливо говорить о его разрушении, создающем угрозу национальной безопасности страны. Деятели культуры, литературы и искусства предпринимают попытки восстановить атмосферу нормального информационного поля, исключая насилие, рекламу потребления, пропаганду материальных ценностей и беззаботного образа жизни, создавая альтернативные телевизионные каналы, снимая отдельные передачи, фильмы, выпуская журналы и газеты, тем не менее, привлечь в число пользователей альтернативных развлекательным программ молодых людей становится всё труднее. Анализ привлекательных для большинства молодых людей телевизионных каналов показывает преобладание игровых, музыкаль-

ных, развлекательных передач, сериалов, реалити-шоу, криминальной и спортивной хроники. Рейтинг культурно-просветительских передач в молодёжной аудитории очень низкий. Контент молодёжных программ показывает, что приоритетные ценности сельской молодёжи поддерживаются лишь в молодёжных сериалах, большинство каналов не учитывают и не поддерживают ценностные ориентации сельской молодёжи. Вместе с тем, информационное поле выполняет в сельском социуме дополнительные, своего рода компенсаторные, социальные функции. К таким функциям мы относим психологическую, культурологическую, гносеологическую, образовательную, развлекательно-досуговую, идеологическую (мировоззренческую).

В долгосрочной целевой программе «Сельская молодёжь Республики Татарстан» главной задачей в развитии информационной активности сельской молодежи определено оказание ей информационно-разъяснительной поддержки [10]. К сожалению, разработчики программы под информационно-разъяснительной поддержкой понимают усиление интенсивности использования сети Интернет, отмечая, что в настоящее время по этому показателю сельская молодёжь значительно уступает городской. Безусловно, сеть Интернет – один из самых перспективных для села информационно-ресурсных каналов и информационная активность сельской молодежи в этом самом динамично развивающемся коммуникативном пространстве последовательно усиливается. Так, по данным социологических исследований, отвечая на вопрос «Из каких источников Вы получаете сведения о политике, государстве, обществе, происходящих событиях?», молодые респонденты отдают предпочтение электронным видам СМИ [11, с. 50]. Отсюда следует, что направлять усилия власти необходимо не на количественные показатели интенсивности использования Интернета, а на содержательную сторону электронных СМИ, оказывающих противоречивое влияние на духовно-нравственные ценности сельской молодежи. С одной стороны, сеть интернет, электронные СМИ демонстрируют образцы массовой культуры, возводя деньги, славу, карьеру на первое место в системе ценностей молодежи. С другой стороны – у современной сельской молодежи появляется возможность познакомиться в сети Интернет с величайшими памятниками культуры разных стран и народов, виртуально побывать в любой точке мира, найти интересующую информацию, узнать самые свежие новости, актуализируя такую ценность, как свобода.

Проведённый анализ показал, что среди основополагающих ценностей провинциальной молодёжи преобладают духовно-нравственные общечеловеческие ценности: уважение к старшим, семья, труд, честность и справедливость. Роль информационного поля в сельском социуме велика, поскольку оно выполняет своего рода компенсаторные социальные функции. Транслируемые виртуальные образы формируют образ современной молодёжи. Вместе с тем, информационная активность сельской молодёжи значительно ниже, чем городской. Все эти факторы необходимо учитывать разработчикам популярных молодёжных каналов, интернет сайтов, молодёжных целевых программ и инициатив.

Литература

1. Луков Вал.А. Концептуализация молодёжи в XXI веке: новые идеи и подходы // Социс. 2012. №№1, 2, с. 5-16, с. 21-30.
2. Попов В.Д. Информациология и информационная политика. М.: Изд-во РАГС, 2001, 120 с.
3. Кириллова Э.В. Информационно-политическая среда как фактор формирования политического сознания граждан: автореф. дис. канд. филос. наук. М., 2006
4. Манхейм К. Избранное: Диагноз нашего времени. М.: РАО «Говорящая книга», 2010. 744 с.
5. Луков В.А. Теории молодежи: междисциплинарный анализ. М.: Канон + РООИ «Реабилитация», 2012. 528 с.
6. Долгосрочная целевая программа «Сельская молодежь Республики Татарстан на 2011 – 2015 годы» // http://tatstat.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_ts/tatstat/resources/2f99860047a061f189f5aded3bc4492f/chslmo_15_1.pdf
7. Ахметова С.А. Сельское локальное сообщество как объект монографического исследования // Учёные записки Казанского государственного университета. Гуманитарные науки. 2009, том 151, кн. 5, ч. 2, с. 139-149.
8. Бояк Т.Н. Особенности культуры современной сельской молодёжи // Гуманитарный вектор. Серия: Философия, культурология . 2012. №3. С.180-186.
9. Зейтунян М. А. Проблема социализации молодёжи в информационном обществе: теоретическое осмысление // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 1: Регионоведение: философия, история, социология, юриспруденция, политология, культурология . 2010. №2. С.65-71.
10. Долгосрочная целевая программа «Сельская молодежь Арского муниципального района Республики Татарстан на 2011-2015 годы» https://arsk.tatar.ru/rus/file/pub/pub_98478_enc_11987.pdf
11. Дорохова Ю.В., Игнатова Т.В., Проказина Н.В. Молодежь Орловской области в 2015 году. Научное издание. Информационно-социологический бюллетень / Под общ. ред. П.А. Меркулова. – Орел: Издательство Орловского филиала РАНХиГС, 2015. – с. 50./

ТИПОЛОГИЯ ТЕКСТОВ ТРАНСЦЕНДЕНТНОГО ОБЩЕНИЯ В ИСЛАМЕ

Т.В. Шайхитдинов,

аспирант

Казанский (Приволжский) федеральный университет (Россия)

E-mail: user913-455@rambler.ru

Аннотация. На основе анализа трудов исламоведов и историков в статье рассматриваются такие типы трансцендентных текстов как теологический трактат, мистические откровения, агиографическая, нормативно-поучительная литература. Сопоставительный анализ с типами христианских текстов осуществлен с опорой на подход профессора В.В.Ученовой. Делается вывод, что основное напряжение ценностно-духовных противоречий возникает не между рациональным и интуитивно-созерцательным познанием, а между просвещенным исламом и тенденцией к его догматизации.

Ключевые слова: ислам, христианство, трансцендентные тексты, трактат, мистическое откровение, агиографическая литература.

Summary. On the basis of the analysis of the works of historians and scholars of Islam article discusses these types of transcendental texts as a theological treatise, mystical revelation, hagiographic, normative and instructive literature. Comparative analysis of the types of Christian texts was done relying on the approach of Professor V.V.Uchenova. It is concluded that the main voltage of value and spiritual contradictions arises not between the rational and the intuitive, contemplative knowledge, and between enlightened Islam and the tendency to its dogma.

Keywords: Islam, Christianity, transcendent texts, treatise, mystical revelation, hagiographic literature.

Предметом нашего исследования являются медиатексты об исламе, их типологические признаки. Вопрос о типологии медиатекстов, формирующихся вокруг такой темы, как религия, нельзя рассматривать в отрыве от религиозной традиции и от того, какое место занимает эта традиция в культуре и в общественной истории. Эти традиции в основных конфессиях столетиями поддерживаются и развиваются сакральными смыслами священных писаний, теологическими трактатами, мистическими откровениями... Именно сакральные смыслы и создают особенные «коммуникативные условия» для подобного рода текстов. Письменные памятники культуры этого плана профессор Виктория Ученова называет текстами трансцендентного общения. Она изучала их конкретные воплощения в христианстве в контексте специфической коммуникативной ситуации. Под текстом вслед за И.Р.Гальпериным ею понимается сообщение, объективированное в виде письменного документа [1]. По отношению к текстам трансцендентного общения используем то же определение.

Задача данной статьи: на основе сопоставительного анализа типологических особенностей трансцендентных текстов выстроить их типологию в исламе в соотношении с историческими и культурными условиями их порождения. В качестве источниковедческой базы служит исламоведческая литература. Отправной точкой сопоставительного анализа является типология письменных текстов в христианстве, предложенная В.В.Ученовой [1, с.145-194]. Взглянем сквозь призму предложенной ею типологии на тексты трансцендентного общения в исламе.

Первый тип текстов, который был выделен данным исследователем – теологический трактат.

Своими корнями явление теологии, по наблюдениям В.В.Ученовой, уходит в глубокую древность, вплетается в умозрительные конструкции ранних древнегреческих философов. Отсылая к трудам религиозного философа и историка Л.П.Карсавина, она отмечает, что в первые века новой эры, когда на просторах Римской империи сосуществовали, сталкивались самые разнообразные религиозные воззрения – неоплатонизм, стоицизм, восточные культы, гностицизм, иудаизм – в теологическом богоискательском творчестве было ярко выражено движение к синкретичным текстам. В них умозрительные тезисы смешивались с описанием реальных или преображенных фантазией текущих событий [1, с. 148-149].

В полемике с гностиками, согласно В.В.Ученовой, оттачивались взгляды отцов формирующейся христианской Церкви. К этому времени восходит одна из существенных проблем христианской теологии – место веры и знания в достижении Божественной Истины. Подходы к ее решению определяют разделение теологических трактатов на две группы: ту, в которой за разумом признается возможность хотя бы частичного постижения трансцендентных сущностей, и ту, в которой Богопостижение преимущественно отдавалось откровению. Так формировались две ветви христианской теологии – рациональная и мистическая.

Место веры и знания в достижении Божественной Истины – этот вопрос встает и перед исламскими теологами. Приблизительно через полтора десятка лет после смерти Пророка при третьем праведном халифе Усмани (644-656) текст Корана, который до этого передавался из уст в уста, фиксируется посредством притязательного и пристрастного отбора источников и становится каноном де-юре. Появляются профессиональные чтецы Корана – мукри, кари, которые обучаются своему ремеслу исходя из традиции изустной передачи послания Пророка и имея письменный текст как вспомогательный. Формируется наука о рецитации Корана [2, с. 34]. Однако борьба за единство веры при этом не ослабевала, и так же, как в христианстве, слова о Боге в исламе, включая и первые теологические сочинения, несли в себе полемический настрой в споре с оппонентами.

Столкновение религиозных воззрений в исламе началось с установлением власти династии арабских халифов Омейядов (VII век) и продолжилось в период свергнувшей их династии Аббасидов. Хотя ислам и сплавивал людей на ос-

нове общности религии, этноконфессиональные противоречия в мусульманских странах при этом не исчезали. Расхождение течений в исламе, как указывают исследователи, происходило еще и под влиянием трансцендентных текстов, которых становилось все больше: это было время, когда теологи начали переводить на арабский язык сочинения иранских и древнегреческих ученых, анализируя и интерпретируя их с исламской точки зрения [3, с. 64]. Полемическому запалу в теологии того времени способствовало и то, что в эпоху великих завоеваний исламский Халифат простирался от границ Индии до границ Франции, и переход арабских христиан в ислам был нередко продиктован не только экономической выгодой, но и силой притяжения разрастающейся исламской культуры [3, с. 22-23].

Так исторически сложилось, что в рациональное разрешение вопроса о соотношении веры и знания на пути к Богу значимый вклад внесли именно представители мистической традиции в исламе – теоретики суфизма. Обращаясь к истокам этой традиции, отечественный исследователь И.Р.Насыров цитирует суфийских мыслителей, которые еще на ранней стадии развития этого движения осознавали слабость позиции своих единомышленников в принятой ими установке, что путем лишь усердия в «отрешении от мирского» (зухд) можно приблизиться к абсолютному бытию. Свой скепсис эти мыслители аргументировали указанием на то, что если бы действие (доброе деяние, аскеза) без знания открывало бы путь к Богу, то христианские монахи из-за своего усердного старания больше бы преуспели в этом. Приводились слова Мухаммада о том, что «Размышление в течение часа лучше поклонения шести лет» [4, с. 201-202].

Здесь уместно сослаться на заключение Р.Р.Бухараева о том, чем коренным образом отличается развитие науки в христианстве и исламе на первых этапах. Он цитирует Б.Рассела, который указывает, что в христианстве наука восторжествовала главным образом благодаря своей практической полезности, это вело к тому, что она становилась все более и более техникой и все менее и менее доктриной. В исламе же, по мысли Р.Р.Бухараева, при всей рациональности и практичности самого исламского вероучения, наука и особенно философия продвигались в первые века именно отвлеченным от практических задач стремлением познания мира в его единстве: «Естественным будет сказать, что наука в исламе и зародилась в широком смысле как богословие» [5, с. 162].

Важно, что рациональное познание отношения «Бог-мир» в исламе развивалось не в противовес традиции мистицизма, а в ее лоне, возвышая таким образом роль Знания в достижении Откровения. Несомненно, это обстоятельство сыграло свою роль в поддержке авторитетности научных изысканий в исламской культуре, давшей миру современные понятия арабских цифр и высшей математики (аль-Хрезми и альФараби), химии (Джабир бин Хайян – Гбер и аль-Рази), медицины (Ибн Сина – Авиценна), астрономии (аль- Бируни и Улугбек) и внедрившейся в область научных исследований сам метод критического от-

ношения к естественнонаучным и философским, в том числе к историческим традициям [5, с. 127-128].

Несмотря на всю сложность становления диалектического единства рационального и интуитивно-созерцательного познаний в исламе (раскрытие генезиса и эволюции этого процесса в суфизме с использованием многочисленных источников находим в монографии И.Р.Насырова) главная линия мировоззренческой борьбы пролегла не здесь. Основное напряжение уже в Средние века обнаружило противостояние между просвещенным исламом и тенденцией к его догматизации, которая зарождалась там, где импульс к «действию» подавлял импульс к знанию.

Кризис самосознания, к которому пришел исламский мир, имеет, согласно Р.Р.Бухараеву, и экономические, и политические, и социальные причины. Особенность их проявления по отношению к исламу в том, что «полное слияние науки с религией, которое в раннем исламе было чрезвычайно благотворным для понимания и осмысления Откровения», оказалось отвергнутым по причине своей общественной бесполезности по сравнению с утвердившимися бесприкословными догмами, с помощью которых стал поддерживаться «порядок» в политически нестабильной мусульманской Умме времен Аббасидского халифата [5, с. 169].

В качестве предварительного вывода отметим, что теологические трактаты в исламе, так же, как и в христианстве, испытывали на себе влияние реальных событий, вызванных борьбой за утверждение единой веры. Это нашло отражение и в том, какие вопросы в трактатах освещались, каким был их стиль. В качестве сходной с христианскими трактатами темы обозначим вопрос о соотношении веры и знания, роли рационального познания в достижении духовной истины. Этот вопрос в той или иной мере вставал перед исламскими богословами и когда они размышляли над проблемами точных и естественнонаучных областей знания, и когда они вступали в сферу, как бы сейчас сказали, гуманитарной проблематики. В качестве стилового сходства обозначим проникновение в ткань научного стиля трактатов полемического запала, вызываемого миссией, которую выполняли духовные деятели первых столетий существования ислама. В своем стремлении утвердить единство веры, который объединил бы разрозненные, воюющие между собой народы, они искали убедительности теологического слова не только в рациональной аргументации науки, но и в допущении определенного эмоционального пафоса верующего. Специфической особенностью текстов, представляющих исламскую теологию, является то, что их речевой и смысловой строй находился в то время под влиянием идей исламского космизма. Неоспоримое влияние на них оказал и исламский мистицизм в лице суфизма.

Второй тип письменных текстов, который выделяет В.В.Ученова в трансцендентном общении – мистические откровения.

Особенность мистических откровений в том, что они базируются не на умозрительных заключениях, а на тайне, на чем-то необычном, экстраординар-

ном. В основе тайны лежит факт духовного преображения избранных, факт их обращения к просветлённой жизни. Говоря об этом, В.В.Ученова отмечает, что духовное преображение также было характерно и для мистических ритуалов древности.

Другим признаком трансцендентных текстов этого типа можно считать то, что появление мистических откровений связано с развитием института монашества. И это не случайно. Озарение приходит к тому, кто ведет строго аскетический образ жизни. Оно предполагает экстатическое слияние с Богом, соприкосновение с Высшей реальностью, ощущение пребывания в запредельном мире. Для достижения подобного состояния необходим предварительный психологический настрой, душевная и духовная подготовленность. Главное же – высочайшая степень веры, выраженная в мистическом переживании, которое невозможно в полной мере передать дословно [1, с. 169].

Третий признак мистического откровения, по наблюдениям исследовательницы, это противопоставление эмоционально-духовного экстаза способам рационального постижения высших сущностей. Часто изречения, описания экстаза и переживаний мистиков идут в разрез с канонами церкви. При этом некоторые положения мистиков парадоксальны из-за отсутствия в повседневном языке слов и понятий, которые могли бы выразить их чувства и передать переживания. Верующие христиане почитают их как пророков.

Ислам предстает религией, созданной последним пророком на земле (Мухаммад – «печать пророков»). Его откровение зафиксировано в Коране, священном писании, «вечном и несотворенном по своей природе». О деятельности других пророков, предшествовавших Мухаммаду или бывших его современниками, нам, как указывают исследователи, известно очень мало. Поэтому исламоведы опираются на те коранические тексты или хадисы, где речь идет о «лжепророках» – соперниках Мухаммада [6, с. 19-27]. Традиционным источником пророческого настроя среди арабов были хаины – прорицатели или шаманы, в которых «вселялись божества», от имени которых хаины и вещали ритмическими фразами. Враги Мухаммада пытались и его объявить хаином, что Мухаммад категорически отвергал, утверждая, что хаины прорицают отнюдь не силою Бога, а по внушению низших и часто неблагих духов – джиннов. Но в любом случае, согласно Е.А.Торчинову, историкам, почва для проповеди Мухаммада существовала и была хорошо подготовлена [7].

Несмотря на доктринальную установку на неповторимость и непродолжаемость пророчества последнего пророка, импульс трансперсональных переживаний Мухаммада, по мысли Е.А.Торчинова, не мог исчезнуть без следа, не приведя ни к каким последствиям в религиозной жизни мусульманской общины: «Мухаммад сделал опыт личного, живого и непосредственного общения человека с Богом опытом парадигматического достоинства» [7]. Поэтому тенденция к такого рода общению не пропала в духовном пространстве ислама. Она закрепились в Коране и сунне, базирующейся на хадисах (предании, содержащем высказывания Пророка) и настраивающей на подражание жизни

Мухаммада как образцу для мусульман. Кроме того, согласно названному исследователю, завершенность пророческой линии в развитии арабской духовной культуры во многом способствовала формированию мистико-аскетического и психотехнического движения, сыгравшего огромную роль не только в религиозной жизни мусульманских народов, но и в их культуре, а также оказавшего определенное влияние на культуру и религиозную жизнь средневекового Запада. Речь вновь идет о суфизме.

Суфизм (от араб, ат-тасаввуф) – слово, не поддающееся однозначной интерпретации. В Европе до сравнительно недавнего времени слова «суфизм», «суфий» производили от греческого *sophia* – «мудрость». Исследователи разделяют историю суфизма на три периода: период зухда, период тасаввуфа (суфизма) и период тарикатов (суфийских братств). В период зухда происходит возникновение аскетико-мистических тенденций в исламе. Этот период приходится на VII-VIII века. Первыми мусульманскими аскетами были, согласно Е.А.Торчинову, собиратели хадисов, речений Пророка, чтецы Корана. Их религиозная практика сводилась к многочисленным молитвам и постам, строжайшему следованию сунне, отрешению от всего мирского, покаянию, строгому отделению дозволенного от запретного, культу бедности, отказу от сотрудничества с властями и т.п. В период тасаввуфа появляется ряд суфийских школ, активно разрабатывается теория и практика суфизма. После X века суфийский образ жизни и мировоззрение приобретают популярность. Решающую роль в этом процессе, как отмечают историки, сыграли труды выдающегося теолога Аль-Газали, не только полностью реабилитировавшего суфизм в глазах ортодоксии, но и провозгласившего жизнь истинного суфия высшим выражением исламского образа жизни вообще [7].

В X-XIII вв. окончательно складывается и суфийская терминология, символичная и метафоричная, что открывало возможности для ее поэтического использования (многие выдающиеся суфии были и выдающимися поэтами). Все это обусловило мощнейшее влияние суфизма на арабскую и персидскую поэзию, многие образы и идеи которой понятны только в суфийском контексте [7]. Для нашего исследования важно отметить, что таким образом сложилась особенность мистифицированных текстов, несущих идеи ислама: они наполнены метафорами, поэтическими образами и символами и, по сути, являются достоянием литературного творчества. Таковую же особенность, отличающую данного типа тексты от тех же научных трактатов, отмечает и В.В.Ученова, анализировавшая христианские письменные документы

В XII-XIII вв. начинается формирование суфийских орденов или братств, напоминающих католические монашеские ордена, но менее централизованных. Суфийское братство или тарикат – это путь духовного возвышения и познания Истины. Также тарикатом называют некий свод морально-этических положений и психологических приёмов. С их помощью суфий вступал на путь размышлений и духовно-физических упражнений, посредством которых он стремился приблизиться к Божественной реальности. В этой устремленности мы можем увидеть

непосредственное сходство с христианскими монахами-мистиками. В христианстве традиция достижения мистического откровения помимо монашеской аскезы была запечатлена в письменных текстах, в их особом стиле и построении, на котором лежит печать озарений автора [1, с. 166-180].

В исламе мистическое откровение достигается посредством суфийских практик, в которые канонический текст включен как обязательный элемент. Примером может послужить цитирование определенных сур Корана и повторение их определенное количество раз. Какие именно суры и каким должно быть количество повторений, определяет мистик, которому это открылось в откровении. Порождаемый им текст называется «хатм». Например, хатм шейха Хамзы Махдumi Кашмири состоит из пяти сур Корана, повторенных 1001 раз [8]. Рецитация канонического текста мусульман и его прослушивание возводятся в ранг духовно-религиозной практики, поощряемой современным исламом.

Таким образом, в современном суфизме мистика воплощается прежде всего в ритуальных действиях, в повторах определенных текстов. Сами же тексты могут быть представлены не только сурами Корана, но и тарикатами. В последующем это слово сделалось синонимом учения, которое сформировалось в той или иной суфийской общине. Тарикат представлял собой свод правил, не отягощенный мистицизмом. Далеко не все тарикаты дошли до наших дней. Наиболее известными стали те, у которых было больше всего последователей. Если в христианском мистицизме откровения могли быть трудами отдельных людей, не претендующих на формирование мировоззрения верующих, то тарикаты представляли как строгие наставления для последователей. Ученик беспрекословно подчиняется учителю-суфию при освоении этих нормативных текстов и главе братства, носителю Откровения.

Третий тип текстов трансцендентного общения, согласно В.В.Ученовой, это агиографические сочинения.

Согласно данной исследовательнице, для христианской агиографической литературы характерно устремление к художественности текстов. В них оказались сплавлены три определяющих начала: церковно-служебные каноны поминовения святых угодников, документальные сведения о страстотерпии христианских мучеников и полуфольклорные легенды, рождавшиеся в среде монашеской братии с момента возникновения первых монастырей и скитов [1, с. 181]. Отмечая чрезвычайную популярность жанра жития на Руси вплоть до XVII века, В.В.Ученкова указывает на причины этой популярности, заключавшиеся в особенностях построения текстов. В них присутствовал, как правило, драматизм сюжета, заканчивавшегося по большей части победой добра над злом. Важно было, что сюжет развивался в ореоле достоверности, фактографичности. Подтверждением документальности сообщаемого была ссылка на слова реально живущих лиц, которые являлись очевидцами происходивших чудес, или автор представлялся непосредственным их собеседником. Правдоподобию описываемого служили упоминания о точном времени и месте происходящего [1, с. 185-186].

По аналогии с житиями христианских святых в исламе существуют легенды о суфиях, которые вели праведный образ жизни. Из уст в уста в мусульманской общине передавались толкования к тому или иному кораническому сюжету – тасфиры, которые со временем фиксировались обычным, всем понятным языком, вне какой бы то ни было рифмованной прозы. Наряду с тасфирами передаются и предания о ситуативных высказываниях Пророка – хадисы. Иногда они поясняют коранические сюжеты и таким образом становятся частью какого-нибудь тасфира. Иногда образуют самостоятельный раздел знания, связанный с установлением на самые разные вопросы жизни, что принципиально отделяет их от коранических откровений. Мусульманская община выделяет хадисы в качестве второго по значимости после Корана источника знаний [2, с. 35-36].

Таким образом, в христианстве каноническое знание несут агиографические сочинения, которые направляют верующего к Богу через приобщение к биографическим нарративам святых мучеников. В исламе такого рода знание представлено толкованием коранических сюжетов, и оно носит не столько нарративный характер, сколько поучительный. Зачастую описательные сюжеты несут поучение в виде свода правил или «инструкции» для верующего.

Здесь уместно сказать еще об одной сфере в исламе, в которой формируются тексты нормативно-поучительного характера. Речь идет о школах шариатского права – мазхабах, – которые существуют в шиизме и суннизме и различаются по тому, как толкуются основополагающие положения ислама, каковы особенности правоприменительной практики. То есть речь здесь может идти о письменных документах строго нормативной направленности, нацеленных на формирование у верующих дисциплины и послушания. Их отнесение к текстам трансцендентного общения имеет дискуссионный характер. И все же мы упоминаем их как одно из порождений эволюции ислама, утверждавшееся, в том числе, через ритуализацию действия, через хатм, через догматизированное следование традиции. Всему этому в целом придается подчас мистифицированное значение приближения к Богу. Сама же функция подобного рода религиозных текстов заключается в утверждении «богоугодного порядка» в мусульманской Умме.

Таким образом, в исламе, как и в христианстве типология трансцендентных текстов представлена научными трактатами и мистическими откровениями. Однако третий тип текстов, которому необходимо, с нашей точки зрения, придать значение в исламе в отличие от христианства представлен не агиографической литературой, а документами нормативно-поучительной направленности. Их значимость в истории ислама велика в связи с отсутствием в нем единого юридического центра управления (как это есть в католицизме и православии). Освоение догматов веры у мусульман происходит через такого рода тексты, которые по своему характеру, по своему стилю в большей степени отдалены от вертикали трансцендентного общения и в большей степени приближены к горизонтали обыденного общения.

Сделаем выводы.

По аналогии с существующей типологизацией христианских письменных документов, нами систематизированы письменные тексты трансцендентного общения в исламе в соотнесении с историческими условиями их порождения. Описание их типологических особенностей предоставляет возможность охарактеризовать ценностно-духовную сферу общественной жизни как сферу культуры, из которой черпают нормативные положения и сюжеты современные медиатексты на тему ислама.

На основе сопоставительного анализа выявлено следующее. Теологические трактаты в исламе, так же, как и в христианстве, испытывали на себе влияние реальных событий, вызванных борьбой за утверждение единой веры. Особенностью развития научного знания в исламе в первые века явилось то, что оно развивалось во всех своих проявлениях как теологическое. Важную роль в повышении роли знания наряду с действием в исламе сыграли суфийские мыслители.

Установлено, что основная типологическая особенность текстов с сакральными смыслами в исламе обусловлена тем, что рациональное познание отношения «Бог-мир» в исламской культуре развивалось не в противовес традиции мистицизма, а в ее лоне, возвышая таким образом роль Знания в достижении Откровения.

Отмечено, что тексты мистических откровений в исламе, так же, как и в христианстве, тяготеют к художественному стилю, к насыщенности метафоричным языком, образами и символами. Выявлено, что если в христианстве традиция достижения мистического откровения помимо монашеской аскезы была запечатлена в письменных текстах, в их особом стиле и построении, на котором лежит печать озарений автора, то в исламе мистическое откровение и сегодня часто достигается посредством религиозно-духовных практик, которые носят ритуальный характер.

Если в христианском мистицизме откровения могли быть трудами отдельных людей, не претендующих на формирование мировоззрения верующих, то свод правил для верующих мусульман, который не носит мистического характера, но является частью мистифицированной духовной практики (тарикат) предстает как строгое наставление для последователей.

Наряду с теологическими трактатами и мистическими откровениями третий тип трансцендентных текстов в отличие от христианства в исламе представлен не столько агиографической литературой, сколько документами нормативно-поучительной направленности. По своему характеру, по своему стилю тексты этого типа в большей степени отдалены от вертикали трансцендентного общения и в большей степени приближены к горизонтали обыденного общения верующих мусульман.

Анализ трудов исламоведов подводит нас к заключению, что основное напряжение ценностно-духовных противоречий возникает не между рациональным и интуитивно-созерцательным познанием, а между просвещенным исламом и тенденцией к его догматизации.

Литература

1. Ученова В.В., Шомова С.А. Полифония текстов в культуре. М.: Омега-Л, ИМПЭ им. А.С.Грибоедова, 2003. 302с.
2. Хисматуллин А.А. Суфизм. СПб.: Издательский дом «Азбука-классика»; Петербургское Востоковедение, 2008. 192 с.
3. Ислам: Иллюстрированная энциклопедия. Классическое издание / Авт.сост. М. Магомерзоев. М.: Эксмо, 2011. 640с.
4. Насыров И.Р. Основания исламского мистицизма (генезис и эволюция). М.: Языки славянских культур, 2012. – 552 с.
5. Бухараев Р.Р. Ностальгия по Откровению. М.: Наталис, 2005. -367с.
- Пиотровский М.Б. Пророческое движение в Аравии VII в. / Ислам: Религия, общество, государство: Сборник статей. Отв. Ред. П.А.Грязневич и С.М.Прозоров. М.: Наука. ГРВЛ. 1984. 232 с.
6. Торчинов Е.А. Пророческое движение и мистицизм в исламе (суфизм) Пророческие корни ислама / Религии мира: опыт запредельного. Психотехника и трансперсональные состояния. СПб.: Центр «Петербургское Востоковедение», 1998. 384 с.
7. Ислам: энциклопедический словарь / Отв.ред. С.М.Прозоров. М.: Наука, 1991. 315с.

ОБРАЗНОЕ СЛОВО В ОЧЕРКЕ Я. ГУРЕВИЧА «МАТЬ»

В.А. Юзифович,

кандидат филологических наук, доцент

Приднестровский государственный университет им. Т.Г.Шевченко

(Приднестровье)

E-mail: Yuzifovichv@mail.ru

Аннотация. В статье описаны словесные средства художественной выразительности очерков молдавского журналиста Я.Гуревица, рассмотрены стилистические фигуры и тропы очерка «Мать». Автор идет от текста очерка, от его словесного материала к аналитическим обобщениям. Исследователь опирается как на классические, так и на новые исследования в области стилистики текста.

Ключевые слова: очерк, портрет, стилистические фигуры, тропы

Summary. This article describes the verbal means of artistic expression of essays by Moldovan journalist Gurevich, figures of speech of the essay «Mother» are considered. The author descends from the text of the essay, his verbal material to analytical generalizations. Scientist uses both classical and new research on the style of the text.

Keywords: sketch, portrait, stylistic figures, tropes.

Яков Абрамович Гуревич — известный молдавский журналист, писатель. С 1960-х годов сотрудник редакции республиканской газеты «Молодёжь Молдавии» в Кишинёве (литсотрудник, заведующий отделами учащейся и студенческой молодежи, культуры, военно-патриотического воспитания, ответственный секретарь), затем на протяжении 20 лет заместитель главного редактора газеты «Кишинёвские новости». Член Союза журналистов Молдавской ССР (с 1965), член писательской ассоциации «Днестр» (Кишинёв, с 2003). Прожил долгую активную жизнь – 91 год (ушёл из жизни в октябре 2015 г.). Автор многочисленных сборников публицистики и документальной прозы.

Очерк «Мать» построен как воспоминание о встрече повествователя со знакомым, рассказавшем о своей матери. Мать без имени, Мать, работающая, добрая, сильная, верная и своим жизненным идеалам, и своей семье. Понять замысел очерка нам помогает в том числе и образная система очерка.

В очерке Я.Гуревича жизнь семьи, отдельных её представителей, различные ситуации описываемого мира изображаются, естественно, с точки зрения повествователя или персонажа, при этом учитываются различные аспекты восприятия (зрение, слух, осязание, обоняние).

Широк круг речевых средств, воссоздающих разные проявления чувственного восприятия. И особенность стиливого воплощения Я.Гуревича заключается в том, что и цветовое олицетворение в тексте, и звук, и запахи, и движение сопряжены с философией жизни и повествователя, и его приятеля, и матери, являющейся героиней исследуемого очерка. В тексте даются динамичные световые, звуковые, осязательные характеристики, которые взаимодействуют друг с другом:

Но что особенно запало в память, так это благоговейная тишина [1, с. 33]

...всякая жизнь, даже самая серая и бездуховная, говорила мама, по-своему любопытна и занимательна, потому что всё равно учит чему-то [1, с. 33].

Жизнь показалась ей, недавно ещё столь нужной мужу, детям, окружающим, – унылой, жестоко обрубленной, утратившей привычные запахи, краски, содержание [1, с. 49].

Только ведь не всё в этой жизни просто и однозначно, не всё лежит на поверхности, чтобы можно было самому и обвинение сформулировать, и приговор вынести. Не только цвета в ней есть, но и оттенки, и тени, и полутона...нужны особое духовное зрение, способность к сопереживанию [1, с. 54-55].

Кто мне тут мог быть судьёй? Кто проникся бы моими сомнениями, моей душевной тревогой, испил вместе со мной горько-сладкую чашу юношеского тщеславия и ноющего непокоя? [1, с. 56].

...спасибо, что выслушали, - сказал он неестественно глухим, надтреснутым голосом [1, с. 60].

Обозначаются разнообразные запахи:

...я подолгу сидел у распахнутого окна с видом на парк, вдыхал влажный воздух, настоящий на аромате молодой листвы, от которого сладко кружилась голова, и прислушивался к внезапно налетавшим порывам горячего ветра [1, с. 27].

Вернувшись из парка и сев за книгу, я всё ещё оставался в его власти, каждой клеточкой ощущал его тёплое, влажное дыхание, его душистую прохладу, и птичий щебет, и размеренный шелест листвы [1, с. 28]

...в знойном воздухе повеяло свежестью [1, с. 41]

Я.А.Гуревич стремится запечатлеть ситуацию в её изменчивом состоянии в восприятии конкретного персонажа очерка:

Вернулся раздосадованный, измочаленный в нескольких очередях, но так и не добившийся толку [1, с. 30].

Слушать это было жутко до боли. Лицо у меня горело, в глазах тоже стояли слёзы, в горле, словно сжатом безжалостной рукой, стеснилось дыхание. Я не в силах был произнести хоть слово [1, с. 38].

...У неё были крепкие, сильные, но удивительно мягкие руки. И всегда – прохладные. Мягкость и мятную прохладность её рук я отчётливо помню лет с пятнадцать... эти руки, неизменно лежавшие на лбу, словно излучали бодрящую силу, умеряя нестерпимую боль... [1, с. 44-45].

Именно в эти дни с какой-то поразительной силой проявилась её внутренняя сущность, её словно вырвавшаяся из берегов и хлынувшая через плотину привычной сдержанности высокая материнская любовь [1, с. 59].

Он судорожно сглотнул комок в горле и тяжело перевёл дыхание. Ещё резко обозначились две глубокие продольные складки от крыльев носа к уголкам рта [1, с. 60].

В центре внимания оказывается внутренняя жизнь личности, богатство и интенсивность переживаний которой раскрывается при помощи различных тропов, стилистических фигур.

Автор очерка использует приём метафоризации в различных художественных целях: для создания портретной характеристики персонажа, пейзажных зарисовок, обрисовки обстановки, показа внутреннего состояния героев и т.д. Главное, метафора позволяет достоверно и образно донести до читателя замысел публицистического произведения, а читателю – проникнуть в творческое мировосприятие автора. В создании индивидуального авторского видения мира активны и метафоры – существительные, и метафоры – прилагательные, и глагольные метафоры.

Проанализировав очерк одного из ведущих публицистов Молдавии, мы пришли к выводу, что метафоры – существительные в исследуемом очерке встречаются часто. Часто распространённые определениями, они служат, в частности, средством создания портретной характеристики персонажей очерка, как внешней, так и внутренней:

...я уже решил не выпускать нити разговора из своих рук [1, с. 26].

Уроки детства живут в нас, вызывают к нашим мыслям, чувствам, памяти едва ли не всю жизнь. Даже если они до конца не состоялись [1, с. 31].

Как раз в те годы проникся я ещё одним убеждением, почерпнутым из кладовой материнской мудрости: самые дорогие, самые желанные вещи, покупки, приобретения – те, что добыты усилиями собственных рук, разума [1, с. 48].

В метафорах – прилагательных наблюдается скрытое сравнение, в котором перенос свойств с одного предмета на другой осуществляется с помощью точно подобранного имени прилагательного. Метафорические прилагательные такого рода в некоторых случаях эквивалентны по смыслу сочетанию наречия и причастия:

Любовь мамы к детям, властная, своенравная и довольно скрытная, находилась в полном согласии с её характером, и человек непосвящённый легко счёл бы её обращение с нами сухим и чёрствым. ...Мы-то знали, что она нам по-настоящему, глубоко предана, что нет таких лишений, на которые она сознательно не пошла бы ради нас [1, с. 34].

Значительно чаще мы наблюдаем метафорическое употребление глаголов и прилагательных. Посредством глагольных метафор неживое отображается в мире живого. Очеркист сопоставляет внутреннюю жизнь с природными явлениями (эти сопоставления вызваны самим характером соответствия между природными процессами и сложными переживаниями и мыслями персонажей), и идеальное (духовное), «материализуясь», воспринимается как зримо-предметное, осязаемое, пластичное:

Над нестойкими душами такое наследство обретает подчас неодолимую власть: вспыхивают испепеляющие ссоры, разгораются страсти, возникают унижительные судебные процессы, делятся семейные реликвии, любимые с детства вещи... [1, с. 59]

Но бывает наследство и иного рода, когда каждый волен брать всё, что видит и сколько хочет, и само наследство от этого не только не скудеет, не истощается, а наоборот, множится, ширится, начинает сверкать новыми гранями, делая людей богаче, зорче, щедрее, бескорыстнее... [1, с. 59]

При изображении внутреннего портрета часто Я.Гуревич большое значение уделяет общению при помощи взгляда, выражения глаз. Через зеркало души – глаза – угадываются трудная внутренняя жизнь персонажей очерка, их печаль, боль, страсть и одновременно желание скрыть эти чувства:

В мягких, слегка уже выцветших глазах Тамары Ивановны вдруг загорается трепетный, с хитринкой, огонёк, и частая сеточка морщинок вокруг них как будто становится ещё гуще... [1, с. 22].

И тут только увидел скупые слезинки, которые сиротливо повисли у неё на веках и вдруг сорвались, оставляя на щеках чуть заметные блестящие дорожки [1, с. 44].

В исследуемом очерке среди других тропов метафора занимает главное место, она позволяет создать ёмкий образ, основанный на ярких, зачастую неожиданных, смелых ассоциациях.

Проанализировав очерк Я.Гуревича «Мать», мы пришли к выводу, что метафора в исследуемых материалах выполняет все свойственные ей функции: представляет индивидуально-авторскую модель мира (моделирующая), делает образ более ярким и наглядным (изобразительная), помогает осознать, создать предположение о сущности объекта (гипотетическая), даёт новое наименование

объекту (номинативная или функция фиксации значения), воздействует на воображение читателя (функция воздействия), формирует образное представление о мире (инструментальная функция).

Метафора является важным смыслообразующим фактором текста. Придавая оценочную, экспрессивную и эмоциональную тональность сообщению, она создаёт в нём фон, подтекст, которые помогают понять действительные намерения автора.

В очерке Я.Гуревича при портретной характеристике встречается и синекдоха как один из способов достижения образности:

...эти руки, неизменно лежавшие на лбу, словно излучали бодрящую силу, умеряя нестерпимую боль... Во всякое другое время эти руки – работали. Работала – всегда [1, с. 45].

Прочувствовать и пережить происходящие события в очерке нам помогают и эпитеты. Эпитеты, встречающиеся в исследуемом тексте, также часто использованы при изображении портрета героини, как внешнего, так и внутреннего. Особенно выразительны в функции эпитетов прилагательные и причастия благодаря присущему им семантическому богатству и разнообразию:

Говорить с ним было трудно. Он был едок, насмешлив, излишне категоричен в суждениях, и это не всегда располагало к доверительным беседам [1, с. 26].

Любовь мамы к детям, властная, своенравная и довольно скрытная, находилась в полном согласии с её характером, и человек непосвящённый легко счёл бы её обращение с нами сухим и чёрствым [1, с. 34].

Видеть мать плачущей мне ещё не приходилось – у неё был сильный, я бы даже сказал, жёсткий характер [1, с. 37].

Сравнения используются в очерке с целью усиления его образности, создания более ярких, выразительных образов:

Мать. Она сидела рядом на стареньком поскрипывающем диване, совсем сухонькая, с густой сеткой мелких морщинок на лице, и слушала с напряжённым вниманием [1, с. 28].

Мы сидели на уроках – внимательные, растерянные и, если говорить начистоту, словно бы пришибленные. Наверное, так же чувствует себя мелкая рыбёшка, выброшенная волной на песчаную отмель [1, с. 36].

Не знаю, как мать поняла, что я собираюсь делать, но как будто пришла в себя, чуть приоткрыла рот, точно обессиленный птенец, когда он, вдоволь накричавшись, жалкий и беспомощный, выглядывает из гнезда, и приняла пищу. [1, с. 58].

Представленный нами иллюстративный материал свидетельствует о том, что сравнение как средство характеристики персонажа в очерке служит и типизации, и одновременно индивидуализации изображаемого персонажа.

Сравнительные конструкции нацелены на передачу авторской позиции, его отношения к описываемым явлениям. Они наполнены точными

и впечатляющими картинками, которые надолго остаются в памяти. Именно авторская позиция, авторское отношение к героям очерков определяет подбор сравнений, используемых при портретизации, акцентируя в герое очерка те черты, которые способны наиболее ярко выразить характер, изобразить внешность идейным, эмоциональным отношением автора. В сравнении звучит и авторская оценка, и отражено эмоциональное состояние героев очерков.

При создании речевой экспрессии в очерке часто используются стилистические фигуры и как средство повышения эстетического уровня текста, и как элемент портретного описания.

В очерке Я.Гуревича преобладают следующие фигуры речи:
эллипсис:

Наверное, надо было расспросить. Или самому задуматься. Но нам ведь всегда недосуг. Даже когда отдыхаем [1, с. 29].

Скорее – сама советовалась с детьми и внимательно слушала их доводы. В конечном счёте, они уже и грамотнее. Безучастность? Безразличие? Упование на то, что, прыгнув в воду, быстрее научатся плавать? Хочу думать, что скорее всего – выдержанность и такт. И ещё – доверие к собственным детям. [1, с. 42].

Во всякое другое время эти руки – работали. Работала – всегда [1, с. 45]

Мы замечаем неполнооформленность структур, «неполноту» предложений, опущение, пропуск тех или иных компонентов высказывания, причём намеренный пропуск несущественных слов в предложении без искажения его смысла, а часто – для усиления смысла и эффекта. Эллипсис придаёт выражению динамичность, интонацию живой речи, художественную выразительность, придаёт речи взволнованный характер.

Повторы. Стилистический приём состоит в повторении слов, выражений с целью привлечь к ним особое внимание. Повторяющиеся сегменты фиксируются памятью и влияют на формирование отношения к персонажу очерка, к соответствующей проблеме:

Как в ней родилось и окрепло это безмерное поклонение перед знаниями, это с годами не иссякавшее пристрастие к чтению, это благоговейное отношение к книге? Может, собственная, в детские годы так и не утолённая жажда познания? Может, народная мудрость, возводящая в степень интерес к окружающему миру, любопытство, любознательность и глубоко презирующая неучей, людей ленивых и бездеятельных? [1, с. 31].

Никогда в жизни, ни до того, ни после, я не испытывал такого унижительного состояния собственного бессилия, беспомощности, когда тяжело опускаются руки, теряется интерес ко всему окружающему и остаётся только покорно ждать, ждать, ждать, когда прозвонит последний звонок и всё кончится [1, с. 36].

Никогда не выбрали времени на признания, никогда не сказали ей и малой толики тех слов, которых она заслуживала и которыми были переполнены наши сердца и души, никогда не исповедались ей в своём высоком уважении. [1, с. 58].

Только дружно живите, детки... Не ссорьтесь, дружно живите... Помогайте друг другу... Не ссорьтесь [1, с. 59].

Повтор не только оказывает эмоциональное воздействие, но и производит изменения в системе «мнения – ценности – нормы». Повтор акцентирует наше внимание на наиболее значимых для автора словах и понятиях.

Риторический вопрос в данном очерке повышает эмоциональность высказывания, привлекает внимание читателя к определённым частям очерка, является средством эмоционального воздействия, возбуждения внимания к изображаемому, создаёт эмоциональный пафос текста, передаёт взволнованность речи автора, различные его чувства:

А человек? Что я знаю о своей матери? Какие уроки вынес из её жизни? Что передам от неё детям и внукам своим, чтобы никогда, ни на миг не прерывалась животворящая связь времён? [1, с. 29].

...не представляешь себе, что вдруг матери может не стать. Кому тогда признаешься в проступке, в котором сам не сумел до конца разобраться? От кого примешь утешение в неожиданно свалившемся горе? Кому пожалуешься на кажущуюся неблагодарность собственных детей? [1, с. 29].

Но сейчас я думаю о другом: может, матери знают о нас, своих детях, нечто такое, чего мы сами в себе и не подозреваем? Иначе как тогда объяснить то, что случилось тогда, в четвёртом классе? [1, с. 42].

Что же дал нам, детям, родительский дом? В чём состояли вынесенные нами из детства, если можно так выразиться, материнские уроки, что мы взяли из них для себя? [1, с. 47].

Что бы им не сойтись, не образовать семью, где и память общая, и горе скорее зарубцевалось бы, где мать обрела бы столь органичное для её натуры положение хозяйки дома? [1, с. 51].

В зависимости от лексического наполнения риторические вопросы усиливают разнообразные эмоциональные тональности: удивления, радости, негодования, сомнения, порицания и т.д.

Риторическое восклицание – фигура, в которой в форме восклицания содержится утверждение:

Думал ли я тогда, что именно мне, самому благополучному в учёбе, суждено доставить матери тяжкие огорчения! [1, с. 35].

Помните строчки из песни – «Родительский дом, начало начал...»? Какой неисчерпаемо глубокий, поистине безграничный смысл, какая полнота постижения главного и определяющего в нашей жизни, в наших судьбах! [1, с. 47].

Риторическое восклицание усиливает выражение чувства, эмоционального восприятия. Восклицательный знак в таких высказываниях – это способ привлечь внимание читателя и побудить его разделить авторское негодование, изумление, восхищение.

Хиазм помогает выделить главное слово или понятие, наиболее значимое для автора; средство создания эмоциональности речи:

...собеседник он был интересный, особенно в узком кругу [1, с. 26].

Необыкновенен каждый человек. ...Или зрение наше так устроено, что не всегда эту необыкновенность различает – ведь и слух наш тоже далеко не все звуки улавливает [1, с. 26].

До боли сердечной трудно об этом говорить [1, с. 29].

А перед родной матерью не опасаемся ни слабости свои обнажить, ни в ошибках покаяться. Потому что, как бы далеко ни ушли мы в возрасте своём и развитии, для неё мы и седые – дети [1, с. 30].

Пленяла атмосфера тех вечеров – возвышенная, взволнованная и вместе с тем необыкновенно тёплая, доверительная и умиротворённая. Пожалуй, ни в какие иные моменты жизни не ощущали мы с такой полнотой родственных уз в нашей семье, общности наших интересов, помыслов и чувств [1, с. 32].

Полисиндетон, замедляя речь вынужденными паузами, подчёркивает роль каждого из слов, создавая единство перечисления и усиливая выразительность речи:

Любовь мамы к детям, властная, своенравная и довольно скрытная, находилась в полном согласии с её характером, и человек непосвящённый легко счёл бы её обращение с нами сухим и чёрствым. Она никогда, сколько помню, не целовала нас, не называла ласкательными именами, вообще скупилась на открытое выражение своих чувств [1, с. 34].

...маму почти невозможно было увидеть в слезах. Наверняка и у неё в жизни были горе, отчаяние, утраты, и наверняка она тоже плакала. Но – не на людях. Публичные слёзы почитались признаком дурного тона, что ли, эдакой показухой. Горе? Переживи, перестрадай, выплаться, наконец, но не напоказ, не заставляя горевать и плакать других, не взывая к жалости и сочувствию [1, с. 44].

И редко, крайне редко речь заходит о семье, обязанной не только родить и выходить, но и воспитать, передать обществу физически и нравственно полноценного человека [1, с. 47].

Родительский дом, начало начал... Именно отсюда, из-под отчего крова, из-под материнской опеки выходят герои и трусы, труженики и тунеядцы, чёрствыые эгоисты и альтруисты, неряхи и чистюли, обманщики и правдолюбцы [1, с. 47].

Многое, увы, мы осознаём запоздало, когда уже ни написать, ни позвонить, ни приехать, ни наверстать [1, с. 58].

Я.А.Гуревич старается не просто рассказать обычную историю обычного человека, он хочет, чтобы мы прониклись тяжёлой, подчас суровой жизнью героини очерка, Матери. В центре внимания оказывается внутренняя жизнь личности, богатство и интенсивность переживаний которой раскрывается в том числе и через образное слова Я.Гуревича. Он изображает сильную, добрую, отзывчивую, целеустремлённую, смелую женщину, достойную уважения, пишет так, что мы, читатели, ощущаем её рядом с собой, находим среди своих родных, друзей, знакомых.

Как видим, образное слово помогает автору точнее и выразительнее описать героиню очерка, рассказать о событиях и явлениях, связанных с ней, не

только украшает текст, но и помогает осмыслить действительность, задуматься и о собственной жизни, правильно расставить приоритеты в ней. Очерк Я.А.Гуревича «Мать» характеризуется высокой степенью концентрации образных средств различных типов на сравнительно небольшом пространстве текста. Использование образного слова, разнообразие тропов и стилистических фигур, зафиксированных в исследуемом материале, тесно связанных друг с другом и во взаимодействии создающих сложный мир героини очерка, переводит описание случайных, ситуативных признаков в план устойчивых характеристик. Всё это позволяет говорить о высоком уровне владения Я.А.Гуревича словесными средствами художественной изобразительности.

Литература

1. Гуревич Я. А. Признание в любви. Кишинёв, 1985.

ГУМАНИЗМ КАК СОДЕРЖАНИЕ ЦИФРОВОЙ КОММУНИКАЦИИ: ВЫЗОВЫ МУЛЬТИМЕДИЙНОГО МИРА

МУЛЬТИМЕДИЙНОСТЬ И КУЛЬТУРНАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ В АСПЕКТЕ ГУМАНИЗАЦИИ МЕДИАПРОСТРАНСТВА

Е.С. Дорощук,

доктор педагогических наук, профессор
Казанский (Приволжский) федеральный университет (Россия)
E-mail: leona31@yandex.ru

Аннотация. Автор рассматривает гуманизацию медиапространства как фактор культурной безопасности, обозначая особенности развития мультимедийных СМИ в условиях общества рисков. На основе анализа дискурса медиа выявлена специфика участия медиа в формировании системы культурной безопасности.

Ключевые слова: медиа, культурная безопасность, общество рисков, безопасность личности.

Summary. The author considers the humanization of media space as a factor of cultural safety and marks features for the development of the multimedia mass media in the conditions of risk society. On the basis of analysis of media discourse it is revealed the specificity of the involvement of the media in the formation of the system of cultural security.

Keywords: media, cultural security, risk society, security of the person.

Современное общество получило название общества рисков (У.Бек), что предполагает наличие в нем зоны рисков, постоянно нарастающей из-за нестабильности абстрактных систем, не справляющихся с предотвращением и снижением влияния этих зон на жизнь человека. Это значит, что риски во многом определяют качество социальной жизни, ее устройство и влияют на конструирование отношений.

Как подчеркивает Д.Н.Конаков, риск всегда отождествляется с опасностью и рассматривается как «объективная, независимая от человеческого восприятия угроза существованию человека и общества» [7, с. 19]. Противостояние угрозе – задача всех общественных институтов. Каждый подвержен воздействию рисков, более того, когнитивная динамичность, и вторжение в повседневную жизнь абстрактных систем, как утверждает Э.Гидденс, приводят к тому, что «осознание риска проникает в деятельность практически каждого человека [2, с. 110]. Поэтому так важны представления о безопасности, как на уровне личности, так и на уровне профессиональной деятельности в СМИ.

Безопасность определяется в отечественной науке как уверенность человека/индивида в устойчивости окружающего порядка [6, с. 353]; как состояние защищенности жизненно важных интересов личности, общества и государства от внутренних и внешних угроз [8, с. 769]; как процесс оптимизации рисков и опасностей; как ценность, основа саморазвития человека [1]. Принято различать безопасность по сферам деятельности, что предполагает наличие в структуре общественных отношений таких ее разновидностей как экономическая, информационная, культурная и пр.

Существенным для выявления сущностных характеристик изучаемого явления становится определение культурной безопасности как нового типа социального мышления [4, с. 86]. Как состояние защищенности в вопросах культурного развития определяет культурную безопасность Е.В.Сазонникова, характеризуя ее, как элемент культуры безопасности [9, с. 170]. Наличие культурной безопасности территорий, составляющих духовной культуры, объектов и субъектов культуры дает основание говорить о многоуровневой системе культурной безопасности. Ключевым в определении культурной безопасности становится термин «защищенность», что можно объяснить как порождение работающей системы защиты на уровне общественных, социально-личностных, государственных представлений о формировании условий для стабильности и развития.

В объективе средств массовой информации при нарастающей мультимедийности, как качественной характеристики современных медиапроцессов, все чаще оказываются проблемы культурной безопасности и гуманизации всего медиапространства как фактора безопасного развития и совершенствования человека и общества.

Мультимедийность определяется исследователями с разных позиций: как особая техника-технологическая специфика современной коммуникации, включая и средства массовой информации, позволяющая передавать сообщения на разных носителях; как особенный образ мышления – разноформатное мышление, мозаичное и фрагментарное, с преобладанием образно-эмоционального вектора; как форму существования современных медиасистем, способствующую конвергенции медиа и универсализации медиапространства. Этот ряд можно продолжить. Каждый из этих аспектов предполагает формирование или трансформацию современного медиапространства с целью обеспечения продуктивного диалога между людьми. «Человек соединенный» (connecting) сейчас становится объектом медиакоммуникации. Он соединен с миром посредством технических систем, он соединен с самим собой посредством использования технических систем, он соединен с продуктами своего творчества, производимыми посредством использования технических систем, что позволяет побуждать его к совершенствованию, ибо, как справедливо замечает Г.Зиммель, только человек может быть предметом культуры, обладающим изначальным побуждением к самоосуществлению [5, с. 477]. Мультимедийность на современном этапе развития медиа по многим своим параметрам определяется как

фактор прогрессивного развития человека и человечества в целом. Ее феномен заключается в комбинации различных форм подачи человеческой речи, изображения и эмоциональной окраски всего процесса коммуникации за счет осознания дальности сигнала и причастности общему каждому кто слышит и видит [3, с. 61]. Нынешнее поведение человека перенесено в сферу мультимедийных контактов. Это позволяет говорить об определении мультимедийностью качественных характеристик поведения человека. Ведь, по выражению Г.Ф.Шершеневича, человек существо не только мыслящее и чувствующее, но и действующее. Ученый определял поведение человека как совокупность действий, направленных к достижению жизненных целей [11, с. 110-134]. Перенос процессов достижения целей человеком в виртуальную среду, зависимость от мультимедийного мира образов и идей, определяют поведение человека как зависящее от медийных технологий и мультимедийности как формы отражения мира.

Общество рисков, в котором поведение человека испытывает прямое воздействие мультимедийных технологий, а любая сфера общественных отношений формирует систему коммуникаций как медиакоммуникации, неизбежной становится виртуализация социальной сферы, в процессе которой возрастает роль и зависимость от информации, что в условиях информационного общества приобретает черты, вызывающие к жизни повышенное внимание к безопасности информации, человека, общества.

При этом необходимо обратить внимание на то, что, как подчеркивает А.Черных, пространство медиакоммуникаций формируется самими участниками коммуникаций [10, с. 198] под непосредственным воздействием мультимедийных технологий.

Обеспечение культурной безопасности в условиях мультимедийности требует создания сложной системы, в которой существенная роль принадлежит реализации средствами массовой информации принципа гуманизации медиапространства. Гуманизация медиа как фактор оптимизации различных рисков и опасностей, как ценность медиакоммуникаций требует от СМИ и журналистов активизации позиции субъектов безопасности – создающих безопасность и актуализирует проблему создания социальных норм на базе мультимедийности для широкого использования в целях обеспечения культурной и национальной безопасности.

На основе анализа мультимедийного медиа дискурса рисков и опасностей (СМИ Республики Татарстан) в течение 2014-2015 гг. были выявлены следующие особенности отражения вопросов безопасности в республиканской прессе:

- информация о рисках в СМИ является фактором общественной и личной безопасности, включая культурную безопасность; доступ к такой информации должен сопровождаться созданием дублирующих систем контроля, обеспечивающих защиту личности;

- применение манипулятивных технологий на основе мультимедийных технологий в СМИ оказывает разрушающее влияние на личность и общество, вызывая к жизни потребность в психологической защищенности, основываю-

щейся на осознании ценностей культурной (и иной) безопасности обществом, то есть гражданами, личностями на ментальном уровне;

– формирование психологической защиты на ментальном уровне зависит от уровня открытости информации, передаваемой СМИ, что предполагает использование таких форм общественной защиты как диалог, позволяющий производить оценку и самооценку медийного и социального пространства. Юрген Хаберманс считал публичный диалог условием развития демократии и защиты общества. Диалог в СМИ, как яркое проявление гуманистических основ журналистики с повышенным вниманием к человеку, является эффективной методикой культурной безопасности;

– мультимедийное пространство медиа наполнено различными видами информации, в том числе информация неконструктивная, агрессивная, разрушающая личность составляет по данным наших исследований более 64% от передаваемого массива; в этих условиях необходимо вести речь о формировании гарантий защищенности граждан от такого рода информационной агрессии, одной из которых выступает конструктивная, позитивно влияющая информация.

СМИ могут стать площадкой безопасности на уровне общества и личности, готовя сознание человека к восприятию рисков и угроз, придавая им объяснение на уровне повседневности, реализуя принцип гуманизма в пространстве повышенного внимания к личности, человеку как носителю ценностей свободы и единства судеб личности и общества.

Литература

1. Конаков Д.Н. Риск и безопасность в современном социально-философском дискурсе: ценностный аспект // Известия Саратовского университета. Нов. сер. Сер. Философия. Психология. Педагогика. 2014. Т.14, вып. 1. С. 19-23.

2. Гидденс Э. Судьба, риск и безопасность // THESIS. 1994. № 5. С.107-133.

3. Конаков Д.Н. Безопасность и гуманизм в обществе риска // Гуманизм и современность. Казань: Изд-во Казан. ун-та, 2013. С.352-359.

4. О безопасности: Федеральный закон РФ от 28 декабря 2010 г. № 390-ФЗ.

5. Барышков В.П. Личный уровень национальной безопасности // Национальная безопасность России в перспективах современного развития. Саратов: Научная книга, 2005. С.3-15.

6. Дорошук Е.С. Содержательная характеристика культурной безопасности в контексте проблематики медиаконтента // Медиаобразы культуры в современном информационном пространстве. Сборник научных статей / науч. ред. Дорошук Е.С., ответ. ред. Сергеева Т.С. Казань: Казанский университет, 2014. С. 85-96.

7. Сазонникова Е. В. Культурная безопасность как вопрос правовой политики: понятие и содержание // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. Тамбов: Грамота, 2011. №5. В 4-х ч. Ч.II. С. 168-170.

8. Зиммель Г. Избранное Т.1. Философия культуры. М.: Юрист, 1996. 567 с.

9. Дорошук Е.С. Мультимедиазация и виртуализация журналистских коммуникаций как фактор взаимодействия поколений современного российского общества / Е.С. Дорошук и др. // Российское общество 2010-х годов: связь времен и поколений: монография / науч. ред. и сост. канд. социол. наук. доцент О.А. Максимова. Казань: Изд-во Казан. гос. техн. ун-та, 2014. С.58-76.

10. Шершеневич Г.Ф. Общая теория права: Часть теоретическая. Философия права. Т.1: Вып 1-4. М.: Издание Бр. Башмаковых, 1910. 839 с.

11. Черных А. Мир современных медиа. М.: Изд. дом «Территория будущего», 2007. 278 с.

ИНТЕРНЕТ-АРХИВЫ ЖУРНАЛИСТСКИХ РАССЛЕДОВАНИЙ: ОПЫТ СТАНОВЛЕНИЯ

Н.В. Литвинова,

аспирант

Московский государственный университет им. М.В.Ломоносова (Россия)

E-mail: litvinova@elenara.ru

Аннотация. Автор рассматривает роль интернет-ресурсов в проведении журналистских расследований, когда в обществе существует острый дефицит достоверной информации. В работе описаны типы расследовательских интернет-архивов, изучены их особенности. По убеждению автора, журналистские расследования в интернете становятся все более перспективным и важным видом журналистского творчества, привлекающим к себе все большее число современных журналистов.

Ключевые слова: журналистское расследование, типы интернет-ресурсов, расследовательские интернет-архивы.

Summary. The author reviews and examines the role of online resources in the investigative journalism, when there is an acute shortage of public reliable information studying. This paper describes the type of the investigative internet – archives, and examines their peculiarity. According to the author investigative journalism on the Internet become more advanced, and important kind of journalistic creativity, attracting an ever increasing number of modern journalists.

Keywords: investigative journalism, type of online resources, investigative internet-archives.

В наше время глобальная сеть становится все более привычной площадкой, на которой размещаются журналистские расследования. Как известно, Интернет дает принципиальную возможность, пожалуй, каждому автору создать свой собственный сайт и публиковать на нем те или иные материалы. Однако данная возможность не всегда реализуется потенциальными или явными журналистами. Происходит это по разным причинам. Возможно – в силу нежела-

ния автора терять время на создание собственного сайта. Но это, скорее всего, не является главным; дело вероятно в том, что тому или иному автору (особенно – начинающему, неизвестному аудитории) не всегда удастся привлечь внимание к своему сайту. И, в этом случае, публикация своих произведений на «раскрученном» сайте, безусловно, поможет ему быть замеченным уже сложившейся аудиторией такого сайта. А журналист, работающий, к примеру, в газете или журнале, не всегда может найти понимание своего редактора, если подготовит к публикации, скажем, разоблачительную статью, компрометирующую лицо, с которым редактор, предположим, находится в дружеских отношениях. В этом случае, «безлошадного» автора и может выручить интернет-ресурс, который предложит ему свою площадку для размещения публикации, в том числе и под псевдонимом. Такой вариант оказывается особенно ценным именно для журналистов, проводящих расследования, поскольку они могут заниматься этим делом без оглядки на чьи-то начальственные пожелания, или, скорее – повеления. В настоящее время в Интернете существует уже довольно много сайтов, выступающих, прежде всего, в роли неких «архивов», «складов», «библиотек» журналистских расследований, оказывающих существенную помощь тем, кто отваживается бороться с коррупцией, мошенничеством, обманом и прочими неприглядными, преступными явлениями в жизни современного российского общества.

Присутствующие сегодня в глобальной сети архивы журналистских расследований можно разделить на две основные группы. К первой следует отнести те из них, которые только размещают на своих страницах готовые расследования, проведенные журналистами из разных СМИ, но не опубликованные там. Сайты другой группы не только размещают готовые публикации, но и могут проводить независимые самостоятельные расследования. Обратимся к практике некоторых из них.

О сущности интернет-ресурсов, которые включаются в первую типологическую группу исследовательских интернет-архивов, можно судить, например, по одному из известных российских сайтов – «Библиотека компромата. Compromat.ru». Этот сайт был основан в 1999 году под первоначальным названием «Домашняя библиотека Сергея Горшкова». Под лозунгом «Весь сор в одной избе» этот ресурс и расположился на просторах Интернета. Он может быть очень полезным, особенно, для журналистов, начинающих заниматься расследованием.

Этот ресурс содержит как оригинальные материалы, размещенные авторами только здесь, так и работы журналистов скопированные из других СМИ. Вот как определяет цели данного ресурса его редакция: «Цель проекта «Библиотека компромата» – способствовать реализации права граждан на свободный доступ к информации и свободное духовное развитие, а также на культурную, научную и образовательную деятельность [1]. Собираются материалы в соответствии с актуальностью темы; главным принципом редакции является

следующее: «Если кто-то интересен (в известном смысле – Н. Л.) аудитории, на него и собирается компромат».

Представление о характере расследовательских ресурсов глобальной сети, относящихся к другому типу, можно получить, познакомившись, к примеру, с сайтом «Первое антикоррупционное СМИ» [2]. Он является намного более молодым чем «Comproamat.ru». И сайт был создан Межрегиональной общественной организацией содействия совершенствованию государственного управления и антикоррупционной политики «Содействие» в 2012 году. Главной своей целью он, соответственно, ставит разоблачение коррупции. В структуре совокупности антикоррупционных сайтов, по мнению одного из известных исследователей особенностей расследовательской журналистики в Интернете А.А.Тертычного, данный сайт представляет группу ресурсов, «...имеющих наиболее четкую антикоррупционную специализацию» [3].

В своем обращении «Для журналистов», редакция сайта сообщает следующее:

«Уважаемые коллеги, мы предлагаем взаимодействие!

Что интересует ПАСМИ:

Если в ваших изданиях замалчивается информация о коррупции, а на вас и ваших коллег оказывают давление, то Первое Антикоррупционное СМИ предлагает опубликовать материалы на своих страницах. Мы вместе покажем независимый объективный взгляд на вопросы противодействия коррупции и расскажем о реальном положении дел, о том, как на самом деле реализуется антикоррупционная политика!

Что предлагает ПАСМИ:

- опубликовать вашу новость, аналитику, журналистское расследование;
- провести собственное или совместное журналистское расследование;
- сотрудничество и различные спецпроекты.

Условия и требования:

1. Информация должна быть подтверждена документами;
2. Потребуется время для перепроверки материалов.

Отправляйте ваши темы и материалы по направлению «антикоррупционная политика» и «борьба с коррупцией» на почту info@pasmi.ru или оставляйте информацию в специальном разделе сайта «сообщить о коррупции»: телефон редакции: +7(495) 637 44 94.

Коллеги, время действовать!»

За прошедшее, относительно небольшое время своего существования, данный ресурс разместил на своих страницах множество уже готовых антикоррупционных расследований. Но, кроме этого, сотрудники ресурса помогли ряду авторов в самом проведении расследований, дав им, таким образом, возможность почувствовать свою определенную защищенность и поддержку в реализации важных расследовательских проектов.

Если обратиться к иностранным ресурсам, присутствующим в глобальной сети и функционально близким тем сайтам, о которых мы вели речь выше, то мы увидим, что они также могут быть разделены на две типологические группы.

К первой группе можно отнести, например, сайт «Архив инициативных расследований и репортажей» [4]. Данный ресурс был создан Гамбургским Университетом прикладных наук (HAW – Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg), с первоначальной целью размещения на нем исследовательских публикаций и научных работ студентов. Создание такого рода площадки связано с тем, что важной частью обучения в Университете прикладных наук является непрерывная связь обучения и исследования.

В оригинале сайт имеет название «На дневной свет» (нем. – ans Tageslicht). Отсюда и адрес сайта для людей, живущих в Германии, или людей в других странах, владеющих немецким языком – ansTageslicht.de, для русскоговорящего населения – vsvet.org. Для англоязычного населения создана страница in2public.org. Все эти страницы – поддомены одного ресурса. Эти разделения обусловлены как технической стороной ведения и продвижения сайта, так и тем, что постепенно сайт становится международным, а значит, журналистам из разных стран необходим одинаково удобный доступ к контенту.

Сайт, созданный как площадка для публикации студенческих работ, со временем стал набирать обороты и завоевал доверие не только студентов и преподавателей Университета, но и читателей за его пределами. Все материалы, которые публикуются на сайте, являются проверенной информацией, подкрепленной документами. Именно серьезный подход к делу, отсутствие клеветы, слухов и домыслов, способствует росту доверия аудитории к нему и уважения.

Интернет-архив сотрудничает с ресурсом «Поиск фактов» [5], посвященным теории журналистских расследований. Фактически это изложение учебника под названием: «Расследовательская журналистика: стратегии расследования-источники-информаторы» профессора Йоханнеса Людвига. Это исключительно полезный для начинающего журналиста-расследователя ресурс. На нем можно найти как теоретические разделы, так практические советы по подготовке расследования, полезные образцы расследований, ссылки на немецкие и русские сайты.

Вторую типологическую группу зарубежных интернет-ресурсов представляет один из старейших сайтов – «IRE – Investigative Reporters and Editors» [6], располагающийся по адресу www.ire.org. Он был создан в 1975 году. В этом же году в Индианаполисе прошло первое собрание, на котором присутствовали более 300 репортеров из ведущих американских изданий. Данный ресурс очень важен для журналистов-расследователей, так как не только публикует результаты журналистских расследований, но и занимается подготовкой специалистов в данной области.

Вот какие задачи ставит перед собой ресурс www.ire.org:

1. Соблюдение высоких профессиональных стандартов расследований;
2. Защита прав журналистов-расследователей;

3. Обеспечение подготовки кадров, ресурсов и поддержки журналистам-расследователям;

4. Обеспечение будущего «IRE».

На сайте можно найти качественные материалы журналистских расследований, созданных по всем канонам данного жанра. Авторы расследований именитые журналисты, преимущественно американские, такие как Сара Хатчинс (Sarah Hutchins), Алисон Прэнг (Allison Prang) и Крис Халсн (Chris Halsne).

Еще одним серьезным исследовательским ресурсом подобного рода является «ICIJ – International Consortium of Investigative Journalism» [7] («Международный консорциум журналистов-расследователей»). Основан сайт в 1997 году уважаемым американским журналистом Чаком Льюисом (Chuck Lewis). Данный ресурс – это площадка, на которой размещают свои расследования 185 журналистов-расследователей из 65 стран.

В целом, совокупность исследовательских интернет-архивов, как отечественных, так и зарубежных – мощный фактор развития выполняющей свою миссию[8] исследовательской журналистики в целом, что, несомненно, способствует оздоровлению нашего общества.

Литература

1. Библиотека компромата. Compromat.ru // <http://www.compromat.ru/> (дата обращения 08.01.2016 г.)

2. Первое антикоррупционное СМИ: <http://pasm.ru/archive/133125> (дата обращения 14.01.2016 г.)

3. Тертычный А.А. Антикоррупционные журналистские расследования на региональных сайтах // Вестник МГУ. Сер. 10 Журналистика. 2014. №6. С. 181.

4. Архив инициативных расследований и репортажей // www.vsvet.org ; www.ansTageslicht.de; www.in2public.org / (дата обращения 08.01.2016 г.)

5. Поиск фактов // <http://poiskfaktov.anstageslicht.de/> (дата обращения 08.01.2016 г.)

6. IRE – Investigative Reporters and Editors // www.ire.org/ (дата обращения 08.01.2016 г.)

7. ICIJ – International Consortium of Investigative Journalism // www.icij.org / (дата обращения 08.01.2016 г.)

8. Шум Юлия. Журналистское расследование. Спб., 2008. С. 8.

МОБИЛЬНОЕ ПРИЛОЖЕНИЕ КАК ИНСТРУМЕНТ РАЗВИТИЯ ИНФОРМАЦИОННОГО ПРОСТРАНСТВА ВУЗА

О.А. Вольф,

ассистент, аспирант

Хакасский государственный университет им. Н.Ф.Катанова (Россия)

E-mail: oles-sya@mail.ru

Аннотация. В статье рассматривается роль мобильного приложения в развитии информационного пространства высшего учебного заведения. Делается вывод о том, что в современных условиях разработка мобильного приложения вуза является перспективным направлением развития корпоративных коммуникаций.

Ключевые слова: вуз, информационное пространство, мобильное приложение.

Summary. The article discusses the role of mobile apps in the development of the information space of a higher educational institution. The author concludes that in modern conditions the creation of the University's mobile application is a perspective direction of development of corporate communications.

Keywords: University, information space, mobile application.

Информация в настоящее время имеет особое значение. Информационная эра предполагает интеграцию коммуникационных систем, расширение возможностей доступа людей к информации и практически мгновенного обмена ею. Перечисленные свойства характерны для современного глобального информационного пространства.

К исследованию информационного пространства и общества обращались многие учёные. Основные подходы к интерпретации термина «информационное пространство» связаны с уровнем осмысления понятия, которое выражается с помощью прилагательного «информационный». Первый подход делает акцент на технической стороне процесса передачи информации; «информационное пространство» в данном случае определяется только как электронное пространство. К примеру, изучая информационное пространство вуза, исследователь Е.Некрасова обращается в своей статье исключительно к проблемам информационных технологий, информатизации [1]. В некоторых словарях указанный подход находит своё отражение в дефиниции термина «информационное пространство». Для примера приведём следующее определение из «Толкового словаря по информационному обществу и новой экономике»: «1. Интегральное электронное информационное пространство, образуемое при использовании электронных сетей. 2. Те сферы в современной общественной жизни мира, в которых информационные коммуникации играют ведущую роль» [2].

В рамках второго подхода понятие «информационное пространство» предполагает более широкую интерпретацию указанного термина. Например,

учёный Н.Э.Шишкин характеризует информационное пространство как «пространство, которое охватывает тот или иной объем фактов реального мира» [3]. Свободная интернет-энциклопедия «Википедия» предлагает читателям следующее определение: «Информационное пространство – совокупность результатов семантической деятельности человечества» [4]. В данной работе мы опираемся на широкое толкование информационного пространства, в которое включаем понятие «сетевое информационное пространство», обозначающее электронное пространство и обслуживающие его специальные технологии.

Как отмечается в научной литературе, «гуманистические идеи и современные системы связи, коммуникаций и информации открывают новые возможности...» [5]. С позиций гармонизации современных технологий и гуманистических принципов можно рассматривать не только глобальное информационное пространство, но и локальные информационные поля, относящиеся к определённой территории или организации.

Исследователи Игнатов В.С. и Пименова Д.В. обращают внимание на тот факт, что специфика любой социальной организации «проявляется в том, что, во-первых, они внедряют специфические для конкретного вида деятельности информационные технологии и, во-вторых, удовлетворяют специфические для каждой сферы жизнедеятельности индивида информационные потребности» [6, с. 6]. Особые информационные потребности членов какой-либо социальной организации обуславливают функционирование различных корпоративных средств массовой информации и коммуникации.

Наличие разнообразных СМИ и СМК в структуре высшего учебного заведения, в том числе, создаваемых и внедряемых с помощью новейших информационных технологий, позволяет говорить о системной организации информационных потоков вуза. Набор «составляющих» информационного поля конкретного образовательного учреждения индивидуален, однако можно заметить, что в последнее время активно развиваются компоненты, связанные с Интернетом. Например, исследователь М.С.Петрова, рассматривая в 2012 году информационный компонент социокультурной среды Института педагогики и психологии Костромского государственного университета им. Н.А.Некрасова, выделяла в его структуре следующие элементы: ресурсный центр, периодическое печатное издание (студенческую газету «Ремарка»), информационные стенды, сайт, странички в социальных сетях [7, с. 13].

Сегодня практически все высшие учебные заведения в России имеют свои «представительства» в глобальной сети – веб-сайты, страницы в социальных сетях (см., к примеру, официальный сайт и страницу во «ВКонтакте» Хакасского государственного университета им. Н.Ф.Катанова: <http://khsu.ru/>, https://vk.com/khsu_ru). Можно образно сказать, что эта стадия информатизации корпоративных коммуникаций вузами уже пройдена. На очереди новое перспективное направление – мобильные приложения.

Мобильными приложениями называют программы, разработанные для мобильных устройств, функционирующих на платформах iOS, Android,

Windows Phone и т.п. Мобильные устройства, в том числе поддерживающие указанные платформы, сейчас широко распространены. Компанией IBS совместно с ВЦИОМ в 2014 году было проведено исследование в нескольких университетах, которое показало, что «степень использования мобильных технологий участниками образовательного процесса <...> можно определить как очень высокую: владельцами мобильных устройств являются 99% опрошенных студентов и 95% преподавателей» [8]. Между тем, по данным сайта ibs.ru, в настоящее время мобильные технологии ещё очень слабо используются в образовательных целях.

Стоит отметить, что определённые шаги в сторону внедрения новых технологий в информационное пространство некоторых вузов уже были сделаны. Например, в июле 2013 года появилось приложение Санкт-Петербургского государственного университета для iPhone / iPod Touch, в июне 2014 года было презентовано мобильное приложение Российского государственного гуманитарного университета. Имеются и научные работы, освещающие различные аспекты создания и использования мобильных приложений в образовательных организациях. Например, в 2014 году вышла статья Р.М.Магомедовой и Ф.Р.Раджабова, студентов Дагестанского государственного университета, посвящённая разработанному ими мобильному приложению, позволяющему студентам и кафедре вуза работать с системой студенческих портфолио при помощи «мобильных устройств под управлением операционной системы Windows Phone 8.0» [9, с. 11]. Кроме того, существуют работы, в которых рассматриваются возможности использования мобильных технологий для обучения [10], для привлечения абитуриентов [11], а также содержится описание проектов мобильных приложений вуза для студентов [12].

На наш взгляд, вузовские приложения для студентов в перспективе могут стать важнейшим элементом корпоративных коммуникаций. В современных условиях, когда студенты практически не выпускают телефоны из рук, доступ к информационному контенту высшего учебного заведения через мобильные устройства является наиболее оперативным и удобным.

Информационное сопровождение студентов является неотъемлемой частью образовательного процесса и социализации обучающихся. Вузовские интернет-ресурсы позволяют студентам иметь различные источники получения информации и возможности для её хранения и передачи. Особенно важными в этой связи становятся, во-первых, системная организация информационных потоков в Интернете, относящихся к учебному заведению, и, во-вторых, формирование информационной культуры у студентов.

В настоящее время в информационном пространстве практически любого вуза кроме сайта и страниц в соцсетях существуют дополнительные электронные ресурсы. В Хакасском государственном университете, к примеру, имеются такие:

– Образовательный портал, на котором выкладываются учебно-методические комплексы по всем дисциплинам основных профессиональных образовательных программ;

– система обучения «Moodle», дающая студентам и сотрудникам вуза доступ к кабинетам модульно-рейтинговой системы обучения и сайту дистанционного образования Института повышения квалификации и переподготовки кадров ХГУ;

– Научная библиотека ХГУ, в которой размещён электронный каталог и открыт доступ к полнотекстовым научным ресурсам, и др.

Для доступа к каждому ресурсу студенту необходимо регистрироваться, причём иногда регистрация должна происходить с компьютеров, принадлежащих к локальной сети Университета. Например, для получения возможности доступа из дома к ресурсам Научной библиотеки ХГУ, студенту необходимо пройти регистрацию с компьютера университетской локальной сети при помощи кнопки «Получить удаленный доступ». Кроме того, пароли и логины к некоторым ресурсам (например, к Образовательному portalу) формируются ежегодно; они сложны для запоминания, студенты часто забывают и теряют их. Кроме того, по признанию обучающихся, зачастую они путаются в разнообразных интернет-ресурсах, а также им бывает просто лень пользоваться сайтом и каждый раз авторизироваться.

В связи с перечисленными фактами становится понятной небольшая популярность исследуемых образовательных ресурсов в студенческой среде. В этом отношении вузовское мобильное приложение для студентов, в котором можно было бы, единожды зарегистрировавшись в личном кабинете, иметь быстрый доступ к важнейшим ресурсам без авторизации, значительно увеличило бы количество обращений целевой аудитории к образовательным ресурсам, следовательно, повысилась бы их эффективность. Мобильные приложения могут послужить для гармонизации «отношений» людей и высоких технологий, упростив процесс получения информации для обучающихся.

Использование новейших каналов коммуникации позволит студентам овладеть навыками правильного и оперативного поиска необходимой информации, научиться производить отбор и систематизацию найденных материалов, применять полученные знания в разных сферах своей деятельности, а также понимать значимость информационной безопасности в современном обществе.

Таким образом, разработка вузовских мобильных приложений для студентов является перспективным направлением развития корпоративных коммуникаций и важнейшим фактором развития информационного пространства высших учебных заведений.

Литература

1. Некрасова Е. Информационное пространство вуза [Электронный ресурс] // Журнал «CIO». 2006. №12. URL: <http://www.computerra.ru/cio/old/offline/2006/55/300175/>, дата обращения: 20.01.2016.

2. Толковый словарь по информационному обществу и новой экономике [Электронный ресурс]. 2007. URL: <http://www.vocable.ru/dictionary/1127>, дата обращения: 20.01.2016.
3. Шишкин Н. Э. Основы журналистики [Электронный ресурс]. 2004. URL: <http://all-sci.net/jurnalistika/informatsionnoe-prostranstvo-20491.html>, дата обращения: 20.01.2016.
4. Информационное пространство [Электронный ресурс] // Википедия: Свободная энциклопедия. URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/%C8%ED%E4%EE%F0%EC%E0%F6%E8%EE%ED%ED%EE%E5_%EF%F0%EE%F1%F2%F0%E0%ED%F1%F2%E2%EE, дата обращения: 20.01.2016.
5. Геташвили И.Т., Латышева А.И., Иванова Е.В., Разумов А.И. Гармонизация технологий и гуманизма [Электронный ресурс] // Концепт. 2012. № 10 (октябрь). URL: <http://www.covenok.ru/koncept/2012/12138.htm>, дата обращения: 20.01.2016.
6. Игнатов В.С., Пименова Д.А. Информационное пространство. Структура и функции // Известия высших учебных заведений. Поволжский регион. Общественные науки. 2007. № 3. С. 3-10.
7. Петрова М. С. Информационное обеспечение социального воспитания студентов вуза // Вестник Костромского государственного университета им. Н.А. Некрасова. Серия Гуманитарные науки: Педагогика. Психология. Социальная работа. Акмеология. Ювенология. Социокинетика. 2012. Выпуск № 1-2. Том 18. С. 13-14.
8. Иванченко Д. BYOD в российских вузах: все только начинается [Электронный ресурс] // Сайт «IBS». 2014. URL: <http://www.ibs.ru/media/media/byod-v-rossiyskikh-vuzakh-vse-tolko-nachinaetsya/>, дата обращения: 25.01.2016.
9. Магомедова Р.М., Раджабов Ф.Р. Мобильное приложение поддержки ведения портфолио студентов // Проблемы современной науки и образования. 2014. № 4 (22). С. 11-12.
10. Макачук Т.А., Шиянова А.А., Баша Н.В. Мобильные приложения для организации группового обучения в вузе // Международный научно-исследовательский журнал. 2014. № 8-2 (27). С. 84-85.
11. Сачков Д.И., Лозный Е.Ю. Мобильное приложение как эффективный механизм привлечения абитуриента // Известия Иркутской государственной экономической академии. 2013. Выпуск № 6 (92). С. 21-25.
12. Пашенко А.П., Синебрюхов К.В., Янкович К.С., Пашенко А.П. Мобильное приложение «ТПУ» // Ресурсоэффективным технологиям – энергию и энтузиазм молодых: сборник научных трудов VI Всероссийской конференции (Томск, 22-24 апреля 2015 г.). Томск: Национальный исследовательский Томский политехнический университет, 2015. 311 с. С. 448-451.

СОДЕРЖАТЕЛЬНАЯ И ЖАНРОВАЯ СПЕЦИФИКА НОВОСТНЫХ ИНТЕРНЕТ-ПОРТАЛОВ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

А.А. Градюшко,

кандидат филологических наук, доцент

Белорусский государственный университет (Республика Беларусь)

E-mail: webjourn@gmail.com

Аннотация. В статье рассматриваются важнейшие тенденции развития белорусской веб-журналистики. Анализируется влияние интернет-технологий на творческую деятельность журналиста. Раскрываются некоторые закономерности функционирования интернет-СМИ. Развиваются теоретические подходы к изучению массмедиа новейшего периода в конвергентном информационном пространстве. Показывается, что в последние годы существенно изменилась структура белорусского медиарынка. Стремительное развитие сектора онлайн-медиа потеснило традиционные СМИ и вызвало заметное перераспределение финансовых, рекламных и кадровых потоков.

Ключевые слова: новости; заголовок; конвергенция; визуализация; информационные и коммуникационные стратегии; портал; интернет; онлайн-медиа; модели распространения новостей.

Summary. Article deals with the main trends of development of Online Journalism in Belarus. The analysis of the influence of digital technologies on journalists' creativity is given. Some objective laws governing the function of Internet mass media are presented. The paper advances the theoretical approaches to the study of mass media in the modern period of converged information space. Structure of Belarus media market has dramatically changed in recent years. Rapid development of online media sector put competitive pressure on traditional Mass Media and caused apparent reallocation of financial, advertising and personnel streams.

Keywords: news; headline; convergence; visualization; information and communication strategies; portal; internet; online media; models of news distribution.

Проведенный нами анализ белорусской медиасферы показывает, что в большинстве случаев наиболее успешными моделями интернет-СМИ являются порталы. Понятие «портал», как правило, включает в себя крупный сайт, объединяющий различные универсальные сервисы, которые посетители используют наряду с чтением новостей. В их перечень входят почта, поиск, форумы, финансы, погода, различные интерактивные услуги. Порталы – наиболее крупный тип интернет-СМИ в Республике Беларусь. Он является своеобразной отправной точкой входа в интернет-пространство [1, с. 52].

Попытаемся изучить журналистский аспект функционирования порталов на примере двух крупных игроков белорусского рынка интернет-СМИ: Tut.by и Onliner.by. Портал Tut.by был создан в 2000 г. бизнесменом Юрием Зиссером, портал Onliner.by – в 2001 г. журналистом Виталием Шуравко. Изначально эти

интернет-ресурсы выбрали разные стратегии развития, однако к концу 2000-х гг. их информационные поля пересеклись.

Предыстория создания Tut.by следующая. В начале марта 2000 г. журналист Сергей Дмитриев написал на форуме газеты «Компьютерные вести» о том, что у него есть идея создания бесплатного почтового сервиса для прочитавший этот форум руководитель частного унитарного предприятия «Надежные программы» Юрий Зиссер. Со дня их личной встречи 15 марта 2000 г. и начался Tut.by. После стажировок в США в 2000 г., в эпоху первого интернет-бума, у Юрия Зиссера появилась мечта создать успешный бизнес в белорусском интернете. В то время примером для всеобщего и подражания в мире был портал Yahoo!. Именно с него и взяли пример. «Наша цель – стать белорусским Yahoo!» – заявил руководитель ресурса. Разработка веб-ресурса началась в июле 2000 г. и была завершена уже осенью.

Портал Tut.by начал свою работу 5 октября 2000 г. и уже в первые месяцы стал самым посещаемым сайтом белорусского интернета. Первоначально он включал в себя лишь бесплатную электронную почту, новости в виде архива и анонсов, погоду, курсы валют, цены на топливо и гостевую книгу. В конце 2000 г. к списку сервисов были добавлены форумы. Далее идея трансформировалась в проект создания крупного портала для жителей Беларуси, который займет центральное место в белорусском интернете. Проект стал рентабельным уже в октябре 2002 г., несмотря на отсутствие иностранных инвестиций. Первые год-два портал ежедневно посещали более 20 тыс. человек. На протяжении 2001–2004 гг. в рамках портала было открыто более трех десятков тематических разделов, посвященных компьютерам, интернету, музыке, культуре, образованию, авто- и мототехнике. В данный момент их более 60.

По мере развития портала в его структуре появлялись новые сервисы – бесплатные объявления, поиск по Байнету, «Работа TUT!», «Афиша», «Каталог» и др. В 2005 г. была анонсирована система электронных магазинов, а также разделы «Финансы TUT» и «Фото TUT». В разделе «Финансы» размещена информация о курсах валют, вкладах, кредитах, сети банкоматов и филиалов банков. Есть возможность совершать платежи по банковским карточкам через интернет, вести учет трат, а также производить расчет платежей по кредитам. В конце 2006 г. был представлен раздел IT.TUT.BY, посвященный информационным технологиям. На ресурсе представлен еженедельный дайджест, актуальный сборник ИКТ-показателей белорусского рынка, календарь событий отрасли, мониторинг вакансий по белорусскому ИКТ-рынку, а также новости на темы науки и технологий. В июне 2007 г. был создан бесплатный сервис для ведения онлайн-дневников на портале Tut.by. Блогосфера Tut.by насчитывает порядка 3000 активных блогеров. Популярны также форумы. Сегодня на них зарегистрировано более 520000 пользователей.

В декабре 2007 г. начало свое вещание «Радио TUT», которое в 2008 г. сменило формат с музыкально-информационного на гостевое. В феврале 2008 в Байнете появилась первая площадка личного общения – i.Tut.by («Я TUT»).

На текущий момент в сети зарегистрировано более 1500000 пользователей. В июне 2009 г. был запущен проект, посвященный строительной тематике. В дальнейшем радио трансформировалось в интернет-телевидение Tut.by-TV. Женский ресурс портала «Леди» был запущен весной 2012 г. Он содержит новости и авторские статьи на тему здоровья, отношений, шопинга, карьеры, моды и путешествий. Проект «Авто» предлагает новости на автотематику: автобизнес, тест-драйвы, происшествия, автоспорт, позволяет воспользоваться кредитным и таможенным калькуляторами, в режиме онлайн увидеть очереди на границе. Торговая интернет-площадка портала Tut.by появилась осенью 2012 г. Она предназначена для поиска, выбора и покупки товаров в интернет-магазине. Следует иметь в виду, что в феврале 2009 г. бизнес Tut.by приобрел международный характер – совместно с российскими и казахстанскими партнерами был открыт казахстанский портал nur.kz. В период с 2010 по 2012 г. аналогичные партнерства были налажены в Азербайджане (day.az) и Узбекистане (olam.uz). В мае 2012 г. в Нигерии был запущен портал naij.com. Он стал одним из наиболее успешных проектов Tut.by. Посещаемость нигерийского портала менее чем за полгода превысила 250000 уникальных пользователей, он также имеет более 500000 подписчиков в Facebook.

Практика показывает, что все больше и больше людей заходят в сеть и читают СМИ с мобильных устройств, так что логично будет предлагать им продукт, оптимизированный под их нужды. Версия портала m.tut.by была разработана для удобства просмотра сайта с помощью мобильных устройств (телефонов, смартфонов, планшетов). Посещаемость мобильной версии в 2013 г. достигала 19 тыс. уникальных посетителей в сутки. Добавим, что белорусский портал Tut.by одним из первых среди новостных сайтов создал мобильное приложение для Android. С момента выхода в мае 2011 г. через Android Market (Google Play) его загрузили более 35 тыс. раз. При помощи мобильного приложения TUT.BY обладатели Android-устройств могут узнавать новости (в том числе региональные), обсуждать события, смотреть и загружать видеоматериалы, а также следить за эфиром мобильного телевидения.

Показательно, что основу бизнеса Tut.by составляет интернет-реклама, приносящая две трети дохода. В январе 2002 г. появился Центр электронного бизнеса Tut.by, цель которого – оказание платных и бесплатных услуг для белорусских предприятий, организаций и учреждений. Вторая по значимости доходная статья – платный хостинг. Портал Tut.by изначально представлял собой агрегатор новостей, заимствующий контент. Подавляющее большинство материалов, публикуемых на портале, составляли сообщения множества белорусских и зарубежных источников. При этом основными поставщиками белорусских новостей являлись информационные агентства (БелТА, БелаПАН, «Интерфакс-Запад»), печатные средства массовой информации («Комсомольская правда» в Белоруссии), «Советская Белоруссия», «Рэспубліка», «Звязда», «Прессбол») и интернет-издания («Белорусские новости», «Ежедневник» и др.).

По определенным причинам руководство портала отказывалось от авторских текстов. Изначально преимущество ленты новостей Tut.by заключалось в объеме предоставляемой информации. В 2004 г. на Tut.by пришла нынешний главный редактор портала Марина Золотова. Упор на уникальность контента был сделан в конце 2000-х гг. Редакцией Tut.by был взят курс на рост уникального контента с сохранением и последующим уменьшением доли заимствованного. До сих пор широкое тематическое разнообразие и формирование картины дня для своих пользователей остается одним из преимуществ ресурса. Портал Tut.by имеет на главной странице 15 рубрик, в каждой из которых ежедневно публикуется от 3 до 15 новостей. По будням в общей сложности на главной странице портала публикуется около 200 материалов, в выходные дни – около 50. Посещаемость титульной страницы TUT.BY в начале 2016 г. в сутки в будние дни составила более 600 тыс. уникальных пользователей.

Другой популярный белорусский портал – Onliner.by – начал свою работу 14 февраля 2001 г. В начале 2000-х гг. стало очевидно, что мобильная связь в Беларуси развивается стремительными темпами, однако на рынке не хватало специализированных изданий, способных удовлетворить интерес аудитории к ней. Журналист Виталий Шуравко решил открыть проект, который первоначально имел название «О мобильном». Сайт он запускал в одиночку, самостоятельно работал над дизайном, писал тексты. На начальном этапе портал представлял собой небольшой авторский блог, посвященный теме мобильных телефонов и технологий мобильной связи. В белорусском сегменте сети интернет это был первый информационный ресурс подобного рода.

Первоначально один из ведущих на сегодня игроков белорусского рынка интернет-СМИ позиционировал себя так: с февраля 2001 г. Onliner.by предлагает читателям самые свежие новости о мобильной связи и мобильных технологиях в Беларуси и во всем мире, ежемесячные обзоры рынка, тесты оборудования, тематические обзоры и аналитические статьи. Наша цель – держать вас в курсе всех важных событий, происходящих на рынке мобильной связи в нашей стране и за рубежом. Примечателен тот факт, что Виталий Шуравко по итогам четвертого белорусского интернет-форума by2002 был признан человеком года, а Onliner.by – проектом года. В 2002 г. аудитория сайта составляла 10–15 тыс. уникальных посетителей в день. Ресурс создавался как обычный тематический контент-проект, однако стремительные темпы роста пользователей интернета и мобильной связи в Беларуси за короткий срок превратили специализированный сайт в популярное интернет-издание.

Портал Onliner.by стал популярным благодаря форуму. В начале 2000-х гг. проект превратился в своеобразный виртуальный рынок, где можно было получить техническую консультацию, купить или продать любой технологичный товар, обсудить новости и просто пообщаться. К 2003 г. на форуме было зарегистрировано около 7500 человек, за два года оставлено около 200 тыс. сообщений, каждый день активными являлись более 150 тем, работали 18 модераторов. В апреле 2003 г. на Onliner.by начал формироваться каталог цифровой

и бытовой электронной техники с данными о ценах и продавцах, который в данный момент приносит portalу основную долю прибыли. На момент запуска в нем были представлены только мобильные телефоны. В каталоге Onliner.by размещено больше 254 тыс. объявлений о продаже различных товаров и услуг в 43 категориях.

Долгое время Onliner.by позиционировал себя как информационно-аналитический сайт о цифровых технологиях и мобильной связи, содержащий тематические публикации. При этом основным редакционным разделом были все те же «Технологии». Технику для обзоров предоставляли магазины. Виталий Шуравко неоднократно подчеркивал в своих интервью, что заказных материалов на Onliner.by не было никогда. Со временем тематика материалов была расширена: от мобильных телефонов авторы Onliner.by перешли к более широкой теме цифровых устройств в целом. В 2005 г. «Онлайнер» стал жить под флагом «цифрового стиля жизни», под его логотипом появилась надпись «digital lifestyle». Примечательно, что изначально все материалы на сайте имели авторство Onliner.by. Как отмечал на эту тему Виталий Шуравко, с самого начала были установлены высокие стандарты журналистики, которые исключали непрофессионализм и воровство контента.

В 2008 г. на Onliner.by пришел шеф-редактор Денис Блиц. Он начинал в должности журналиста, до этого работал корреспондентом еженедельника «7 дней», а также главным редактором интернет-телевидения ITV.BY. В конце 2000-х гг. Onliner.by начал расширяться. Посещаемый каталог цифровой техники, активный форум и сервис подачи бесплатных частных объявлений с каждым годом все более увеличивали авторитет ресурса. С каждым годом этот информационно-аналитический сайт о цифровых технологиях и мобильной связи набирал все большую популярность. В августе 2010 г. «Онлайнер» объявил об открытии абсолютно нового редакционного раздела, посвященного миру автомобилей – auto.onliner.by. Вниманию посетителей была представлена лента автомобильных новостей, рассказывающая об основных событиях в стране и мире, а также аналитические материалы. «Авто Онлайнер» изначально базировался на том, чтобы удовлетворять потребность читателя в качественных, оперативных и интересных журналистских материалах. Для работы в редакции автораздела были приглашены опытные журналисты (в том числе из республиканских газет), не первый год занятые в профессии.

Более того, как отмечали создатели Onliner.by, многие авторесурсы Беларуси в погоне за рекламными бюджетами и проплаченными статьями забывали о чаяниях простого человека. До 90% журналистских материалов – это «джинса», которую никому не интересно читать. Каждая новость или статья на auto.onliner.by давала читателям возможность высказать свое мнение в комментариях, принять участие в обсуждении проблем. Именно живое общение позволяет каждому стать членом сообщества Onliner.by. Всего за год «Авто Онлайнер» преодолел планку в 50 тыс. уникальных посетителей в сутки.

Спустя год после запуска автомобильного направления команда Onliner.by сообщила о дальнейшем развитии редакционной части сайта. 10 августа 2011 г. было объявлено о запуске раздела «Недвижимость» – realt.onliner.by. Раздел продолжал такие традиции редакции Onliner.by, как равноудаленность от всех рекламодателей, максимальная близость к читателям, беспристрастность и отсутствие «заказных» материалов. В редакции уверены, что такой подход позволит создать объективную картину в сфере недвижимости Беларуси. Таким образом, «Недвижимость» стала третьим редакционным контент-проектом Onliner.by после «Технологий» и «Авто». Вслед за ее запуском 31 августа 2011 г. вниманию читателей был представлен еще один тематический раздел «Деньги». Обо всех актуальных новостях из мира финансов, цен, банков, акций, курсов и о многом другом всегда можно оперативно узнать на странице dengi.onliner.by.

В феврале 2012 г. титульная страница портала Onliner.by заметно изменилась. Портал сообщил об отказе от концепции digital lifestyle, объявил, что вырос из новостей IT-индустрии и посягнул на следующий уровень – формат многоотраслевого новостного портала. Как указывалось в официальном заявлении, новости из мира технологий оставались главным контентом ресурса, однако затем все изменилось. Портал успешно стартовал с проектами, посвященными автомобилям, финансам и недвижимости, заметно нарастив аудиторию читателей. После редизайна сайта все новые проекты и сервисы были вынесены на главную страницу. Посещаемость портала Onliner.by в начале 2016 г. превысила 500 тыс. уникальных посетителей в сутки.

Другие белорусские порталы, созданные в середине 2000-х гг., не стали столь заметными игроками на рынке, как TUT.BY и Onliner.by. Портал 21.by, именующий себя стартовой страницей Беларуси, был создан в 2004 г. В основе концепции этого веб-ресурса лежит идея создания единой страницы простого доступа к различным источникам информации и сервисам. Портал размещает на своих страницах актуальные новости из различных источников в удобном формате. Этого позволяют добиться специально разработанные сервисы (ленты новостей, рейтинги, индивидуальный поиск новостей, динамическое облако тегов и т. д.). Ежедневная аудитория портала 21.by осенью 2013 г. составляла около 25000 уникальных посетителей в сутки (по данным Google Analytics). Портал представляет собой агрегатор, его посетители в первую очередь интересуются белорусскими новостями и справочной информацией. Основу его аудитории составляют офисные работники, бизнесмены, деловые люди в возрасте от 25 до 44 лет. Титульную страницу новостного портала EJ.BY посещает около 12000–15000 человек в сутки. «Ежедневник» не противопоставляет себя ныне действующим информационным ресурсам и не ставит задачу прямо конкурировать с ними. Сегодня в Беларуси наблюдается явный дефицит деловой информации, а потому места на информационном рынке, как считают создатели этого ресурса, хватает всем. По сравнению с упомянутыми крупными ресурсами более скромное место на информационном поле белорусского интернета занимает

портал n1.by. Он представляет собой дайджест новостей. Редакция сайта ежедневно выбирает самые интересные и актуальные новости из более 200 белорусских и зарубежных источников. Посещаемость составляет около 5000 уникальных посетителей в сутки. В октябре 2006 г. открылся портал об отдыхе и развлечениях relax.by. Проект призван помочь его посетителям организовать свой досуг, сообщить все о культурной жизни столицы, познакомить с теми местами, где можно провести свое свободное время с удовольствием. Посетителям предложены каталог развлекательных заведений и мест отдыха, афиша культурных событий Минска, а также интернет-журнал.

Таким образом, появление и развитие порталов способствовало развитию профессиональной веб-журналистики в Республике Беларусь. В настоящее время в Беларуси она институтирована как самостоятельный компонент системы СМИ. Веб-журналистика обладает своими качественно новыми специфическими особенностями, выражающимися в оперативности, интерактивности, мультимедийности, мобильности, гипертекстуальности, глобальности, а также имеет свою типологию [2, с. 15].

Значительная конкуренция со стороны российских интернет-ресурсов создает нелегкие условия для развития интернет-СМИ в стране. Наблюдается тенденция предпочтения зарубежных интернет-сервисов отечественным. В основном интернет используется как средство общения и развлечения. В этом плане особую актуальность приобретают вопросы создания конкурентоспособного белорусского контента.

Пока многие печатные СМИ еще не до конца понимают специфику рынка интернет-СМИ и запросы интернет-аудитории. В идеале для работы сайта необходимо создать хотя бы небольшую веб-редакцию. Это требует от издателей печатных СМИ принятия мер по реформированию своих изданий. Но сделать это непросто ввиду отсутствия общего подхода и единства путей решения поставленных задач, слабости кадрового состава СМИ, скудности информации о передовом опыте ведущих мировых медиапредприятий Российской Федерации [3, с. 5].

Порталы являются наиболее крупным типом интернет-СМИ в Республике Беларусь. Его преимущество перед другими заключается в многообразии сервисов, которые посетители портала используют наряду с чтением новостей. В данный момент порталы Tut.by и Onliner.by являются самыми крупными игроками на рынке интернет-СМИ в Беларуси. По нашему прогнозу, они будут усиливать свои позиции за счет развития ленты новостей, создания новых тематических проектов и расширения списка сервисов, в первую очередь мультимедийных.

Проблемы становления и развития национальной медиасистемы Республики Беларусь сегодня весьма актуальны, но неизменным остается ее вектор стремительного развития. Современный этап развития медиасферы характеризуется структурными трансформациями. Основные тренды веб-журналистики, на наш взгляд, прослеживаются достаточно четко. Некоторые из них имеют уже вполне

определенные контуры, некоторые только начинают формироваться. Пока что сектор национальных интернет-СМИ еще слишком молод, процесс их развития и информационно-коммуникационной модернизации продолжается.

Литература

1. Вартанова, Е.Л. Постсоветские трансформации российских СМИ и журналистики / Е.Л. Вартанова. – М.: Медиамир, 2014. – 280 с.
2. Градюшко, А.А. Современная веб-журналистика Беларуси / А.А. Градюшко. – Минск : БГУ, 2013. – 179 с.
3. Интернет-СМИ. Теория и практика / под ред. М. М. Лукиной. – М.: Аспект Пресс, 2010. – 348 с.

ВКЛАД ИНТЕРНЕТ-СМИ РЕСПУБЛИКИ ТЫВА В ПОПУЛЯРИЗАЦИЮ И СОХРАНЕНИЕ ТУВИНСКОГО ЯЗЫКА

А.Х-К.Кужугет,

студент

Хакасский государственный университет им. Н.Ф.Катанова (Россия)

E-mail: aialga.k@yandex.ru

Научный руководитель: кандидат исторических наук, доцент **Ю.Б.Костякова**

Аннотация. В статье исследовано развитие интернет-ресурсов на тувинском языке. Дана оценка сайту республиканской газеты «Шын» как средства популяризации национального языка. Определены перспективы дальнейшего использования тувинского языка в онлайн-СМИ.

Ключевые слова: тувинский язык, интернет-СМИ, информационные потребности аудитории.

Summary. The article considers the development of Internet resources in Tuvan language. It is evaluated the site of the republican newspaper «Shyn» as a means of promotion of the national language. The further use of the Tuvan language in the online media is prospected.

Keywords: Tuvan language, online-media, information requirements.

Тувинский язык – национальный язык титульной нации Республики Тыва, составляющей 70% жителей. По данным Всероссийской переписи населения 2002 года на тувинском языке говорит около 250 тыс. человек. 98% тувинцев, живущих на территории Тувы, считают тувинский язык родным [1]. Несмотря на компактность проживания и высокий процент тувинцев, владеющих родным языком, проблема сохранения и популяризации этого языка остается актуальной. Любой язык – главный фактор этнической идентификации, и тувинский язык – не исключение.

Чтобы его сохранять и популяризовать, как считают специалисты, нужно не только издавать толковые словари, но и активно внедрять его в информационные технологии, обеспечить языку достойный инструментарий: онлайн-словари, систему правописания, использовать тувинский интерфейс при создании сайтов и других электронных ресурсов.

Для современного мира язык, не представленный в Интернете, не существует. Поэтому, параллельно с ростом численности тувинских пользователей сети, сегодня первоочередной задачей становится увеличение числа сайтов на тувинском языке, многообразия их тем и направлений. Некоторые языки имеют огромные объемы доступных электронных ресурсов. Пользователи Интернета, говорящие на таких языках, испытывают намного меньше проблем с доступом к информации и обменом ею, чем люди, говорящие на языках, хуже представленных в информационных системах.

Большой вклад в развитие и пропаганду тувинского языка внес А.Кужугет – аспирант Института гидродинамики СО РАН им. М.А.Лавренyteва (г. Новосибирск), участник первого республиканского IT-форума «Инновации – 2013». Занимаясь популяризацией родного языка в онлайн-пространстве, он разработал проект «Тыва Википедия». Сейчас тувинский контент Википедии составляет 518 статей [2]. Им же создан обучающий сайт «Чараш Чугаа» («Красивая речь»). В рамках этого ресурса осуществляется проект просветительского характера для развития «двуязычия» – грамотного использования слов из разных сфер употребления на тувинском и русском языках [3]. А.Кужугет создал «тувинскую» раскладку клавиатуры, перевел более 10 тысяч слов и предложений, чтобы обеспечить пользователей техническими возможностями грамотно набирать тувинские слова.

Благодаря проделанной им работе, студентам Тувинского государственного университета удалось разработать и запустить сайт единственной в республике тувиноязычной газеты «Шын» [4]. Это издание – официальный печатный орган Правительства Республики Тыва. «Шын» является одним из самых тиражных изданий Республики (средний тираж 9-10 тыс. экз.). Поэтому интернет-версию газеты можно рассматривать как одну из форм поддержки тувинского языка. Тувинцы, живущие за пределами Республики и даже России, получают доступ ко всему объему информации о жизни своего региона, вне зависимости от времени публикации таких сообщений. Газета обеспечивает комфортную «языковую среду» для своих читателей.

Рубрикация сайта издания содержит два раздела, которые могут содействовать популяризации тувинского языка – «Культура и искусство» и «Литературная страничка». В них публикуются материалы, посвященные проблемам развития и популяризации тувинского языка, обсуждаются результаты работы ученых-филологов по сохранению базы языка [5].

Так как сектор интернет-СМИ на тувинском языке представлен пока только сайтом одной газетой «Шын», то его вклад в популяризацию национального языка республики можно расценивать как средний. Ощущается необ-

ходимость расширения электронных ресурсов на тувинском языке, в разработке электронного литературного журнала, сайта республиканской детской газеты «Сылдысчыгаш» («Звездочка»). Последнее, как мы считаем, даст возможность детской аудитории узнавать свежие новости на сайте «своей» газеты, пробовать себя в литературном творчестве в рубрике «Проба пера», поможет им повышать свой словарный запас. На наш взгляд, интернет-версия республиканской детской газеты не только привлечет читателей, но и «вытащит» младшее поколение из социальных сетей.

Мы считаем, что создание электронных версий республиканских средств массовой информации на тувинском языке позволит полноценно удовлетворять информационные и культурные потребности представителей коренного населения Республики Тыва, вести пропаганду тувинского языка в Интернете.

Литература

1. Тувинский язык на современном этапе: образовательный аспект. – URL: http://tuva.asia/journal/issue_7/2158-bavuu-syuryun-mv.html (дата доступа 12.02.2016)
2. Тувинская Википедия. – URL: <http://ru.m.wikipedia.org/wiki/> (12.02.2016)
3. Чараш Чугаа: учимся красиво говорить. – URL: <http://tuva.asia/news/tuva/3892-ali-kuzhuget.html> (дата доступа 12.02.2016)
4. Сайт республиканской общественно-политической газеты «Шын» – URL: <http://shyn.ru/> (дата доступа 12.02.2016).
5. Язык – сокровище народа. – URL: http://shyn.ru/дыл_чоннун_ортек_чок_эртинези/ (дата доступа 13.02.2016)

СОЦИАЛЬНАЯ ПРОБЛЕМАТИКА В СЕТЕВЫХ СМИ ГЛАЗАМИ БУДУЩИХ ЖУРНАЛИСТОВ

М.В. Симкачева,

кандидат филологических наук, доцент

Казанский (Приволжский) федеральный университет (Россия)

E-mail: msimkach@yandex.ru

Аннотация: В статье рассматриваются особенности освещения социальной темы в сетевых СМИ. Автор обобщает результаты исследования социального медиаконтента, проведенного совместно с начинающими журналистами.

Ключевые слова: социальная тема, социальные вопросы, контент-анализ, медиаматериалы, сетевые СМИ.

Summary. The article discusses the features of social theme in online media. The author summarizes the results of the research of content of social theme in the media. The study was conducted with young journalists.

Keywords: social theme, content analysis, media texts, online media.

Данное исследование проводилось в рамках практикума учебного курса «Основы журналистской деятельности: проблематика СМИ» совместно со студентами 2 курса отделения массовых коммуникаций Высшей школы журналистики и медиакоммуникаций Института социально-философских наук КФУ в период с октября 2015 по февраль 2016 г. и является пилотажным исследованием, результаты которого представлены в данном материале. Цель данной работы – научить студентов профессиональному чтению (просмотру) медиаматериалов и выявлению особенностей освещения разных тем журналистами. По итогам работы подготовлено 3 научных публикации (2 из них – студентами-журналистами).

Некоторые социальные тенденции в современных медиа

Социальная тема была и остается актуальной всегда, потому что имеет непосредственное отношение к обществу, к его проблемам. Социальная жизнь общества охватывает широкий спектр тем социальной проблематики, определена тематическими направлениями.

Социальные вопросы прямо или косвенно касаются каждого человека в повседневной жизни. Это вопросы, связанные с личным социальным благополучием и социальной стабильностью (наличие семьи, работы, стабильной зарплаты); это социальная защищенность граждан (пенсии, стипендии, материнские выплаты, помощь людям, попавшим в сложную жизненную ситуацию); вопросы соблюдения социальных прав свобод (право на труд и отдых, защита от безработицы, защита семьи, детства); вопросы социальной напряженности и социального кризиса, связанные с общей общественно-политической и экономической обстановкой в стране, в мире. Бытовые заботы, с которыми сталкиваются люди ежедневно, также лежат в плоскости социальной темы. Людям всегда интересно то, что происходит рядом с ними, в их городе, им важно, как реализуются их социальные права. Человека, так или иначе, затрагивают социальные проблемы общества. Это красноречиво подтверждают разные паблики в социальных сетях, блогосфера, видеохостинги, комментарии под медиаматериалами. По наблюдениям исследователей, «именно в этом коммуникативном пространстве в большей степени заявляет о себе социальная журналистика. Контент, транслируемый в СМИ, создается самой аудиторией и отражает то, что действительно интересует людей» [1]. В рамках данной тематики поднимаются вопросы, связанные с медициной и здравоохранением, образованием, социальными выплатами, доходами, формированием потребительской корзины, уровнем жизни и благосостояния людей, их трудовой деятельностью, социальной инфраструктурой, культурной жизнью общества, про-

исшествиями. Это актуальнейшие темы кризиса, затрагивающего все сферы жизни, всех и каждого; межнациональных отношений, миграция и другие.

Несмотря на видимую актуальность и значимость социальной темы, она не является приоритетной в современных медиа в описанном выше контексте. На переднем плане по информационной важности, объему и частоте освещения остаются «политика», «экономика», «промышленность», «бизнес», а «социалка» практически «выдавлена» из повестки дня и занимает второстепенные позиции. Социальная журналистика ушла, в лучшем случае, в новостные выпуски или вплетена в темы политики и экономики, отдельные ток-шоу на телевидении. Качественная аналитика, выявляющая причины возникновения социальных проблем, способствование их решению, отстаивание общественных интересов, моральная поддержка людей, попавших в сложную жизненную ситуацию – где все это в современной журналистике?

Ученые отмечают тенденции, характеризующие современную журналистику, которые отчасти объясняют, почему сейчас социальная тема с ее гуманитарным функционалом и высоким предназначением сходит на нет.

Одной из таких тенденций является отодвигание классического журналистского текста из контента современных медиа. Эта закономерность ярко проявляется на современном телевидении и радио, где превалирует информационно-развлекательный контент – инфотейнмент, постановочные и развлекательные ток-шоу, реалити шоу, фильмы, сериалы, игры, музыка, реклама. Многие передачи, замечает Е.Вартанова, содержат неявную рекламу, предлагая product placement – размещение рекламируемых товаров и услуг в журналистском тексте. В результате на телеэкран широкой волной выплескиваются авторские программы о кулинарии, ремонтах, дизайне интерьеров, «начиненные» продвижением всем нужных продуктов питания, отделочных материалов, мебели... Это журналистика или уже нет? [2]

СМИ в новостях сообщают об индексации пенсии, о переходе на новую систему выплат матерям и т.д. Тематический спектр новостной социальной тематики на региональном телевидении (и не только) ограничивается текущими проблемами ЖКХ, транспорта, состояния дорог, повышения цен, происшествий. Зачастую говорят в большей степени о положительном решении социальных проблем. Социальная проблематика уходит в постановочные шоу, показывающие жизненные проблемы людей, благотворительные акции, специальные интернет-проекты.

Другой исследователь и теоретик социальной журналистики Т.Фролова говорит о снижении социальной роли современной печатной периодики. «Главная проблема связана со старением аудитории «серьезной прессы», являющейся традиционным потребителем печатных СМИ. Следствием чего стало падение тиражей и снижение социальной и просветительской роли периодической печати в обществе; рост потребительского спроса на чисто развлекательные издания; экономическая и политическая зависимость значительной части российской периодики, особенно региональных и местных газет, от органов власти и групп влия-

ния; недостаточность государственной поддержки изданий для социально уязвимых групп и культурно-просветительской прессы» [3, с. 95].

Говоря об общероссийских печатных изданиях, Т.Фролова указывает, что, например, в «Российской газете» «проблемы разных социальных слоев населения освещаются в свете государственных реформ и полезных советов. Поводом для публикаций становятся выступления чиновников или законопроекты, которые предлагают решение ситуации. Описанию реального положения дел внимания уделяется меньше. В «Известиях» тактика такая – не поднять, а, напротив, снизить значимость социального его раздроблением и произвольностью отбора фактов. Едва ли такой подход может быть оценен как эффективный с позиций социальной приоритетности [3, с.103, 106].

В своей монографии «Гуманитарная повестка российских СМИ. Журналистика, человек, общество» Т.Фролова рассмотрела разные виды СМИ с точки зрения наличия и качественно-количественного состава социальной проблематики в разных видах СМИ, после чего пришла к заключению о недостаточной проработке концепции данного тематического направления в большинстве газетных изданий; о противоречии между предметной и функциональной составляющими контента в специализированных СМИ социальной направленности; о том, что гуманитарные контент-модели в электронных СМИ не занимают достаточного места и объема времени, но определенно привлекают внимание аудитории. Ожидания, связанные с развитием общественного телевидения, пока не оправдываются [3, с. 153].

Уход от сложных тем, иногда глубоко проблемных, противоречивых и в каких-то случаях неудобных для проработки и освещения – тенденция, свойственная не только социальной теме, но и всей современной журналистике. Журналистика меняется с точки зрения формы, контента. В XXI веке журналистика стала другой – в пользу этого тезиса достаточно доводов привела Е.Вартанова в статье «О современном понимании СМИ и журналистики» [2].

Штрихи к портрету социальной журналистики (исследование начинающих журналистов)

Социальная тематика в современных медиа рассматривается в контексте происходящих преобразований с учетом мировых информационных трендов. И те, кто сейчас только постигают азы этой непростой профессии, учатся создавать материалы, соответствующие ожиданиям аудитории, действительно нужные и интересные. Радует, что будущие журналисты не потеряли интерес к социальным проблемам. Об этом говорит тот факт, что студентам был предложен самостоятельный выбор, и большинство из них обратились к социальной журналистике. Возможно, такой выбор объясняется тем, что с социальной сферой связаны их насущные каждодневные заботы. Эта тема, как оказалось, – одна из приоритетных как в журналистской практике студентов, так и в их научно-исследовательской работе в рамках университетских дисциплин. Попытку проведения изучения социальной темы в СМИ предприняли студенты-

журналисты, выбрав для изучения и анализа сетевые издания, так как на сегодняшний день они пользуются большой популярностью. Для наибольшей объективности и разносторонности выводов рассматривались федеральные и региональные интернет-СМИ: «Взгляд.ру», «Реальное время», «Бизнес Online», ИА «Татар-Информ», ток-шоу «Прямой эфир» с Борисом Корчевниковым [4].

СМИ и материалы, затрагивающие социальную тематику в данных изданиях, были определены случайной выборкой. Выбор СМИ обусловлен популярностью изданий и интересом к ним самих исследователей. Для детального изучения специфики освещения проблематики СМИ, студентам была предложена методика анализа содержания медиаматериалов. Работа с материалами СМИ по предложенной методике предполагала: обоснование выбора изданий, актуальности темы, ее конкретизацию, указание рубрики и/или тематических полос, определение места данной темы в изучаемом СМИ. При анализе материалов СМИ были учтены следующие критерии:

- содержание проблемы,
- насколько проблема значима для общества,
- какие слои общества она затрагивает,
- причины ее возникновения,
- степень напряженности проблемы,
- наличие разных взглядов на проблему: от обывателя до специалиста,
- пути решения проблемы,

Принадлежность материалов СМИ к социальной теме определена по тому, какие события в них освещены, по их заголовкам, лидам, поднимаемым проблемам.

Основной метод исследования – контент-анализ. Применен сравнительный анализ (сравнение материалов разных авторов, работающих в едином тематическом профиле в одном издании, сравнение материалов в разных медиа, сравнение контента сетевых изданий федерального и регионального уровня).

Проведенное исследование направлено, во-первых, на выявление особенностей (специфики, закономерностей, журналистского подхода) освещения социальной темы в изучаемых СМИ. Во-вторых, оно имеет прикладное значение: обобщая журналистский опыт освещения социальных вопросов в СМИ, изучая медиаматериалы, будущие журналисты формируют профессиональное видение социальной темы в современном медиаполе, аналитическое мышление и практические навыки. Практическая работа с медиаматериалами формирует умение выявлять и описывать проблему, вычленять ключевые моменты в журналистском тексте, определять позицию автора и его роль в решении проблемы, а также расстановку смысловых акцентов, глубину отражения темы, использование эмоционально-выразительных и оценочных средств.

В ходе работы было определено тематическое многообразие социальной темы, рассмотрены основные принципы подачи социальных материалов, выявлены особенности освещения темы (проблемы) в изучаемом (-ых) СМИ

и предпринята попытка соотнести их с реальным положением дел или с реальными интересами аудитории.

Будущие журналисты попытались понять, поднимаются ли действительно глобальные нужные вопросы, помогает ли журналист решать конкретные проблемы людей.

Посмотрим присутствие социальной темы в федеральных и региональных сетевых СМИ – каким увидели социальный медиаконтент начинающие журналисты.

«Взгляд.ру» – популярное деловое интернет-издание, специализируется на оперативных новостях, публикации актуальной информации и аналитических материалов о российской и международной политике, бизнесе и финансах, а также событиях культуры и спорта. Рассчитано на деловых людей, работающих в самых разных отраслях российского бизнеса. Всех их объединяет отсутствие свободного времени и желание, тем не менее, не только оставаться в курсе происходящих событий, но и знать немного больше о событиях, людях и явлениях.

На сайте предусмотрена обратная связь с читателями – комментирование материалов, голосование по вопросам поднимаемой тематики, в разделе «контакты» имеются адреса и телефоны, по которым можно связаться с редакцией, предложить и отправить свои материалы. Модель вещания – 24/7.

Материалы социальной направленности представляет рубрика «Общество», отличающаяся большим охватом тем: от самых обыденных вопросов (выплата стипендий, переименование улиц, борьба с курением, состояние туристической и др.) до тем, связанных с внутренней и внешней политикой государства (о строительстве подводных лодок нового поколения в США и Великобритании, об усилении России воздушной разведки в Сирии и пр.).

Все материалы содержат вводную часть, следующую после лида и предваряющую основной текст, где автор в постановке вопроса указывает его социальную значимость или проблему, касающуюся широкого круга людей.

Так, например, в материале Ивана Чернова «Жильцов российских домов хотят заставить оплачивать комнаты для курения» автор знакомит с новыми правилами по созданию и оснащению мест для курения. Вот как эта вводная часть выглядит:

«...специальные места для курения теперь могут появиться в подъездах многоквартирных домов и на судах дальнего плавания. Требования подразумевают наличие надписи «Место для курения», пепельницы и освещения в темное время суток. Работодатели должны будут оборудовать таким образом все места, где курят сотрудники [5].

С такой же подводки начинается актуальный материал Романа Крецула «Системе ОСАГО предупреждают коллапс»:

«Российский союз автостраховщиков (РСА) анонсировал введение с 1 июля новых бланков ОСАГО, существенно усилив степень их защиты...» [6].

Далее в развитии мысли авторы привлекают к рассмотрению поставленного вопроса как экспертов, так и простых людей.

Отличительной чертой подачи материалов в данном издании является сопровождение основного текста дополнительными материалами: выноски с основной мыслью – цитатой в тексте; голосование читателей по данному вопросу; подборка ссылок на дополнительные и популярные материалы по указанной теме; ключевые слова; гиперссылки в тексте и комментирование текста пользователями.

Приведем пример выносок с цитатами:

«Страховые компании никак не хотят понять, что главное, что вызывает уклонение от ОСАГО и мошенничество в этой сфере, – завышенные тарифы [6].

«У коллектора и сейчас, если должник не пускает и не берет трубку, нет никаких законных методов воздействия, кроме как подать в суд» [7].

Материалы издания «Взгляд.ру» отличаются постановкой вопроса: одного или нескольких, последовательно и логично появляющихся в тексте, автор отвечает на них, ссылаясь на указанные источники и экспертные мнения:

Вопрос может логично появиться в тексте: *«Что изменится, а что нет для тех, кто имеет право законно требовать долги, а также для тех, с кого их требуют?» [7].*

Или вопрос содержится в лиде: *«В четверг начался визит патриарха Кирилла в Латинскую Америку, который продлится более десяти дней и будет включать в себя историческую встречу с папой римским. В этой связи есть два вопроса: чего можно ждать от встречи с папой, и зачем патриарху вообще нужен столь длительный визит? Ответ на каждый из них, так или иначе, связан с Украиной» [8].*

Почти в каждом материале отмечается всестороннее рассмотрение темы: комментарии специалистов, экспертов, апелляция к официальным источникам информации, оценки аналитиков. Авторы выражают разные точки зрения от обывателя и до специалиста по какой-либо проблеме. Часто встречается отсылка к официальным документам.

Тексты разделены на блоки с подзаголовками, что облегчает восприятие.

В материалах газеты «Взгляд.ру» мы не увидели эмоциональной окраски и выражения авторской позиции. Мнение складывается из комментариев специалистов, оценок экспертов.

Так как данное СМИ позиционирует себя как деловое издание, то в материалах поднимаются только самые актуальные и проблемные вопросы. Сайт пополняется новыми материалами ежечасно, социальные материалы в разном контексте появляются ежедневно. Авторы предоставляют читателю лишь необходимую информацию, а сами остаются в стороне и не выражают своей позиции. Все тезисы в материалах аргументированы, подкреплены официальными документами и мнениями экспертов. Тексты не имеют эмоциональной окраски,

а знак материалов всегда нейтральный. Все это говорит о максимальной объективности автора.

Количество комментариев и их окраска говорит о заинтересованности пользователей, остроте проблемы, об актуальности поднимаемой темы. Все материалы, используемые для анализа, прокомментированы пользователями.

«Реальное время» – интернет-газета предоставляет информацию о социальной, политической, спортивной и экономической сферах, а также аналитику происходящих событий. Издание для людей, равнодушных к процессам, происходящим в обществе, среди которых: бизнесмены, финансисты, спортсмены. Присутствует обратная связь с аудиторией: возможен репост материала в «ВКонтакте», «Twitter» и «Facebook», а также комментирование материалов. Модель вещания: 24/7.

Социально-общественные публикации появляются в общей «Картине дня» на главной странице портала и (или) подготовлены аналитической службой «Реального времени».

Проблема, как правило, отражена в названии материала и подтверждает социальную направленность и значимость:

«Первое банкротство «физика» в РТ: «Платить за долги, которых я не брал, это несправедливо» [9];

«Затянуть пояса: кризис заставил банки сокращать вознаграждения для сотрудников [10];

«Ипотека в Татарстане: занимаем меньше, отдаем хуже и больше» [11];

«Фруктовая корзина в Татарстане: осень взвинтила цены на 30-50%» [12];

«Рынок жилья Казани: затаившиеся дольщики и падающий спрос» [13];

Восприятие большого по объему текста облегчает деление на смысловые блоки, гиперссылки к материалам по теме, наглядные графики, фотографии, таблицы, сопровождающие текст выноски – самые главные и интересные цитаты, раскрывающие суть проблемы: *«Я как поручитель по кредитному договору несу солидарную ответственность в размере 40 миллионов с копейками. Надеюсь, вы понимаете, что воспользоваться этими средствами я не могу» [9].*

Текст сопровождают компетентные мнения.

Несмотря на лаконичность и простоту оформления сайта, здесь поднимаются проблемные, важные и интересные для людей темы. «Картина дня» предстает как в информационных сообщениях, так и в аналитике проблемных ситуаций. Социальная тема не выделена в отдельный блок или рубрику, а лишь просматривается в информационных заголовках.

«Бизнес Online» – деловая электронная газета Татарстана, в которой минимум официоза и информационного мусора, максимум того, что действительно волнует людей, принимающих решения. Не только освещает события, но и пытается расшифровать смысл, одно из самых цитируемых СМИ РТ [14].

Данное издание не обошло стороной социальную тему. Она представлена в рубрике «Общество» на главной странице в разделе «События», а также социальным спецпроектом, организованным «Бизнес-онлайн» совместно с Русфон-

дом, имеющем благотворительную цель и большую практическую значимость. Это благотворительный проект «Помощь детям» – сбор средств на лечение тяжелобольных детей. Другие спецпроекты – это, как правило, актуальнейшая в свое время повестка событий, связанная с нашей республикой, городом: спасение озера, судьба центра Казани, выборы, фестивали, пожары, ЧП.

Вопросы, которые поднимаются в публикациях сетевой газеты «Бизнес Online», актуальны для жителей РТ и не только, так как деловое издание затрагивает широкий спектр тем, в том числе и социальной направленности:

«Лучшие не поехать в Египет и остаться живым. И поехать куда-то по России» [15].

Рубрика «Общество» помещает, в том числе, и рекламные материалы. Например, такой материал, размещенный на правах рекламы: *«Иран готовится заменить для татарстанцев Турцию»* [16].

Медиа материалы «Бизнес-онлайн» отличаются четкой структурой текста, визуализацией (множеством фотографий, видео), внимание отвлекает лишь баннерная реклама.

Содержание характеризуется полнотой информации, привлечением к комментариям представителей из официальных структур, наличием экспертного мнения, реплик. «Бизнес Online» старается разобраться в причинах проблемы и дойти до сути самого вопроса, чтобы объяснить читателю цепочку, приводящую к проблеме. Журналистские тексты отличаются большим объемом и подкрепляются визуально.

ИА «Татар-Информ» – ведущее информационное агентство РТ, отметившее в 2015 году свое 25-летие, одно из самых влиятельных и крупнейших СМИ Татарстана и Поволжья.

Наличие вкладок и рубрик, отражающих социальные вопросы («Общество», «Картина дня», «Социальный хаб», «Жалуйтесь.ру»), ясно демонстрирует отношение агентства к социальным проблемам общества. Присутствует обратная связь с читателем, выраженная, например, в комментировании материалов, возможности задать вопрос представителю власти и др.

Рубрика «Общество» содержит широкий спектр тем, касающихся не только республики, но и выходящей далеко за ее пределы. Эта же тематика отражена в общей «Картине дня». Информация актуальна и будет интересна самым разным категориям людей. Целью материалов социальной темы ИА «Татар-Информ» в большинстве случаев являются информирование и освещение общественно значимых событий. Материалы с такими заголовками заполняют рубрику «Общество»:

«В Москве появится монумент погибшим при исполнении обязанности журналистам» [17].

«Глава Альметьевского района РТ ответит на вопросы читателей ИА «Татар-Информ» (Здесь же задать вопрос может каждый: так работает обратная связь) [18].

«Почти 390 тыс. кв. м жилья введено в Татарстане с начала года» [19].

«Синди Кроуфорд исполнилось 50 лет» [20].

«Сегодня всемирный день социальной справедливости» [21].

В некоторых материалах тема не теряет своей актуальности, значимости и спустя длительное время. Например, важная информация социального характера, размещаемая на правах рекламы:

«Татфондбанк» профинансировал лечение детей» [22].

Информационную ленту дополняют: подборка новостей по теме, фотогалерея, собственное видео, видео из интернета.

Тексты содержат только важную информацию, без выраженной авторской позиции, эмоций и других «красивостей» – только объективное информирование, даже в социальной информации рекламного характера. Тексты представлены в информационно-деловой стилистике, непредвзято и максимально точно, что не теряет к ним читательский интерес.

Журналисты ИА «Татар-Информ» стремятся максимально полно и глубоко осветить проблемы, поднимаемые в своих материалах. В качестве источников при создании материалов журналистами используются исключительно мнения компетентных лиц, очевидцев (ими могут выступать также и сами корреспонденты).

Отметим, что, формируя «Картину дня», ИА «Татар-Информ» уделяет достаточно внимания социальной теме.

С 2015 года ИА «Татар-Информ» предлагает читателям услугу «Хаб социальной активности» («Социальный хаб»), где в on-line режиме подаются единой лентой наиболее популярные сообщения органов государственной власти Российской Федерации, Республики Татарстан, общественных организаций, предприятий, ведущих СМИ из блогеров из социальных сетей твиттер, фэйсбук, инстаграм [23].

По всем важнейшим событиям года информационное агентство ведет специализированные проекты.

Многие годы популярностью пользуется спецпроект «Татар-Информ» «Жалобная книга Рунета «Жалуйтесь.ру» [23].

«Прямой эфир» – ток-шоу с Борисом Корчевниковым.

Тематическая направленность: самые острые и злободневные темы, то, что волнует всех, проблемы простых людей, оказавшихся в непростых жизненных ситуациях. Сложные проблемы обычных людей и знаменитостей в прямом эфире телеканала «Россия»: нашумевшие истории о подростковой жестокости, громкие преступления, вопрос лишения материнства и другие события, вызывающие общественный резонанс. В прямом эфире рассматриваются ситуации, которые прямо или косвенно влияют на человека и, с точки зрения значительного числа участников программы, являются достаточно серьезными проблемами, требующих коллективных усилий по их преодолению. Цель программы – не только обсуждение проблемы, но и попытка найти выход из сложившихся ситуаций, разобраться в причинах того, что произошло и выяснить, кто же стоит за всем этим и какие ожидаются последствия. Данная программа помогает

главным героям решить их проблемы, преодолеть трудные ситуации и не сдаваться. «Прямой эфир» – программа о том, о чем обычно не рассказывают средства массовой информации!» – такова официальная информация о программе на ее сайте [24].

Обратная связь с аудиторией: для желающих обратиться в программу предоставлены отдельные телефоны. Обменяться мнениями могут телезрители и те, кто пришел в студию. На сайте возможно оставить свое мнение о программе и поделиться видео в соцсетях. Модель вещания: 5 раз в неделю (с понедельника по пятницу).

На ток-шоу приходят люди с реальными проблемами в ожидании помощи в их разрешении.

Обозначим критерии, по которым ток-шоу отнесено нами к общественной теме:

- обсуждаются вопросы, которые прямо или косвенно влияют на человека;
- обсуждаются серьезные проблемы, требующие совместных усилий по их преодолению;
- необходимость стабилизации и быстрого решения этих проблем;
- обсуждаются проблемы, значимые в масштабах страны;
- темы, требующие общественного обсуждения: важна позиция людей, попавших в проблемную ситуацию, специалистов, лидеров общественных и политических организаций, представителей власти;
- всестороннее обсуждение ситуаций и стремление к улучшению жизни людей.

О том, что в «Прямом эфире» рассматриваются важные социальные проблемы, красноречиво говорят названия программ:

Прямой эфир 19.02.16 – Тайная операция: жизнь с чужим лицом (о пластической хирургии).

Прямой эфир 17.02.16 – Беспредел в супермаркете: «Охранники прыгали на мне и сломали ребра»

Прямой эфир 10.02.2016 – «Он зовет меня жирной коровой!» Иосиф Пригожин стесняется родной дочери?

Прямой эфир 08.02.2016 – «Я сожгу твой дом!» Коллекторы объявили охоту на должников.

Прямой эфир 20.01.2016 – Ужас и надежда: шестнадцать часов в снежном капкане (о заносе дороги в Оренбургской области).

Прямой эфир 16.12.2015 – Семейные расстановки: сын миллиардера убил мать после тренингов?(о трагедии, произошедшей в Казани).

На сайте программы дается подробная текстовая подводка, вводящая в тему. Текст дополняется фотографиями и видео.

Есть возможность пересмотреть понравившиеся программы, или посмотреть их впервые – на сайте ток-шоу большой архив программ за разные годы. Всегда есть обновление свежих записей, комментариев и произошедших событий. Кроме основных выпусков программы, на сайте есть, важная, на наш

взгляд, вкладка «Помощь». Это сбор средств для участников программы – людям с тяжелыми заболеваниями, которых возможно спасти:

Прямой эфир от 5 ноября 2015 года – сбор средств для трехлетней участницы передачи Вики Никитиной со страшным диагнозом: синдром проклятия Ундины. Вика не может самостоятельно дышать с первых дней жизни.

Прямой эфир от 18 мая 2015 года – сбор средств для Ларисы Черниковой. Диагноз – лимфома. Один день жизни Ларисы стоит 1100 евро! Родные продали квартиры, все, что могли, но деньги быстро заканчиваются из-за дорогостоящего лечения. Все вместе мы можем помочь Ларисе вернуться к жизни!

Такой благотворительный социально важный проект реализует программа «Прямой эфир».

Итак, в рассмотренных нами СМИ общественно значимые вопросы поднимаются. Больше всего информационных сообщений социального характера выдают информационные агентства. В региональных сетевых газетах социальная информация зачастую носит локальный характер и интересна жителям республики. Что касается форм представления контента, то социальные вопросы могут быть представлены в виде актуальной социальной проблемы, социальной рекламы, включены в материалы политической и экономической направленности. В сетевых изданиях возможна реализация специальных общественно значимых и благотворительных проектов, различных форм обращения общественности к представителям власти, в том числе и посредством СМИ, возможность оставить свое мнение в комментариях под журналистским материалом. Таким образом, читатели (пользователи) становятся участниками или создателями контента, транслируемого СМИ и включены в процесс общественного обсуждения социальной темы.

Заключение

В подведении итогов проведенного исследования обозначим основные тенденции состояния социальной темы в СМИ на современном этапе:

1. Социальная тема присутствует в современных медиа, но перешла в разряд информирования заинтересованных категорий граждан в области социальных вопросов.

2. Социальные проблемы, если и поднимаются, то, в большей степени, показывается положительный опыт или, наоборот, сообщается о кадровых перестановках, связанных с не решением социальных вопросов, а описанию реального положения дел уделяется незначительное место. Очевидно, из-за ситуационно сложных вопросов, требующих комплексного рассмотрения и решения, неудобной проработки проблемы, привлечения к проблеме людей разного уровня, социальная тема не является приоритетной и предпочтительной в современных медиа.

4. Социальный медиа-контент составляют информационные сообщения о событиях общественного, социального характера, отдельные социальные про-

екты, благотворительные акции, коммерческая социальная информация (социальная реклама), информация скандального содержания, о трудных жизненных ситуациях людей.

5. Социальная тема входит в раздел общественных вопросов и поднимается в рубрике «Общество», отдельных тематических полосах, программах ТВ, специальных проектах и очерчена очень широко, что, зачастую, выводит ее из сферы проблем социума.

5. По наблюдениям исследователей, в сетевых СМИ и в сети Интернет в целом, социальная тема поднимается чаще и больше, чем в печатных изданиях и, даже, на телевидении.

6. Региональные сетевые СМИ уделяют достаточно внимания социальной сфере. Зачастую, это актуальные для граждан республики вопросы, которые действительно их волнуют, интересуют и важны с точки зрения их решения.

7. Социальная тематика региональных интернет-СМИ отличается локальным характером информации – освещение проблем местного республиканского или городского уровня, в них наблюдается постановка проблемы и комплексное ее рассмотрение.

8. Сетевые СМИ предлагают больше возможностей вовлечения к рассмотрению социальных проблем самих читателей (пользователей) через средства обратной связи, способствуя формированию социального контента СМИ в перспективе.

9. В рассмотренных нами материалах СМИ не прослеживается авторская позиция, оценка ситуации, мнение. Эмоции и человеческое отношение наблюдается лишь в ток-шоу, транслируемых в прямом эфире. Это эмоции и мнения приглашенных людей, но не ведущего программы.

10. В деловых изданиях социальные вопросы рассматривается комплексно: с привлечением к обсуждению как компетентных лиц, так и простых людей. В информационных агентствах – это сообщения информационного характера. Ток-шоу посвящают отдельные программы конкретной социальной проблеме, где сообщая, с приглашенными в студию гостями и зрителями, пытаются найти выход или решить проблемный вопрос. Наибольшему раскрытию темы в сетевых СМИ способствуют включение в контент дополнительных материалов по теме.

11. Несмотря на то, что аудитория принимает участие в обсуждении социальных проблем (это видно по количеству комментариев), все-таки, наблюдается тенденция (которая подмечена разными исследователями) усталости людей от проблем, негатива и нагнетания напряжения, которыми изобилуют СМИ, аудитория отдает предпочтение развлекательно-релаксационному контенту.

12. Изменение контента и предложение в большей степени информации развлекательного типа, что характерно для современного телевидения и радио способствуют отодвиганию зачастую проблемных социальных вопросов на второстепенные позиции.

Литература

1. Дорошук Е.С. Из выступления на конференции «Гуманизация информационного пространства в контексте диалога культур». – Казань, 11 февраля 2016 г.
2. Вартанова Е.Л. О современном понимании СМИ и журналистики // Медиаскоп, 2010, №1. [Электронный ресурс]. Доступно на: URL: <http://www.mediascope.ru/node/521> (режим доступа – свободный).
3. Фролова Т.И. Гуманитарная повестка российских СМИ. Журналистика, человек, общество М.: МедиаМир, 2014. 352 с.
4. «Прямой эфир» с Борисом Корчевниковым – ток-шоу Телеканала Россия 1, но анализировались выпуски в сети. [Электронный ресурс]. Доступно на: URL: <http://pryamoj-efir.ru> (режим доступа – свободный).
5. Чернов И. Жильцов российских домов хотят заставить оплачивать комнаты для курения // Взгляд.ру. 14 октября 2015. [Электронный ресурс]. Доступно на: URL: <http://vz.ru/society/2015/10/14/772254.html> (режим доступа – свободный).
6. Крецул Р. Системе ОСАГО предрекают коллапс // Взгляд.ру – 11 февраля 2016. [Электронный ресурс]. Доступно на: URL: <http://vz.ru/society/2016/2/11/793697.html> (режим доступа – свободный).
7. Крецул Р. Ограничения на коллекторов наложат в ускоренном порядке // Взгляд.ру. – 17 февраля 2016. [Электронный ресурс]. Доступно на: URL: <http://vz.ru/society/2016/2/17/794874.html> (режим доступа – свободный).
8. Чаусов А. Патриарх летит в Латинскую Америку из-за русского мира // Взгляд.ру. – 11 февраля 2016. [Электронный ресурс]. Доступно на: URL: <http://vz.ru/society/2016/2/11/793486.html> (режим доступа – свободный).
9. Семягин Д., Елфимова В. «Первое банкротство «физика» в РТ: «Платить за долги, которых я не брал, это несправедливо» // Реальное время. – 10.11.15. [Электронный ресурс]. Доступно на: URL: <http://realnoevremya.ru/today/16713> (режим доступа – свободный).
10. Гатаулин Ф., Кошечев С. Затянуть пояса: кризис заставил банки сокращать вознаграждения для сотрудников» // Реальное время. – 19.11.15. [Электронный ресурс]. Доступно на: URL: <http://realnoevremya.ru/analytics/17939> (режим доступа – свободный).
11. Гатаулин Ф. Ипотека в Татарстане: занимаем меньше, отдаем хуже и больше // Реальное время. – 2.11.15. [Электронный ресурс]. Доступно на: URL: <http://realnoevremya.ru/analytics/16293> (режим доступа – свободный).
12. Семягин Д., Городанинова М. Фруктовая корзина в Татарстане: осень взвинтила цены на 30-50% // Реальное время. – 15.10.15. [Электронный ресурс]. Доступно на: URL: <http://realnoevremya.ru/analytics/15935> (режим доступа – свободный).
13. Зарипова Г. Рынок жилья Казани: затаившиеся дольщики и падающий спрос // Реальное время. – 16.11.15. [Электронный ресурс]. Доступно на: URL: <http://realnoevremya.ru/analytics/17637> (режим доступа – свободный).

14. Бизнес – онлайн. Официальная информация издания. [Электронный ресурс]. Доступно на: URL: <http://www.business-gazeta.ru/article/9650/> (режим доступа – свободный).

15. Вильданова Э., Сергеев Е., Головатая А. Лучше не поехать в Египет и остаться живым. И поехать куда-то по России // Бизнес-онлайн. – 19.02.16. [Электронный ресурс]. Доступно на: URL: <http://www.business-gazeta.ru/article/302508/> (режим доступа – свободный).

16. Иран готовится заменить для татарстанцев Турцию. – 16.02.16/ [Электронный ресурс]. Доступно на: URL: <http://www.business-gazeta.ru/article/302186/> (режим доступа – свободный).

17. «В Москве появится монумент погибшим при исполнении обязанности журналистам» // ИА «Татар-Информ». – 20.02.2016. [Электронный ресурс]. Доступно на: URL: <http://www.tatar-inform.ru/news/2016/02/20/492565/> (режим доступа – свободный).

18. «Глава Альметьевского района РТ ответит на вопросы читателей ИА «Татар-Информ» // ИА «Татар-Информ». – 20.02.2016. [Электронный ресурс]. Доступно на: URL: <http://www.tatar-inform.ru/news/2016/02/20/492546/> (режим доступа – свободный).

19. «Почти 390 тыс. кв.м жилья введено в Татарстане с начала года» // ИА «Татар-Информ». – 20.02.2016. [Электронный ресурс]. Доступно на: URL: <http://www.tatar-inform.ru/news/2016/02/20/492527/> (режим доступа – свободный).

20. «Синди Кроуфорд исполнилось 50 лет» // ИА «Татар-Информ». – 20.02.2016. [Электронный ресурс]. Доступно на: URL: <http://www.tatar-inform.ru/news/2016/02/20/492399/> (режим доступа – свободный).

21. «Сегодня всемирный день социальной справедливости» ИА «Татар-Информ». – 20.02.2016. [Электронный ресурс]. Доступно на: URL: <http://www.tatar-inform.ru/news/2016/02/20/492397/> (режим доступа – свободный).

22. «Татфондбанк» профинансировал лечение детей // ИА «Татар-Информ». – 20.02.2016. [Электронный ресурс]. Доступно на: URL: <http://www.tatar-inform.ru/news/2016/02/20/492564/> (режим доступа – свободный).

23. ИА «Татар-Информ» // Официальная информация об агентстве. [Электронный ресурс]. Доступно на: URL: <http://www.tatar-inform.ru/about/> (режим доступа – свободный).

24. «Прямой эфир» // официальная информация о программе. [Электронный ресурс]. Доступно на: URL: <http://pryamoj-efir.ru/o-programme/> (режим доступа – свободный).

СТРУКТУРНЫЕ ОСОБЕННОСТИ ИНТЕРНЕТ-ПРЕДСТАВИТЕЛЬСТВ МЕДИА РТ (НА ПРИМЕРЕ ИНТЕРНЕТ-ПРЕДСТАВИТЕЛЬСТВ ГАЗЕТЫ «КАЗАНСКИЕ ВЕДОМОСТИ» И ГТРК «ТАТАРСТАН»)

Т.С. Староверова,

аспирант

Казанский (Приволжский) федеральный университет (Россия)

E-mail: _anil_@bk.ru

Аннотация. Автор исследует интернет-представительства региональных средств массовой информации – газеты «Казанские ведомости» и ГТРК «Татарстан» с целью выявления их структурных особенностей и построения схем, отображающих их структуру.

Ключевые слова: интернет-представительство, интернет-СМИ, региональные СМИ, структурный анализ

Summary. The author studies Internet representation of regional newspaper and TV-channel. Main aim is identifying their structural features and construction of schemes that reflect the structure.

Key words: Internet media, Internet representation, regional media, structural analysis.

Наступивший период времени характеризуется широким распространением и повсеместным использованием интернет-технологий. В интернет-среде можно найти абсолютно все – товары, услуги, информацию, общение. Форма представления информации в интернете различна, но вся она располагается на сайтах. Каждая организация стремится создать свою страничку и сделать ее более привлекательной, чем у конкурентов. Средства массовой информации также пришли в среду Интернет с ростом ее популярности среди населения, то есть потребителей информации, которую предоставляют СМИ.

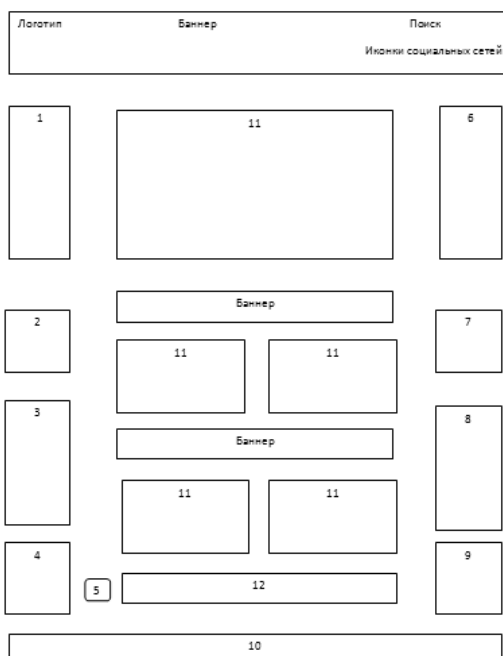
Структура интернет-представительства средства массовой информации подобна конструктору. Существует определенный набор блоков, из которых складывается все содержание сайта. Каждое средство массовой информации, а точнее человек, отвечающий за создание его интернет-представительства, собирает из этих частей именно то, что предусмотрено техническим заданием. Основные компоненты:

- Главное меню – вся навигация по сайту начинается отсюда.
- Рекламные блоки – чаще всего это рекламные баннеры.
- Блок комментариев – необязательный элемент. Иногда выносится отдельно для подстегивания пользовательской активности, либо для того, чтобы обратить внимание на определенную новость.
- Блок анонсов – анонсирует предстоящие события или передачи.
- Информационные блоки – основной контент сайта.

- Интерактивный блок – содержит опросы, голосования, чаты.
- Подвал сайта (footer) – здесь размещаются данные о средстве массовой информации, контакты, адреса и телефоны.
- Шапка сайта (header)– верхняя часть страницы, где наполнение варьируется в зависимости от целей создания сайта. Шапка – то место, куда сразу падает взгляд посетителя.

В проведенном исследовании были сравнены структурные схемы построения сайтов интернет-представительств газеты «Казанские ведомости» [1] и ГТРК «Татарстан» [2]. Архитектура сайта важна для удобства поиска информации и удобства использования в целом, она неразрывно связана с контентом сайта и его оптимизацией.

Таблица 1



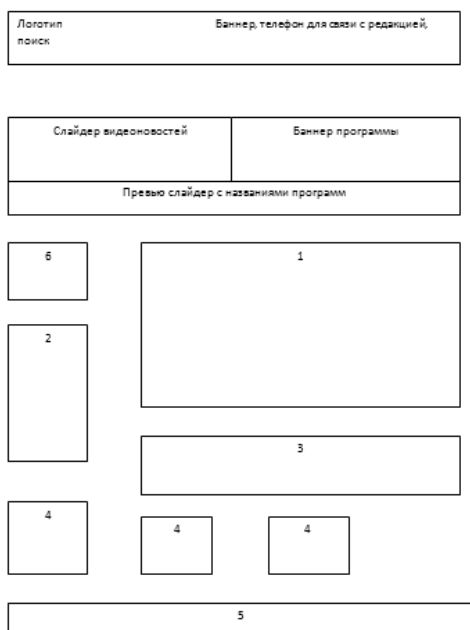
В таблице 1 представлена схема сайта интернет-представительства газеты «Казанские ведомости» [1].

- 1- Главное меню
- 2- Модуль «Календарь»
- 3- Реклама «Яндекс-директ»
- 4- Блок комментариев
- 5- Кнопка «Наверх»

- 6- Блок анонса новостей
- 7- Блок со скриншотом свежего номера
- 8- Другие информационные блоки
- 9- Опрос
- 10- Подвал сайта (footer)
- 11- Блок новостей
- 12- Блок фотографий

Элементы с номерами 6,7,8,9 – правая колонка. Наверху элемент, содержащий логотип, баннер, строку поиска и иконки ссылок на группы в социальных сетях – шапка сайта (header). Блоки 11 и 12 – контентная часть сайта.

Таблица 2



По архитектуре сайтов сразу можно определить основную проблему. У сайта ГТРК «Татарстан» [2] – это сложное, запутанное построение информационного пространства, где нет возможности четко разделить блоки на секции. Все они смешиваются в глазах между собой, не позволяя выделить что-то одно и рассредотачивая внимание. Отсюда затруднение в поиске информации пользователями на сайте. У сайта интернет-представительства газеты «Казанские ведомости» [1] есть четкая логичная разбивка на колонки, как в настоящей газете. Это дает возможность быстро ориентироваться среди представленного контента и находить интересующие вас материалы. Меньшее количество мультимедийных элементов не дает глазам чрезмерно напрягаться и не отвлекает от основного смысла статей. На сайте ГТРК «Татарстан» [2] наоборот слишком много элементов мультимедиа, что рассеивает внимание пользователя и вызывает рябь в глазах из-за обилия ярких цветов. Обилие фотографий и иконок также лишают сайт какой-либо индивидуальности, полностью скрывая его оригинальную стилистику.

Наиболее эффективным видом деятельности в Интернете является создание своего сайта. Под архитектурой сайта мы понимаем расположение различных его блоков относительно друг друга и распределение их взаимосвязей. Архитектура сайта должна учитываться еще на стадии его разработки, она неразрывно связана с контентом сайта и его оптимизацией. Для конечного пользователя очень важно удобство поиска информации и использования ресурса в целом, что также зависит от правильности архитектуры сайта интернет-представительства.

Литература

1. Сайт газеты «Казанские ведомости». [Электронный ресурс]. Доступно на: URL: <http://www.kazved.ru> (режим доступа свободный).
2. Сайт ГТРК «Татарстан». [Электронный ресурс]. Доступно на: URL: <http://www.trt-tv.ru> (режим доступа свободный).

АУДИОВИЗУАЛЬНЫЕ ПРОИЗВЕДЕНИЯ МЕДИАКУЛЬТУРЫ: ТЕЛЕЗРИТЕЛИ И ТЕЛЕОБРАЗЫ

И.В. Чельшева,

кандидат педагогических наук, доцент
Таганрогский институт имени А.П.Чехова (Россия)
E-mail: ivchelysheva@yandex.ru

Аннотация. В статье рассматриваются проблемы аудиовизуальных произведений медиаккультуры массовых коммуникаций, в частности – телевидения, позволяющего транслировать образы реальности на любые расстояния, изменяющего представление о чувственном восприятии мира.

Ключевые слова: медиакультура, аудиовизуальные медиа, телевидение, визуальный образ.

Summary. The article deals with the problems of audiovisual works of media culture of mass communications, in particular – television allowing to broadcast images of reality over all distances and changing the idea of the sensory perception of the world.

Keywords: media culture, audiovisual media, television and the visual image.

К важнейшим свойствам современной системы массовых коммуникаций, где каждая «отдельная коммуникация является и средством коммуникации и самим сообщением» (Маклюэн), относится полионтологичность, способность выступать интегратором культурной среды, особым образом отражать реальность. Репрезентация реальности ориентируется не на отражение, а на производство собственных событий, которые заключаются в изменении структуры организации информационного потока.

Основные свойства медийной и виртуальной реальности, которая приобретает в современных условиях не столько технологический, сколько «метафорический характер», заключаются в способности выступать симуляционным субститутom реальной действительности. Это находит свое проявление в визуализации различных мысленных образов, задает время и пространство, оказывает влияние на ценности и приоритеты.

Информационно-коммуникативное пространство медиакультуры репрезентует в современных условиях разноректорные дискурсы, влияющие на систему ценностей. Здесь трудно переоценить влияние произведений аудиовизуальной медиакультуры. Визуальная и аудиовизуальная (экранная) медиакультура, к которой традиционно относят фотографию, кино, телевидение, видео, Интернет и др., приобретает характер доминирующей медиасреды. Благодаря широкомасштабному охвату, экран выступает важным средством приобщения человека к миру современной культуры, способствует социализации, формированию вкусов и жизненных позиций аудитории.

Эпоха телевидения, по мнению М. Маклюэна, «завершает цикл чувственного восприятия мира человеком. С вездесущим ухом и движущимся глазом мы уничтожили письмо – акустиковизуальную метафору, которая определила динамику развития западной цивилизации. Телевидение вводит в практику активный исследовательский подход, который включает в себя все чувства одновременно, а не одно зрение. Вам приходится быть «с» ним. В телевидении образы проецируются на вас. Вы служите экраном. Образы обволакиваются вокруг вас. Вы являетесь точкой исчезновения. Это создает своего рода направленность вовнутрь, обратную перспективу» [1, с. 347].

Неслучайно с появлением телевидения, позволяющего транслировать образы реальности на любые расстояния, и изменяющего представление о чувственном восприятии мира, медиареальность приобретает статус социокультурного феномена. Создание иллюзии «слияния» телезрителя и телеобраза обеспе-

чили телевидению возможности свободного проникновения в жизненное пространство и время человека, сделали ТВ не только собеседником, но и советчиком и учителем. В.И.Михалкович отмечает: «Существенное отличие ТВ от иных средств информации и состоит в том, что все онтологически и пространственно далекое ТВ сделало близким, придвинув на расстояние взгляда, что позволяет оптически «ощупывать» увиденное, любоваться и наслаждаться им...» [2].

В самом деле, опыт общения с телевизионной медийной реальностью во многом обуславливает представления, которые складываются у современного человека об окружающем мире. Однако, «вместо того чтобы более или менее точно отражать какие-то внешние события, телевидение превратилось в реальность, с которой сравнивают окружающий мир. Мир, как его видят СМИ, стал для многих людей более реальным, чем сама жизнь» [3, с. 16].

Во второй половине XX столетия телевидение стало не только одним из самых доступных источников трансляции визуальных образов, но и способом снятия эмоционального и психологического напряжения. Компенсаторные механизмы телевизионного зрелища создали предпосылки превращения ТВ в популярное средство отдыха и получения самых разнообразных эмоций. Развиваются развлекательные каналы, позволяющие человеку окунуться в беззаботное времяпрепровождение, не отвлекаясь на серьезные проблемы повседневности. Во многом это определяется быстрой окупаемостью шоу-проектов, по сравнению, скажем, с аналитическими программами.

Освещение событий в СМИ на сегодняшний день выступает своеобразным артефактом, демонстрирующим, какие именно события происходят в мире и как они происходят. Факт отсутствия освещения событий в СМИ (события «бастуют») равнозначен тому, что его и не было вовсе. В статье «Войны в Заливе не было» [4], Бодрийяр называет события в Персидском Заливе войной масс-медиа, в которой они, собственно, и победили. Состояние человека, погруженного в виртуальные образы, Бодрийяр описал так: «Я живу в виртуальном. Отправьте меня в реальное, и я не буду знать, что делать». М.Кастельс также придерживается близкой позиции к Бодрийяру, говоря о виртуальном: «Эта виртуальность и есть наша реальность. Вот что отличает культуру информационной эпохи: именно через виртуальность мы в основном производим наше творение смысла» [5, с. 237].

Ежедневно представляя аудитории разные (особенно с появлением многоканального и спутникового ТВ) интерпретации реальности, телевидение сегодня стало не только источником информации, но и трибуной дискуссий. Интерактивные телепрограммы, позволяющие телезрителям чувствовать себя активными участниками происходящих событий, вызывают эмоционально-психический эффект, сходный с тем, который вызывается в процессе создания компьютерной виртуальной реальности, например, компьютерной игры. А.Г.Чикирис подчеркивает: «Ближайшее будущее телевидения связано с так называемыми нишевыми каналами, которые – в отличие от эфирных, ориентированных на абстрактную массу – выстраивают свою политику, исходя из ин-

тересов и потребностей группы индивидов» [6, с. 11]. И если телевидение советского периода предлагало единую модель реальности «реальности для всех», то развитие многоканального телевидения позволяет аудитории выбирать любую модель реальности в соответствии со своими потребностями и желаниями. Это в существенной мере повлияло и на развитие современных видов и жанров телеиндустрии, предопределило целевые аудитории и предпочтения.

К примеру, рекламные медиатексты, активно транслируемые по всем каналам ТВ, из традиционного «двигателя торговли» преобразуются в самостоятельный вид медиапроизведений, развивающихся по своим законам и имеющих далеко не однозначную художественную и эстетическую ценность.

Особенности воздействия рекламных медиатекстов состоят в том, что они являются сильным раздражителем, вызывающим фрустрацию. Выполняя функцию устранения реального мира и замены его миром образов потребляемых товаров и услуг, реклама первоначально формирует у аудитории состояние фрустрации, а затем, используя как панацею от всех бед рекламируемый товар, снимает это состояние, создавая психотерапевтический эффект «успокоения» и иллюзия полной безопасности.

Рекламному телевизионному медиатексту присущи основные свойства массовой культуры, к которым относят «занимательность, традиционность и простоту ... Занимательность задается жесткими структурными условиями текста и наличием сюжетной загадки. Сюжетная и стилистическая фактура продуктов массовой культуры может быть и примитивной, но обязательно хорошо отработанной, удобной для восприятия и воспроизведения: четкий сюжет, его жесткое, как в фольклоре, построение, и при этом отсутствие семантической глубины. Сюжеты повторяются и заимствуются» [7, с. 35].

Далеко не последнее место по популярности у российских телезрителей занимают сериалы – многосерийные телевизионные фильмы различных жанров. Интерес аудитории к сериалам обусловлен присутствием постоянных действующих лиц, возможность «прожить» определенный отрезок жизни вместе с любимыми героями. Характеризуя основные особенности многосерийных фильмов, Н.М.Зоркая отмечала, что многосерийный фильм со сквозными героями-фаворитами становится важным фактором «наиболее выраженного «параллельного бытия», активно воздействующего на реальное бытие человека» [8, с. 97].

Стремление масс-медиа репрезентовать медиареальность как реальные события, происходящие-на-самом-деле, выступило важной предпосылкой возникновения так называемого «реального телевидения» и нашло выражение на разных этапах развития медиаиндустрии не только в интерактивных телепрограммах, где принимают непосредственное участие зрители, «прямых эфирах», но и в реалити-шоу.

Реалити-шоу обладают основными системообразующими свойствами аудиовизуальных произведений популярной массовой культуры. К ним, прежде всего, относится многосерийность. Главные герои шоу, бессменные ведущие, не

меняющиеся годами декорации, интрига – все это становится привычным телезрителю и позволяет воспринимать происходящее как часть собственной жизни.

Многие реалити-шоу достаточно успешно поддерживают страсть публики к интриге, а мозаичная смена образов, событий, позволяет удовлетворить потребность аудитории в разнообразии событий. Ну и наконец, трудно найти сегодня такую сферу жизни человека, которая предлагала бы такое разнообразие чувственных удовольствий, как реалити-шоу.

Каждый выпуск программы реалити имеет определенную устоявшуюся структуру, моделирующую «проживания целого дня» вместе с главными героями. Безусловно, это свойство позволяет воспринимать шоу как непрерывную цепь реальных событий, имеющих строго установленный порядок. Одной из характерных особенностей реалити-шоу является эффект постоянного взаимоприсутствия участников шоу и его зрителей, создающее иллюзию диалога.

С.Л.Уразова, определяя данный вид телевизионных медиатекстов как новое направление в телевизионном творчестве, считает, что «реалити-шоу, обладая идентификационными признаками, образуют единое целое, имеющее индивидуализированные количественно-качественные показатели – свой объем, содержательную (смысл) и аксиологическую (ценность) основы, вектор информационной направленности, целеполагание, свою категориальную сущность» [9, с. 7].

Для реалити-шоу (так же как и для других произведений массовой аудиовизуальной медиакультуры) характерна «смена эпизодов, вызывающих «шоковые» и «успокаивающие» реакции» [10, 303]. Иными словами, действует механизм «эмоционального маятника», позволяющий путем чередования блоков позитивной и негативной направленности испытать всю гамму эмоций (от бурной радости до отчаяния, которое зрители готовы разделить с любимыми героями программы). Эмоциональное воздействие реалити-шоу «усиливаются с помощью знакового кода программы – «игра в реальность». Этим кодом, как медиавирусом, тотально поражены ядро и внешняя/внутренняя оболочка программы, а также ее производители и потребители. Это создает прецедент для постоянного пребывания в экзальтированном состоянии «игры», вследствие чего стирается грань между реальностью и ирреальностью» [9, с. 22].

Поддача «реальности» осуществляется по основным законам телесериала: каждый выпуск реалити-шоу прерывается на самом интересном месте, что создает определенную интригу, позволяет держать аудиторию в эмоциональном напряжении, способствует повышению интереса к происходящему.

Целевой аудиторией большинства реалити-шоу становится молодежь. В реалити-шоу зритель может наблюдать разные типы взаимоотношений, манеры поведения, приобщаться с определенным ценностям и т.д. Очень часто «присваивание» опыта экранных героев оказывает существенное влияние на мировоззренческие установки. Согласно исследованиям, проведенным Д.Е.Григоровой, большинство молодых людей отмечают тесную взаимосвязь событий, происходящих на экране, с собственными жизненными проблемами. Например, 17% студентов считают, что реалити-шоу обогащают их знания о

социальных, любовных, экономических отношениях. Демонстрация интимных сторон взаимоотношений участников шоу привлекает 14% опрошенных. Эмоциональная и экспрессивная насыщенность реалити импонирует 23%. А для 24% студенческой аудитории интерес к данному жанру обуславливается возможностью уйти от реальности. Кроме того, телевизионное действо выполняет и развлекательную функцию, которая делает его привлекательным для 38% респондентов [11, с. 30].

Наряду с деструктивными потенциями (смещение ценностных смыслов, превалирования низкопробных образцов культуры общения и т.п.), это направление в телевизионной медиакультуре, обладает и позитивным потенциалом. Например, в результате анализа особенностей реалити-шоу, С.Л.Уразова приходит к выводу, что как мультижанровый продукт телевизионной медиакультуры, реалити-шоу может способствовать «межкультурной коммуникации, этической конвергенции, основанных на схожести представлений разных наций об идейно-нравственных и культурных ценностях» [9, с. 236]. Соглашаясь с автором, хочется заметить, что межкультурная коммуникация является результатом диалога, который, к сожалению, на сегодняшний день практически не позиционируется российскими каналами, демонстрирующими реалити-шоу. Отсутствие истинной диалогической основы и превалирование контр-культурных тенденций переводит реалити-шоу в разряд тотального насаждения маргинальной культуры и смещению ценностных смыслов.

Огромной популярностью у современной аудитории пользуется клип, который, в настоящее время развития медиаиндустрии все чаще называется клип-культурой. Большинство современных клипов построено на основе сюжетов, сопоставимых с кинематографическими жанрами: мелодрамой, детективом, вестерном, фильмом «ужасов», комедии и т.д. Однако в отличие от художественного фильма или телевизионного сериала, события в клипе развиваются очень стремительно: от завязки до решения основного конфликта проходят считанные минуты. Но и в это короткое время авторам медиатекста удается вложить в него определенный смысл, выразительные символы, «коды».

Клип-культура отличается разорванностью повествовательных линий, мозаичностью, быстрым темпом переключения внимания аудитории. Образ клип-культуры «не требует подключения воображения, рефлексии, осмысления, здесь все время происходит «перезагрузка», «обновление» информации, когда все первоначально увиденное практически без видимого разрыва утрачивает свое значение, устаревает» [12, с. 211]. Образцы клип-культуры самого разного художественного уровня неизменно присутствуют как на обычных, так и на специальных музыкальных телевизионных каналах. Пожалуй, первое место по популярности в клип-культуре занимает музыкальный клип.

Итак, с развитием аудиовизуальных медиаискусств стало ясно, что новая, техногенная медиакультура обладает широкими возможностями для репрезентации медиареальности. Оказалось, что изобретения, появившиеся как средства

для создания копии действительной реальности, не обладают способностью зеркально отражать мир.

С развитием и совершенствованием технологий кинематограф и телевидение начинают присваивать себе новые функции, существенно расширяя возможности конструирования медиареальности: монтаж, гипертекстуальность и т.д.

С возникновением мира виртуальной реальности, у человека появились новые возможности для коммуникационного обмена, получения социокультурной информации. Эти возможности оказывают значительное влияние на изменение характера общения, который носит все более сжатый во времени характер. Постепенно по мере своего бурного развития масс-медиа – телевидение, радио, пресса из трибуны просвещения, истины в последней инстанции превращается в пространство дискуссии, где имеют право на существование любые, даже диаметрально противоположные мнения. Итогом становится принцип абсолютной свободы конструирования реальности.

Литература

1. Маклюэн М. Средство само есть содержание // Информационное общество: Сб. /Отв. ред. Е.Г. Кривцова. М.: АСТ, 2004. 507 с. С. 341-349.
2. Михалкович В.И. О сущности телевидения. М.: ГИИ, 1996.
3. Харрис Р. Психология массовых коммуникаций. 4-е международное издание. СПб.: ПРАЙМ-ЕВРОЗНАК, НЕВА – М: ОЛМА-ПРЕСС, 2002.
4. Бодрийяр Ж. Войны в заливе не было // Художественный журнал. 1994. № 3.
5. Кастельс М. Галактика Интернет: Размышления об Интернете, бизнесе и обществе / Под ред. В. Харитонова. Екатеринбург: У-Фактория, 2004.
6. Чикирис А.Г. Телевизионное вещание. Формирование зрительского восприятия. Автореф. ... канд. искусствовед. Наук. М., 2007. 25 с.
7. Краснова Т.И. Речевые стереотипы российской массовой культуры (на материале «детской страшилки») // Невский наблюдатель. 2000. № 1.
8. Зоркая Н.М. Уникальное и тиражированное: средства массовой информации и репродуцированное искусство. М.: Искусство, 1981.
9. Уразова С.Л. Реалити-шоу в контексте современного телевидения: Автореф. ... канд. филол. Наук. М., 2008.
10. Федоров А.В. Медиаобразование: история, теория и методика. Ростов-на-Дону: Изд-во ЦВВР, 2001.
11. Григорова Д.Е. Факторы выбора медийной информации молодежной аудиторией (на материале реалити-шоу) // Медиаобразование. 2007. № 3. С. 28-34.
12. Костина А.В. Массовая культура как феномен постиндустриального общества. Изд. 3-е, стереотипное. М.: КомКнига, 2006.

РАЗВИТИЕ ЖАНРА «ОТКРЫТОГО ПИСЬМА» В ИНТЕРНЕТ-КОММУНИКАЦИИ КАК ПРОЯВЛЕНИЕ ГУМАНИЗАЦИИ СОВРЕМЕННОГО МУЛЬТИМЕДИЙНОГО МИРА

М.Л. Якунина,

аспирант

Хакасский государственный университет им. Н.Ф.Катанова (Россия)

E-mail: yakuninaml@mail.ru

Аннотация. Статья посвящена изучению эпистолярного жанра интернет-коммуникации – открытого письма, который, как один из жанров СМИ, в настоящее время эволюционировал, получил дальнейшее развитие. Изменения произошли как в содержании (тематика, речевая интенция, функция текста и др. признаки), так и в проявлениях формы: композиция, стиль и т.п. С целью дефиниции понятия «открытое письмо» представлен экскурс в историю эпистолярного жанра (от появления в древности до наших дней), дан обзор толкований в различных словарях, в том числе электронных и в других интернет-источниках.

Ключевые слова: жанр интернет-коммуникации, эпистолярный жанр, поджанры, эпистолярный стиль, открытое письмо, дискурсивный анализ.

Summary. The article is devoted to the studying of the epistolary genre of the Internet communication – the open letter, which has evolved and got further development. Some changes have happened both in the contents, (topics, language, intention, function, text, etc. signs), and in manifestations of the form: composition, style, etc. For the purpose of the definition of «open letter» is presented an excursion into the history of the epistolary genre (from its creation in ancient times to the present day), is given the review of interpretation in various dictionaries, including electronic and other online sources.

Keywords: genres of online communication, epistolary genre, epistolary style, open letter, discursive analysis.

Коммуникация – речевой феномен, который сложно истолковать однозначно. До сих пор в научной литературе нет единого определения данного понятия, однако традиционная трактовка такова: коммуникация – это взаимодействие, которое происходит «в процессе познавательно-трудовой деятельности», специфическая связь, свойственная только человеческому обществу. Это «общение, обмен мыслями, сведениями, идеями и т.д.» [1, с. 233]. Коммуниканты взаимодействуют друг с другом, направляя и корректируя своё и чужое поведение через основное средство коммуникации – язык. Именно речевое взаимодействие и отличает человеческую коммуникацию от других видов коммуникативного взаимодействия.

Речевая коммуникация жанров многообразна. Её эффективность напрямую зависит от целесообразности выбора того или иного жанра в той или иной

коммуникативной ситуации в соотнесённости с коммуникативной стратегией и выбираемой интенцией.

Общеизвестно, что М.М.Бахтин еще в 20-х годах XX века изучал проблему членения речи на жанры, а в 1953 г. вышла в свет статья «Проблема речевых жанров», в которой знаменитый лингвист представляет ставшую в наше время классической концепцию речевого жанра [2, с. 250-254]. Именно эта концепция совершила переворот в науке о жанрах речи, она «позволила лингвистам преодолеть фундаментальную проблему прагматических изысканий в сфере функционирования языка, выйти за пределы элементарных высказываний в область надфразовых единиц и заложила основу теории речевых жанров (ТРЖ)» [3, с. 98]. В концепции под жанрами понимаются «относительно устойчивые типы высказываний», объединяемые на основе трех параметров: тематического содержания, стиля и композиционного построения (все три параметра взаимосвязаны). Однако проблема членения речи на жанры остаётся актуальной в современной лингвистике по причине постоянного обновления жанровой системы, поэтому трудно говорить о существовании на сегодняшний день какой-либо единой универсальной и полной энциклопедии жанров.

При описании каждого жанра должна приниматься во внимание эпоха, внутри которой существует или существовал данный жанр. В настоящее время на систему жанров оказывает огромное влияние интернет-коммуникация. «Человек XXI века имеет огромные возможности заочного, виртуального общения: смс-сообщения, чаты, форумы в социальных сетях. Веб-пространство оказало неоспоримое влияние на коммуникативную сферу. Эта молодая область человеческой деятельности ставит перед исследователями множество нерешённых вопросов» [4, с. 218]. Исследованию новых жанров, появившихся в Интернете, посвящены разнообразные научные разработки. Например, публикации об электронном письме как функционально-стилевой разновидности эпистолярного жанра в пространстве современной коммуникации [5, с. 44-49] и др. Насколько нам известно, открытые письма рядовых пользователей Сети, представленные в интернет-коммуникации, до настоящего времени не подвергались систематическому описанию, как отдельный жанр со своими особенностями (в этом новизна нашего исследования).

Целый ряд отечественных и зарубежных лингвистов называют эпистолярный одним из стилей речи, находящимся на особой позиции среди остальных функциональных стилей. По замечанию Л.В.Щербы, многослойный эпистолярный стиль, представляющий совокупность стилевых вариантов, используется в зависимости от социальных взаимоотношений коммуникантов [6, с. 119]. Другие исследователи вполне обоснованно опровергают выделение эпистолярного стиля наряду с прочими функциональными стилями. Например, О.В.Протопопова поясняет свою точку зрения так: «Оснований для выделений эпистолярного стиля в качестве функционального нет: не существует ни отдельной сферы общения, ни соответствующих ей формы общественного сознания и вида деятельности, ни специфических задач общения, которые обуслови-

ли бы стилевые отличия речи, выступающей в виде переписки, достаточные для ее противопоставления другим функциональным разновидностям» [7, с. 632]. Далее автор указывает на то, что эпистолярный – это речевая форма, распространённая в самых разнообразных сферах деятельности и общения, в процессе которого и заимствует определённые черты, свойственные данной сфере.

Понятия «эпистолярный стиль» и «эпистолярный жанр» нередко ставят в один синонимический ряд, что связано с недостаточной конкретностью первого термина, признаки которого рассматриваются не как признаки стиля, а как признаки жанра [7, с. 632]. В нашей работе мы считаем стиль одним из жанрообразующих признаков текста (жанр – общее, стиль – частное).

Итак, эпистолярная литература, зародившись в глубокой древности, была всегда востребована. Эпистолярный жанр постоянно эволюционирует вместе с развитием социума [5, с. 45]. В настоящее время эпистолярный дискурс в основном представлен тремя типами. Это, во-первых, частные и деловые письма, открытки – почтовая корреспонденция (ушли в прошлое телеграммы). Во-вторых, факсимильная переписка, смс-сообщения – тексты, передаваемые посредством телефонной связи (к данной категории относятся сообщения, передаваемые при помощи пейджера, которые в данный момент не используются – вид связи быстро устарел). В-третьих, электронные послания – тексты, передаваемые по электронной почте, а также другие, фигурирующие в рамках интернет-коммуникации на страницах чатов, сайтов, форумов, мессенджеров (электронные сообщения передаются всё чаще при помощи телефонов с выходом в Интернет – смартфонов). Из всех перечисленных выше типов самым распространённым и набирающим силу влияния является последний – электронные послания.

Специальное внимание в связи с этим следует обратить на такой жанр корреспонденции, как «открытое письмо». Поясним дефиницию понятия «открытое письмо», рассмотрев историю возникновения жанра и определения в различных словарях.

В «Толковом словаре» В.И.Даля (1863-1866) письмо – «письменная речь, беседа, посылаемая от одного лица к другому» (<http://nashol.org/tolkoviy-slovar-dalya/pismo.html>), комментарий по поводу «открытости» отсутствует, в основном вся словарная статья ассоциируется с частной перепиской и тайной переписи, так как есть пояснение о «писемной тайне» («писемный вор, крадущий письма» и т.п.).

«Энциклопедический словарь крылатых слов и выражений» поясняет: «Впервые «открытое письмо», как обращение к общественному мнению, опубликовал (июль 1846) датский король (1839—1848) Кристиан VIII. В этом письме монарх аргументировал перед лицом «всего мира» свои претензии на владение Эльбскими герцогствами. Изначально выражение существовало только в немецком языке, но вскоре распространилось по всей Европе» (<http://enc-dic.com/word/o/Otkrytoe-pismo-10912.html>).

В «Свободной энциклопедии – Википедии» читаем: «Открытое письмо (Публичное письмо) — специфический жанр публичных выступлений, письмо в прессе, получивший широкое распространение в XX веке» (<https://ru.wikipedia.org/wiki>).

Как мы видим, письма в средние века большей частью были личными, закрытыми, тайными, в XX веке стали публичными и перешли в область СМИ, что, естественно, связано с объективными причинами и является следствием развития новых средств коммуникации, расширением влияния «четвёртой власти». «Открытыми» стали письма в виде публичных обращений известных людей, значительных лиц государства и обращения рядовых граждан в редакцию газеты, журнала, телевизионной передачи. Частные письма известных писателей и общественных деятелей, как правило, изучают литературоведы, биографы (содержательную сторону, отчасти стилистику).

Стоит отметить также ещё одно значение открытых писем, которое приводится в словаре синонимов: «Открытка, почтовая карточка» (<http://jeck.ru/tools/SynonymsDictionary>). Подобные письма называются открытыми в силу объективных факторов (почтовые карточки не запечатывали в конверты), несмотря на некоторые изменения в сфере употребления (современные открытки часто продаются в готовом виде, с написанным текстом, бывают «закрытыми», то есть складными или в конвертах), подобные поздравительные карточки продолжают называть открытками [8, с. 111].

Энциклопедический словарь СМИ в статье «Письмо как жанр» представляет два вида писем в современной прессе: «Первый, наиболее активно используемый вид, – открытое письмо... Другой вид публикаций эпистолярного жанра – «Письмо без адреса», оно может быть адресовано уже не одному человеку, а всем гражданам страны» [9]. При сравнении данного комментария с толкованием В.И.Даля становится очевидна эволюция жанра: от «писемной тайны» до публикации в СМИ и широкой адресации за промежутком немногим более века.

По нашему мнению, анализируя современные эпистолярные тексты, необходимо учитывать богатый опыт древних предшественников. Из книги «Античная эпистолография» мы узнаём, что в то время почти все письма были «открытыми»: прочтение послания друзьям и родственникам считалось нормой, адресант в полной мере осознавал данный факт, создавая и отправляя свой текст [10]. Особо ценные и понравившиеся письма переписывали для себя и распространяли дальше в кругу друзей и знакомых. Существовала целая практика переписывания чужих писем. Письма собирались, объединялись в сборники, издавались в виде книг, предназначенных для любителей изящной словесности. Именно такая «открытость» подвигала к заботе о красоте слога и логичности изложения письма, автор относился к своему тексту как к публичной речи, ораторскому выступлению или философскому трактату. Лучший опыт написания писем был отражён в «письмовниках», сборниках специальных сочинений, которые содержали «руководство» написания,

излагали опыт и демонстрировали образцы писем различного содержания. По количеству и качеству подобных античных письмовников можно судить об актуальности проблемы правильного составления писем и важности жанра в то время: «Эпистолярная литература, сохранившаяся нам античностью, охватывает число памятников разных эпох, разных авторов и разного содержания от подлинной переписки частных лиц до посланий, обращенных к широкому кругу читателей» [10, с. 5]. Написание писем признаётся античными риториками словесным искусством, особой областью, подчиняющейся собственным законам мастерства. Нормы и правила этой области знания до сих пор признаются актуальными, чётко разработанными со стилистической точки зрения, достойными изучения, например, современными школьниками или студентами в рамках учебной дисциплины «Риторика» или «Ораторское искусство» («Культура речи»).

До сих пор вызывает научный интерес жанровая классификация античных писем. В письмовнике для канцелярских писцов (II век до н.э.) приведена классификация, состоящая из 21 типа писем: благодарственное, рекомендательное, дружеское письмо, защитительное, угрожающее, ироническое, просительное, вопросительное, объяснительное, пренебрежительное, иносказательное, решительное, упрекающее, вразумляющее, порицательное, хвалебное, хулительное, совещательное, ответное, обвинительное, поздравительное [10, с. 10]. Название типа каждого письма зависит от его основной мысли. По сути, эта классификация основана на параметре «коммуникативное намерение». Поражает, как античная классификация перекликается с предлагаемыми в современных исследованиях типами писем.

В риторическом трактате, который относится к более позднему времени, а именно, к IV–V вв. н.э., обобщается вся эпистолярная традиция античности. В данном источнике письма определяются как «разговор отсутствующего с отсутствующим», а автор письма сравнивается с лучником, что является указанием на умение попадать в цель, необходимое в письме. Неизвестными авторами письмовника также классифицированы письма. Описание представляет собой более широкий список. Всего 41 тип писем: убеждающие письма, пренебрежительные, побуждающие, рекомендательные, иронические, благодарственные, поздравительные, дружеские, просительные, угрожающие, отрицающие, повелительные, порицающие, покаянные, сострадательные, обманчивые, заискивающие, возражающие, ответные, раздражающие, оскорбительные, утешительные, жалобные, похвальные, обобщающие, посольские, поучительные, обличительные, клеветнические, придирчивые, вопросительные, ободряющие, посвячительные, заявляющие, насмешливые, униженные, загадочные, напоминающие, горестные, любовные, смешанные [10, с. 23–24]. В данной классификации учитываются уже два параметра: коммуникативное намерение автора письма и стиль.

В первой трети XVI в. появились первые письмовники в России, их предназначение сужалось до сферы делового общения и создания документации.

В XVIII в. происходит разделение: государственные нужды (служебное «письмоводительство») и руководство для написания частных писем. Расцвет эпистолярной культуры в России приходится на XVIII–XIX вв. [11]. Такая высокая культура отношения к письмам просуществовала до начала XX в. В советскую эпоху жанр «письмовников» был осмеян как «пережиток буржуазного прошлого».

«Ренессансом» культуры деловой корреспонденции можно считать конец XX века, когда возродился интерес к утраченным традициям, был возобновлён выпуск специальных справочников и пособий по деловой переписке [12], в настоящее время появились также и электронные ресурсы с образцами деловых писем. Например, см. ссылку на сайте «Написать письмо Путину» <http://napisat-pismo-putinu.ru/> (образец письма – текст на 17 страницах).

По нашему мнению, именно в XXI веке открытые письма стали соответствовать своей этимологии максимально – доступ к ним имеет каждый желающий. Приведём пример. Открытым письмам посвящены многие сайты в Рунете, например, одноимённый сайт <http://otkrytoe-pismo.net/>, на котором публикуются открытые письма губернаторам, Президенту России, Премьеру и другим политическим деятелям. Создатели сайта пишут в примечании: «Наш сервис предоставляет возможность публичного донесения информации. Администрация сайта не несёт никакой юридической ответственности за полноту, актуальность и достоверность информации, представленной в открытых письмах, а так же за возможное использование ваших персональных данных третьими лицами. Ответственность возлагается только на человека, разместившего объявление» (<http://otkrytoe-pismo.net/add.php>). Несмотря на предупреждение, материалы сайта постоянно пополняются, что говорит об актуальности ресурса. Что движет пользователями? Ответ в слогане: «Напишите открытое письмо, и о проблеме узнают все!» Феномен данного жанра интернет-коммуникации заключается в возможности сообщить о наболевшем «всему миру», сделать «максимальный репост» важного сообщения, что, несомненно, даёт надежду быть услышанным и ждать успешного разрешения проблемы. Таким образом коммуникант пытается действовать, точнее, взаимодействовать, активно (через речевой акт) решать проблему. Это объясняется тем, что одним из основных видов человеческой деятельности является речевая деятельность, именно поэтому высказывание (устное или письменное) можно представить как действие. В прагматике (греч. *pragma*, род. п. – *pragmatos*) «это действие, определяемое целью (намерением) говорящего, и называется «речевой акт», «речевой поступок», «речевое действие» [13, с. 56].

Языковой материал, представленный на указанных выше ресурсах (ЭТ) послужил основой нашего исследования, из которого мы сделали вывод: наибольшее количество писем открытого доступа содержится на неофициальных сайтах, цель которых – реклама, в том числе, скрытая, например, услуги юриста онлайн и т.п.

Для детального дискурсивного анализа выбран один сайт «Письма Президенту» (<http://pisma-prezidentu.ru/>). Обоснование: ресурс содержит ЭТ (пись-

ма, обращения и т.п.) реальных пользователей, прошедших регистрацию, давших согласие на обработку данных и текста сообщения, значит, используя языковой материал указанного ресурса, мы не нарушаем авторские права и этические нормы. Под дискурсивным анализом вслед за В.Е.Чернявской понимаем рассмотрение речевой организации текста с точки зрения содержания, смысла, композиции, при этом учитываются другие факторы, такие как психологические, социальные, политические, национально-культурные, прагматические, что называется проникновением «в глубинную структуру текста <...> через обращение к специфическому социально-историческому контексту» [14]. Дискурсивный анализ открытых писем осуществлён по схеме: интенция, текстовые особенности, тематика, образ автора и адресата, стилевые особенности.

Приведём некоторые примеры и выводы нашего исследования. Примечание: при воспроизведении писем сохранена авторская орфография, пунктуация и другие стилистические, композиционные особенности.

Рассмотрев корпус ЭТ, проанализировав речевое намерение, использование иллокутивных глаголов, опорную лексику и другие стилистические особенности языкового материала, мы пришли к выводу, что основная функция исследуемых ЭТ – самовыражение, так как многие интернет-коммуниканты открыто заявляют о сомнении в том, что письмо будет прочтено адресатом (Президентом). Однако не отказываются от данного речевого действия, объясняя это разными причинами, чаще – «последней надеждой».

Пример ЭТ 1. *Пишет Вам житель г Краснодара, Евтушенко Вячеслав Михайлович. Долго не решался Вам написать. Я понимаю, что эта писанина бесполезна, но думаю пускай хоть народ почитает.*

Пример ЭТ 2. *Уважаемый Владимир Владимирович Путин! <...> Мы уже не знаем как быть вся надежда только на вас! Просим Вас разобратсья с ними и принять меры. Мамбетова Луиза Сергеевна. 19 ноября 2015 г.*

Владимир Владимирович Здравствуйте!

Пример ЭТ 3. *Верховному Правителю государства России Путину Владимиру Владимировичу. Уважаемый Владимир Владимирович! Обращаюсь к Вам с вопросом, на который кроме Вас сегодня пока в России ответить еще никому. Когда началась «перестройка», я сразу понял, что к власти пришли наследники октября – будут грабить, студенты кулинарного техникума с двойным гражданством, ничего не начинают зря. <...> 21.11.2015г. В. ПАШКОВЪ.*

Апеллятивный компонент в большей или меньшей степени присутствует во всех письмах, поскольку автор, отправляя письмо на сайт, изначально желает оказать воздействие на адресата, с расчетом получить какую-либо реакцию. Кроме того, в каждом отдельно взятом ЭТ присутствуют практически все типы основных интенций: директив, экспрессив, вердиктив, репрезентатив, коммуникативный регулятив. Реже встречается комиссив (принятие на себя обязательств). Обращает на себя внимание основная экспрессивная функция ЭТ – самовыражение. В отдельных случаях данная функция может не соответство-

вать основной интенции, например, письмо-жалоба: речевая интенция – директив, письмо содержит, на первый взгляд, просьбу (иллокуция «прошу принять меры»), однако, прагматический анализ текста, точнее, выделение смысловых акцентов сообщения, показывает не апеллятивную функцию, а экспрессивную, то есть самовыражение адресанта – желание «излить душу», высказаться.

***Пример ЭТ 4.** Здравствуйте господин президент. Пишет Вам жительница Российской глубинки, пенсионерка и о том, что прожить на пенсию по старости не возможно, я не пишу. Меня удивляет Ваше молчаливое согласие с ворами крупного масштаба. Сколько их сажают, но все равно они воруют, неуж-то Вы не догадливы такой, что не знаете как это все прекратить? Я думаю, что знаете, просто Вам это не выгодно, а почему не буду писать. Конечно это письмо до Вас не дойдет, ведь в интернете не вы сидите читаете весь бред, который пишут простые россияне. С уважением Губкина Любовь Николаевна, г.Таруса Калужской обл. Без подписи (из ЭТ – жительница Российской глубинки, пенсионерка) 30 ноября 2015 г.*

Компонент «обращение к адресату» в письмах-жалобах не всегда содержит в себе «предлагаемое действие» в эксплицитном виде. Но из текста самого письма, как правило, легко имплицуруется то, каким образом автор считает возможным исправить сложившуюся ситуацию.

***Пример ЭТ 5.** Уважаемый Владимир Владимирович! Я не знаю, к кому ещё в нашей стране можно обратиться и где найти правду. Я конечно и сейчас сомневаюсь, что моё письмо дойдёт до Вас, но всё равно маленькая надежда есть ... живу, грубо говоря, в лачуге помощи нет ни от кого. Главе нашей сельской администрации дел ни до кого нет району тем более не знаю, куда ещё обратиться за помощью о жилье. У нас освободились квартиры, я подошла к Главе Администрации, так как мой дом скоро завалится, попросить жильё, на что он мне ответил 500.000 давай или у Путина попроси, им смешно, а мне хоть вешайся, помогите. Еремеева Галина Николаевна*

30 ноября 2015 г.

Пояснение: «предлагаемое действие» в эксплицитном виде не выражено, но легко имплицуруется – получение жилья.

Изучая тематику писем, вошедших в наш корпус, мы пришли к выводу, что соотношение «личное/общественное», в основном, определяется тематикой и поджанром. Так, к сфере частной жизни относятся письма-просьбы, письма-жалобы, тогда как сферу общественной жизни отражают письма-рассуждения, письма-предложения и др.

Преобладающее большинство ЭТ нашего корпуса имеют персонального автора; несмотря на личное начало в каждом рассмотренном ЭТ, проявление «человека частного» присутствует не всегда; значительная часть текстов написана с позиции «человека социального», что объясняется высокой социальной активностью участников интернет-коммуникации в принципе.

Наряду с маркерами официально-делового типа речи в рамках одного письма можно встретить элементы, характерные для разговорной речи, даже

просторечия, а также образные выражения (метафоры, эпитеты и т.п.) – черты художественного стиля. Такое смешение стилей в одном письме с одной стороны может рассматриваться как недостаточная коммуникативная компетенция автора, а с другой стороны, как намеренный стилистический прием, цель которого как-то оживить официальный текст и тем самым привлечь к просьбе / призыву / предложению внимание как можно большего количества читателей.

Пример ЭТ 6. *Нечистоплотное поведение слуг народа.*

Уважаемый Владимир Владимирович!

Вами объявлена борьба с коррупцией на всей территории нашей необъятной Родины. Но пока волна этой борьбы никак не дойдет до Ростовской области, а в частности, до города Таганрога, в котором мы и проживаем.

Городскому чиновничеству абсолютно наплевать на то, что южный город, исторически связанный с множеством «Великих русских имен», теряет свое лицо. В центральной исторической части города земля продается под строительство коммерческих и жилых зданий, никак не соответствующих по архитектуре и стилю окружающим строениям той исторической эпохи.

Следующий вопиющий факт заключается в том, что город, с трех сторон окруженный морем, чьим-то росчерком пера лишился морского вокзала.<...>

Эти факты наводят граждан на мысли о «нечистоплотном» поведении «слуг народа».

Надо бы очистить воду у берегов Таганрогского залива от «мути»...

Итак, подведём итог. Эпистолярный жанр в XXI веке претерпел изменения, связанные с появлением нового вида коммуникации – Интернета. Жанр открытого письма стал доступен рядовым носителям языка и пользователям Сети, что, несомненно, является достижением цивилизации и всеобщей гуманизации современного мультимедийного мира.

Список литературы

1. Лингвистический энциклопедический словарь [Текст] / Под ред. В.Н. Ярцевой. – М: Советская энциклопедия, 1990. – 683 с.
2. Бахтин М. М. Проблема речевых жанров // Бахтин М. М. Эстетика словесного творчества. 2-е изд. М.: Искусство, 1986. С. 250–296.
3. Якунина М.Л. К вопросу о речевых жанрах интернет-коммуникации // Вестник Хакасского государственного университета. 2014. №7. С.98-100.
4. Якунина М. Л. Особенность Интернет-дискурса: никнейм // Филологические науки: вопросы теории и практики, Тамбов: Грамота, 2013. – №3, часть 2. – с. 218-221.
5. Курьянович А.В. Электронное письмо как функционально-стилевая разновидность эпистолярного жанра в пространстве современной коммуникации. Вестник ТГПУ. 2008. Выпуск 2 (76). С.44 – 49.
6. Щерба Л. В. Современный русский литературный язык // Щерба Л.В. Избранные работы по русскому языку. М.: Государственное учебно-

педагогическое издательство Министерства Просвещения РСФСР, 1957. С. 110–129.

7. Протопопова О. В. Эпистолярный стиль // Кожина М. Н. (ред.). Стилистический энциклопедический словарь русского языка. М., 2003. С. 631–634.

8. Якунина М. Л. Жанр «открытого письма» в интернет-коммуникации // Научные открытия в эпоху глобализации: сборник статей Международной научно-практической конференции (13 января 2016 г., г. Саратов). В 2 ч. Ч.2. Уфа: МЦИИ ОМЕГА САЙНС, 2016. – 260 с.

9. Князев А. А. Энциклопедический словарь СМИ. Издательство КРСУ, 2002 г.

10. Грабарь-Пассек М. Е. (отв. ред.). Античная эпистолография. Очерки. М.: Наука, 1967.

11. Атанасова-Соколова Д. Письмо как факт русской культуры XVIII–XIX веков. Будапешт, 2006.

12. Басаков М. И. Как правильно подготовить и оформить деловое письмо: Учебно-практическое пособие. 2-е изд. М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2003.

13. Михальская А. К. Основы риторики. М., 1996.

14. Чернявская В.Е. Дискурс и дискурсивный анализ: традиции, цели, направления // Стереотипность и творчество в тексте: межвуз. сб. науч. тр. / отв. ред. М.П. Котюрова. – Пермь: Перм. ун-т. 2002. С. 122-136.

ТЕЛЕВИДЕНИЕ И РАДИО: КУЛЬТУРНО-ПРАВСТВЕННЫЕ ОРИЕНТИРЫ

ЯЗЫКОВАЯ СТИЛИСТИКА РЕГИОНАЛЬНОГО РАДИОВЕЩАНИЯ В РАМКАХ РЕЧЕВЫХ ТЕНДЕНЦИЙ ПОСЛЕДНЕГО ДЕСЯТИЛЕТИЯ

Г.Л. Арсентьева,

кандидат филологических наук, старший преподаватель
Казанский (Приволжский) федеральный университет (Россия)

E-mail: leo2411@mail.ru

Аннотация. Статья посвящена развитию современного регионального радио. В ней рассматривается взаимодействие радиовещания и общества в языковом и стилистическом аспектах. Отдельное внимание уделяется роли радиоведущего в этом процессе, показывается, насколько важно журналисту, ведущему, ди-джею соблюдать нормы и правила русского языка. Автор статьи выделяет речевые особенности радиоведущих Татарстана, приводит примеры из эфира местных радиостанций.

Ключевые слова: радиовещание, стилистика, речь, региональная радиостанция, русский язык.

Summary. The article is devoted to the development of modern regional radio. It examines the interaction between broadcasting and society in linguistic and stylistic aspects. Special attention is paid to the role of radio in the process, article shows how important it is for a journalist, presenter, Dj to follow the norms and rules of the Russian language. The author provides the linguistic peculiarities of Tatarstan's radio presenters, gives examples from the programmes of local radio stations.

Keywords: broadcasting, stylistics, speech, regional radio station, Russian language.

Язык, как система, находящаяся в постоянном движении, сложно поддается детальному изучению, и настоящие видоизменения, способные отразить объективную картину этого движения, можно констатировать лишь спустя достаточно широкие временные отрезки. В рамках изучения языковой системы современных средств массовой информации мы ограничиваемся рамками десятилетия, как оптимальной, на наш взгляд, временной единицы, способной охарактеризовать тенденции изменения языка.

О региональном радио можно говорить как об уникальном и достаточно своеобразном явлении в многоуровневой структуре отечественных СМИ. Его языковая стилистика способна, с одной стороны, влиять на закрепление или, напротив, нивелирование вновь возникающих речевых тенденций, с другой,

способна отражать эти тенденции, т.к. радио является аудиальным СМИ, и речь здесь играет первостепенную роль.

Определенно, контрольную группу речевых явлений на региональном радио могут составлять не только региональные и местные радиостанции, вещающие исключительно в регионах и отдельных городах / поселениях, но и местные включения сетевых радиостанций. Во-первых, ведущие (ди-джеи) во время сетевых включений продолжают находиться в группе местных специалистов и являются носителями микрокультуры; во-вторых, регионы и города «включаются» в один из периодов праймового тайм-слота в стабильно высокорейтинговых интерактивных программах, сделанных по типу программ приветов. Таким образом, мы имеем достаточно обширный материал для изучения: программы местного и регионального радио, а также местные включения сетевых радиостанций.

На языковую динамику региональных радиопрограмм влияние оказывают несколько факторов, основным из которых мы считаем видоизменение системы радиовещания в сторону коммерциализации. Именно она внесла существенные коррективы в части типологизации и форматирования радиоэфира. К примеру, сегодня в столице Татарстана Казани имеется более тридцати радиостанций, вещающих в FM-диапазоне. Из них не более пятой части – радиостанции, учредителями которых является государство, остальные базируются на коммерческой или полукommerческой основе, а, значит, выживают благодаря рекламе и выстраивают эфирную политику в соответствии с интересами рекламодателей.

К слову, именно рекламодатели в конце двадцатых годов прошлого века проявили инициативу проведения замеров и качества аудитории. В конце 1929 года Арчибальд Кросли издал отчет «Рекламодатель обращается к радио», содержащий итоги опросов 31 тыс. человек. Это были данные о потенциальной радиоаудитории и приоритетных типах программ; приводилось распределение аудитории по времени, географической стратификации и т.д. Сегодня рейтинговый показатель для радио называется AQH (Average Quarter Hour) – средний рейтинг за четверть часа [1, с. 205-206].

Итак, эфирная политика коммерческих региональных радиостанций выстраивается в соответствии с интересами рекламодателей. Те, в свою очередь, активно следят за рейтингами и целевой аудиторией, что ставит радиостанции в положение рыночной единицы, зависимой от спроса; поэтому сегодня мы наблюдаем максимальную коммерциализацию эфира, почти на сто процентов выполняющего рекреационные функции 24 часа в сутки. Коммерческий региональный эфир чаще всего музыкальный, интерактивный, развлекательный, что приводит к общему снижению употребляемой лексики, высокой эмоциональной окраске речи, стремительному темпу речи.

Такой аспект радиовещания, как деление радиостанций на типы (музыкальный или информационный) влияет на подбор ведущих эфира. Музыкальные коммерческие радиоканалы, как отмечается в учебнике «Радиожурналистика» под редакцией профессора А.А.Шереля, в основном ориентируются на

довольно молодого, энергичного слушателя, поэтому и основной контингент ведущих-ди-джеев и ведущих новостей – молодые люди от 20 до 30 лет (примерного того же возраста или чуть старше основной аудитории), хорошо разбирающиеся в музыкальных стилях и направлениях, знающие английский язык (т.к. большинство музыкальных хитов – англоязычные композиции), энергичные, веселые, остроумные, способные увлечь слушателей. Далее в учебнике отмечается, что информационные радиостанции предпочитают «видеть» в своей эфирной студии не слишком молодых, интеллигентных, эрудированных ведущих, с богатым жизненным опытом, умеющих быть интересными собеседниками как для молодого, так и для более взрослого слушателя, интересующегося прежде всего событиями в стране и за рубежом, стремящегося постоянно быть в курсе всех новостей [2, с. 309]. Заметим, что здесь не упоминается формат радиостанций, в зависимости от которого на некоторых музыкальных радиостанциях Казани и Татарстана в эфир выходят ведущие более солидного возраста.

В радиоэфире появилась и закрепилась речевая небрежность, речевая поверхностность, которые, на наш взгляд, сегодня лидируют в употреблении русского языка в общественно-бытовых ситуациях. Этому (появлению в радиоэфире речевой небрежности) способствует характер радиопрограмм, непосредственно связанных с форматом и типом радиовещания. (Что касается последних двух категорий, то следует пояснить, что теоретики по-разному их трактуют, но мы пользуемся следующей градацией: тип радиовещания – это деление радиостанций на информационные либо музыкальные с преобладанием, соответственно, речи или музыки в эфире, а формат – это стиль музыкальных радиопрограмм, удовлетворяющий вкусы определенной целевой аудитории). Очевиден перевес в современном радиоэфире в сторону программ музыкальных и развлекательных. Там, где звучит электронная музыка с узкостилистической аранжировкой, звучат молодые голоса. Там, где музыка рассчитана на аудиторию средней и старшей возрастных групп, в эфир выходят ведущие более опытные, но развлекательный характер передач оставляет общую речевую направленность на том же уровне. Это значит, что в эфир проходят неологизмы, англицизмы, новообразованные морфемным способом слова, бытовая сниженная лексика, темп речи неровный, речь эмоционально окрашена, чаще всего, в положительном ключе, допускаются множественные речевые погрешности и ошибки, в том числе, логические: тавтология, ошибки в согласовании, в употреблении падежей числительных и т.д. Теоретики, изучающие область радиожурналистики, полагают, что ведущему полезно знать язык, на котором общаются его потенциальные слушатели, их слэнговые слова (жаргон) – не для того, чтобы пользоваться ими в эфире, а чтобы хотя бы понимать позвонивших в эфир молодых людей [2, с. 310]. Однако все же зафиксированы факты проникновения молодежного слэнга в региональный радиоэфир. К примеру, в одном из ночных эфиров русскоязычной казанской радиостанции «Миллениум» ведущий за 15 минут произнес несколько слов-англицизмов, не считая названия групп, исполнителей и композиций: тэк, хаус, вайб, бэд; использовал слова,

принадлежащие к группе молодежного арг (сленговые слова) и другую сниженную лексику: чумовой, давненько, парни, растанцевать; были использованы эмоционально окрашенные лексические единицы: отменнейший; шаблоны радиоречи: позитивная энергетика. При этом общее впечатление от ведения осталось весьма положительным: голос ведущего ровный, дикция четкая, тембр приятный, интонации лишены региональной языковой окраски, что, в целом, говорит о высоком языковом и стилистическом уровне ведения программы. Или, к примеру, в одном из утренних эфиров казанского БИМ-радио «Жизнь удалась!» в одной из игровых рубрик прозвучала фраза (обращение одного ведущего к другому): «Ты на этих вопросах с подвохом уже палец набил» – здесь неверно употреблен фразеологический оборот «набить руку» (есть еще фразеологизм «высосанный из пальца»); одна из причин ошибок в устойчивых словосочетаниях в темпе прямого эфира, в постоянной импровизации.

Говоря о ведущих регионального радиозэфира, нельзя не коснуться эффекта персонализации радио: ведущий как лицо радиостанции и ведущий для каждого слушателя в отдельности. Ведущий является основным носителем радиоречи, которая, с одной стороны, выступает как проявление личности, с другой, как отражение системы, т.е. идет своеобразный речевой взаимообмен между радиозэфиром и обществом. В рамках этого взаимообмена особый интерес в области изучения языковой стилистики регионального радиозэфира представляют интерактивные программы, где помимо ведущего в прямом эфире звучат «неподготовленные» голоса радиослушателей. Изучение этого вопроса тесно связано с выявлением портрета реальной аудитории радио и затрагивает область психолингвистики. Ученые относят аудиторию, ее общий и профессиональный уровень и конкретную настроенность к восприятию в данный момент к объективным факторам, формирующим структуру эфирного выступления [3, с. 39].

Если говорить о языковой стилистике регионального радиовещания в контексте общих речевых тенденций, то будет целесообразно поделить их условно на бытовые и профессиональные. Под бытовыми речевыми тенденциями мы понимаем общее направление в использовании русского языка в социально-бытовых ситуациях и их перенос (с последующим закреплением) в радиозэфир; профессиональные речевые тенденции касаются изменений в подходе к радиоречи со стороны профессионалов, иначе говоря, это употребление языка с использованием речевых новшеств, негласно закрепленных внутри профессионального сообщества. Как правило, последняя группа тенденций касается произношения отдельных слов, в том числе, ударений, а также употребление слов и выражений в одних и тех же речевых оборотах / смысловых ситуациях (часто ошибочно): пресса (через [э]); обеспече́ние; пята́ста; а воз и ныне там; оставляет желать лучшего; вызывать общественный резонанс; данные из сети Интернет и т.д.

В рамках одного эфира каждой конкретной радиостанции происходит четкое речевое разграничение программ развлекательных и информационных. Это не противоречит, а, напротив, соответствует стилистической основе разнохарактерных передач: лексический набор, интонационная картина, композиция

текста, темп и ритм речи – все это соответствует характеру / жанру передачи. Но если говорить о восприятии аудиторией, то тут может возникнуть иллюзия со стороны последней в общей «серьезности» и «речевой правильности» информационных программ, т.к. на другой чаше весов передачи развлекательные, «несерьезные», что выделяет новости как безусловный эталон. В действительности нередко отмечаются ситуации, когда общее соответствие речи ведущего основного эфира или интерактива на порядок выше, чем соответствие подготовки ведущего новостей статусу информационной программы. Во-первых, речевая плотность в новостях выше, чем в развлекательных передачах, которые разбавляются смехом, гезитационными паузами, музыкой и джинглами, во-вторых, стилистика развлекательных радиопрограмм почти всегда соответствует социально-бытовой речи, характерной для общества в единицу времени; новости в этом отношении выходят за рамки разговорности и требуют от ведущего знания публицистического стиля. Объективно, функции ведущего не совпадают с функциями комментатора и обозревателя [3, с. 52].

Подводя итог, добавим, что речевые тенденции в обществе многовекторны и касаются нескольких направлений, среди которых: употребление лексики, в том числе заимствованной, неологизмов; движение интонационной картины речи; изменения в области стилистики и орфоэпии; активное использование речевых клише. Среди речевых тенденций, влияющих на языковую стилистику регионального, в данном случае, татарстанского радиовещания, выделяется закрепление билингвизма как языкового взаимопроникновения в качестве речевой нормы. Это не только особенности в произношении – в этой связи следует отметить как произношение отдельных слов, так и произношение, особенно интонацию, фраз и предложений. Это возникновение заимствований, значение которых понятно всем представителям общества: алга, айда, без булдырабыз и другие слова и выражения свободно используются в речи татарстанских радиоведущих. Именно поэтому мы выделили региональный радиоэфир в отдельную область изучения радиоречи, т.к. каждый регион огромной страны имеет свой неповторимый речевой оттенок. Татарстан в этом отношении не исключение.

Литература

1. Zubok A.S. Телевизионный бизнес. М. : АНО «Школа издательского и медиа бизнеса», 2012. 560 с. : ил., таб. ISBN 978-5-4160-0019-6 (ШКИМБ).
2. Радиожурналистика: учебник / под ред. А.А. Шереля. 3-е изд., испр. И доп. М.: Изд-во Моск. ун-та : Наука, 2005. 480 с. (Классический университетский учебник). – ISBN 5-211-04836-9. – ISBN 5-02-033906-7.
3. Мастерство эфирного выступления: Учеб. пособие / Б.Д. Гаймакова, С.К. Макарова, В.И. Новикова, М.П. Оссовская. М.: Аспект Пресс, 2004. 283 с. (Серия «Телевизионный мастер-класс»). ISBN 5-7567-0338-1.

В РОЛИ МУСТАФЫ

Р.А. Бушков,

кандидат исторических наук, доцент

Казанский (Приволжский) федеральный университет (Россия)

E-mail: rbushkov@kpfu.ru

Аннотация. Статья посвящена творчеству киноактера К.И.Иванова (Йывана Кырли), сыгравшего роль Мустафы в первом отечественном звуковом фильме «Путевка в жизнь», включенном ЮНЕСКО в число лучших кинокартин всех времен и народов.

Ключевые слова: советское кино, кинофильм «Путевка в жизнь», творчество киноактера К.И.Иванова (Йывана Кырли).

Summary. The article is devoted to creativity actor K.I.Ivanova (Yvan Kyrlya), who played the role of Mustafa in the domestic first sound film «Road to Life», included by UNESCO among the best films of all time.

Keywords: Soviet cinema, the movie «Road to Life» creativity actor K.I.Ivanov (Yvan Kyrlya).

В 1931 году на экраны Советского Союза вышел и сразу завоевал широкую популярность первый отечественный звуковой фильм режиссера Н.В.Экка «Путевка в жизнь», рассказывающий о перевоспитании бывших беспризорников в трудовой коммуне. И уже на прошедшем в 1932 году в Венеции на Первом Международном кинофестивале он удостоился главной награды. Улыбка его героя татарского юноши Мустафы, по имени которого назвали кинокартину в прокате на Западе, покорила вскоре весь мир, став визитной карточкой страны.

Журналисты окрестили ее советской, признав в ней, однако, и восточный колорит. По душе она пришлась и татарской творческой интеллигенции, восторженно воспринявшей появление национального персонажа в мировом кинематографе.

После оглушительных ее успехов фильма в стране и за рубежом со всех концов СССР посыпались просьбы к его создателям на устройство выступлений перед кинозрителями. За их организацию взялось Московское концертно-гастрольное бюро. И вскоре у кинотеатров многих городов запестрели афиши: «Мустафа (Йыван Кырля). Только одна гастроль известного киноартиста, исполнителя главной роли в нашумевшем звуковом фильме «Путевка в жизнь» [1, с. 355]. Киноактер изъявлял желание посетить и Казань, как оказалось, знакомую ему по учебе на госрабфаке при Казанском университете. Выяснилась еще одна любопытная подробность: Йыван Кырля – не имя, а псевдоним Кирилла Иванова, студента Московского кинотехникума. Одним из первых из тогдашней татарской творческой интеллигенции узнали об этом пришедшие

в восторг от увиденного фильма и кинообраза Мустафы поэты Муса Джалиль и Ахмед Ерикей [3, с. 48]. Оба они жили тогда в Москве, занимались журналистикой и решили познакомиться с Йываном Кырлей лично. Свое содействие им в этом предложили бывшие сокурсники Мусы Джалиля по Московскому университету Петр Лашманов и Яныш Ялкайн, поведавшие о своей с ним дружбе. Встреча со ставшим в одночасье знаменитым на весь мир артистом для них началась с конфуза. Прежде всего, тот обескуражил своим признанием, что он не татарин, а мариец из Марийской автономной области, начинающий марийский поэт, выпустивший в Москве почти одновременно с выходом фильма «Путевка в жизнь» первый сборник своих стихов. Но он, действительно, родился в Казани, где начал писать стихи во время учебы на госрабфаке при Казанском университете и печататься в марийских изданиях. Экранной улыбкой он добавил к сказанному:

*Был рабфаковцем
В Казани,
Бил стихами старый быт.
Мустафой
Стал на экране.
В этой роли знаменит.*
(Перевод П. Железнова) [3, с. 141].

Это были строки из его поэтического письма знакомой марийской девушке. Псевдоним свой Йыван Кырля объяснил просто: на марийский лад он означает «сын Ивана Кирилл».

И тут уж Муса Джалиль не удержался, решил удивить артиста, спросив, знает ли тот, как переводится с арабского имя Мустафа? Он объяснил, что оно означает «избранный», значит Кырля был избран судьбой сыграть роль татарина в кино и с этим отлично справился. И для пущей убедительности Джалиль сказал, что сам приходится сыном Мустафы Габдельджалиля из татарской деревни Мустафино Оренбуржья.

Так завязалось их настоящее знакомство, переросшее затем в большую дружбу. Потом в фотоальбоме Мусы Джалиля появится дарственный портрет артиста, а Ахмед Ерикей заимел даже запечатлевший его с ним фотоснимок. Они встречались с Йываном Кырлей чаще всего Центриздате народов СССР, где размещались редакции издававшихся здесь газет и журналов на национальных языках, а также на проводимых секцией писателей нацменьшинств при издательстве «Молодая гвардия» поэтических вечерах. Мусе Джалилю удалось уговорить его на встречу с проживающими в Москве татарскими литераторами и посетить возглавляемый им литературный кружок при татарском рабочем клубе в Замоскворечье. Ставший в одночасье кумиром миллионов кинозрителей Йыван Кырля охотно рассказывал на них о себе: откуда родом, где учился и получил путевку в жизнь и киноискусство.

Он говорил, что родился 3 / 16 марта 1909 года в насчитывающей около трех десятков домов деревне Купсола (переводится с марийского как «болот-

ная») в бедной крестьянской семье. В Казань подался по окончании местной школы-семилетки по путевке комсомольской организации для продолжения учебы на марийском отделении открывшегося в 1919 году при Казанском университете госрабфака [1, с. 340-342]. Он присоединился к обучающимся здесь марийским рабфаковцам осенью 1926 года, сразу же включившись в активную студенческую жизнь. Кирилл Иванов вскоре возглавил культурно-воспитательный сектор студенческой учебно-бытовой коммуны «У илыш» («Новая жизнь»), участвовал в выпуске стенгазеты «Волгыдо корно» («Светлый путь»), записался в марийский хор, возникший вместе с землячеством при марийском отделении Восточного педагогического института.

Все три года учебы в Казани он жил в общежитии в одной комнате с земляками И.Кузнецовым и Н.Ивановым, свидетелями многих его студенческих розыгрышей. В столовой учебно-бытовой коммуны Кирилл предстал однажды настоящим поваром в белом халате, с надвинутым, чтобы его не узнали, на поллица колпаком:

– Господа! Сегодня я для вас приготовил специальный обед. Будем знакомы: я-шеф-повар турецкой столовой Тефик Заде-оглы [1, с. 344].

Он любил изображать татарских купцов, торговцев с Сенного базара, особенно когда в гости к ним заглядывал Александр Крылов-Ток, начинающий марийский литератор. Марийские студенты, по словам того, бегали сюда, чтобы «в тесной толкучке, кишашей мелкими торговцами, спекулянтами, ворами и мошенниками», встретить земляков, разузнать, если повезет, про родных [1, с. 345].

Эти наблюдения окажут потом добрую службу Йывану Кырле на съемках фильма «Путевка в жизнь».

Александр Ток стал для Йывана Кырли другом-наставником в его первых поэтических опытах. Именно он открыл для него популярного тогда среди студенческой молодежи большого поэта В.В.Маяковского, приехавшего в 1927-1928 гг. в Казань и выступавшего в университете. Александр Ток к тому же неплохо знал татарский язык и старался приобщить к этому и Кырлю. Среди марийских студентов Кирилл Иванов слыл одним из не многих, кто мог без запинок произносить непривычные им поначалу татарские и восточные имена. Из-за внешности его часто принимали за своего учащегося тюрко-татарского отделения рабфака при Восточном педагогическом институте, где учился Муса Джалиль (Залилов), но с ним Кырля встретился позже уже в Москве.

Кирилл Иванов закончил госрабфак в мае 1929 года, отметив в марте свое двадцатилетие. Заприметив в нем артистические таланты, доценты В.Т.Соколов и В.Н.Неболюбов посоветовали ему идти учиться дальше по этой стезе. И тут ему подвернулся случай: Московский кинотехникум объявил набор в организованную на актерском отделении национальную студию. Так он с полученным на распределении направлением оказался в столице [2, с. 16]. Члены приемной комиссии кинотехникума, а в него входили известные личности в мире театра и кино С.М.Эйзенштейн, В.Пудовкин, М.Ромм, Л.В.Кулешов, сразу оценили актерские данные марийского паренька, и Кирилл Иванов был принят в него

без оговорок. И тут ему вновь повезло: не успел он включиться в полной мере в учебу, как оказался не на учебном, а настоящем павильоне студии «Межрабпомфильм», взявшейся за создание первой звуковой кинокартины «Путевка в жизнь» о беспризорниках и пригласившей сняться в массовках студентов родственного учебного заведения. Ее сценарий написали Александр Столпер и Регина Янушкевич, а также сам кинорежиссер Николай Экк, предложивший сделать героем «татарчонка по имени Мустафа» [1, с. 348].

«На студии уже знали, что мы снимаем первую звуковую картину, и желающих посмотреть на съемки оказалось очень много. Чтобы не создать лишней суеты, решили снимать ночью, – рассказывал потом Н.Экк. – Под самое утро, когда уже все намеченное по плану было отснято, в павильоне из декорационной бочки, что стояла напротив аппарата, вдруг выглянул какой-то парнишка в живописных лохмотьях, с лицом монгола, с узкими, хитро смотрящими глазами, в какой-то мудреной дамской шляпе и с деревянной ложкой, привязанной грязной тряпкой к уху» [2, с. 129].

Исполнителем этого восхитившего всех экспромта оказался первокурсник кинотехникума Кирилл Иванов. Неожиданно для всех и для себя он стал главным героем снимаемой картины.

Роль покровительствующего беспризорникам уголовника Фомки Жигана досталась Михаилу Жарову, в сезон 1928-29 годов проработавшему в Казанском драматическом театре. Кстати, здесь же в начале своей артистической карьеры довелось выступать и читавшему в картине текст от авторов В.И.Качалову (Шверубовичу).

Работы над картиной растянулись на целых два года. После ее выхода к начинающему актеру К.Иванову пришла настоящая слава. «Ййван Кырля имел необыкновенный успех в этой роли, по улице он просто не мог ходить», – отмечал будущий народный артист СССР М.Жаров [2, с. 134].

Свидетелем славы Кырли среди москвичей не раз доводилось бывать и Мусе Джалилю. При встречах с ним на улице особо назойливых зрителей киноартист шел на хитрость: «Да вы меня путаете с моим братом, это он играет в кино, а я очень похож на него» [2, с. 146]. Те, конечно же, не верили. Бывало, Ййван Кырля представлял им сопровождавшего его Джалиля: «Знакомтесь, это мой друг Муса Мустафович». Люди же конфузились как от розыгрыша, хотя это была настоящая правда. А вот в отношении себя ему приходилось поправлять поклонников: «Я не Мустафа, а артист Кирилл Иванович Иванов».

Муса Джалиль охотно знакомил его со своими друзьями не только из татарского студенчества и интеллигенции, но и московской творческой молодежи. Один из них, будущий композитор, народный артист России Сигизмунд Кац, вспоминал позже о Ййване Кырле: «Мне о нем часто рассказывал Муса Джалиль, обещая привести талантливого стихотворца к нам на Сретенку, и однажды обещание сдержал» [2, с. 149].

Муса Джалиль и Ййван Кырля читали свои стихи, тут же переводимые ими на русский язык. «Стихи были очень хорошие, и мы слушали с большим удоволь-

ствием, – рассказывал С.Кац. – Но от совместных прогулок с Мусой Джалилем и Иваном Кырлей я впоследствии отказался наотрез. Стоило только выйти на улицу, как нас окружала толпа любопытных, и со всех сторон доносилось: «Гляньте, граждане, гляньте! Это же Мустафа, сам Мустафа!...» [2, с. 149-150].

Йыван Кырля в свою очередь представил Мусе Джалилю своих друзей: прежде всего Павла Железнова, взявшегося за перевод его стихов на русский язык, и Александра Крылова-Тока, ставшего журналистом выходившей в Москве газеты «Марий ял» («Марийская деревня»), а также некоторых своих товарищей по землячеству «Марий Москва» («Марийская Москва»), объединявшему, в основном, студентов и строителей московского метро.

В 1934 году Йывана Кырлю пригласили на главную роль в фильме Е.А.Иванова-Баркова «Наместник Будды» [2, с. 32]. Начавшиеся съемки с выездом в Монголию прервали тесное общение киноактера с Мусой Джалилем и Ахмедом Ерикеем. Было жаль, что не состоялась желанная его гастроль в Казань. Через общих друзей, прежде всего Яныша Ялкайна, они узнавали о снятой на основе биографии Йывана Кырли кинокартине «Жизнь Кавырли», получившей на прокате название «Песнь о счастье», выходе в Москве нового сборника его стихов «Шочмо кече» («День рождения»), киноотчете Союзкинохроники «Пятнадцать лет Марийской автономной области», запечатлевшем их знаменитого друга на сцене Маргостеатра в качестве гостя труппы. А потом до них из Йошкар-Олы дошла печальная весть о его аресте и заключении в исправительно-трудовые лагеря по ложному обвинению якобы в пропаганде и участии в контрреволюционной деятельности [2, с. 82].

Правду о дальнейшей судьбе Йывана Кырли узнать Мусе Джалилю уже не довелось – с началом Великой Отечественной войны он ушел на фронт, попал в плен и был казнен в 1944 году в немецкой тюрьме Плетцензее как один из организаторов подпольной антифашистской мусульманской организации. В 1956 году ему посмертно присвоили звание Героя Советского Союза. В этот же год после пересмотра дел в отношении бывших политических заключенных был посмертно реабилитирован и Йыван Кырля, прошедший через исправительно-трудовые лагеря Карелии и Северного Урала, погибший от непосильного каторжного труда 3 июля 1943 года [2, с. 109-111]. А в 1957 году, когда Муса Джалиль удостоился посмертно за цикл стихотворений «Моабитская тетрадь» Ленинской премии, картина «Путевка в жизнь» после восстановления вновь с успехом прошла по экранам кинотеатров страны. Прошедший, как и Йыван Кырля, через сталинские лагеря кинорежиссер Н.Экк побывал в Казани, встречался с кинозрителями.

Возвращение имени Йывана Кырли из забвения происходило на глазах обосновавшегося в Москве друга его юности татарского поэта Ахмеда Ерикее. Его разыскали марийский литературовед Ким Васин и журналист Михаил Исиметов, работавший над книгой «Йыван Кырля: очерк жизни и творчества». В ней впервые была опубликована сохраненная Ахмедом Ерикеем запечатлевшая его вместе с Йываном Кырлей фотография, а также несколько отыскав-

шихся снимков будущего киноактера рабфаковских времен [2, с. 123]. Один из них теперь находится в экспозиции музея истории Казанского (Приволжского) федерального университета.

Нашелся и портрет, подаренный Кырлей Джалилю и помещенный им в фотоальбоме, хранящемся теперь в его казанском мемориальном музее-квартире. Узнав об этом, татарский поэт Самат Шакир написал стихотворение-посвящение Йывану Кырле:

*Ты, мариец, татарина образ создал
Так естественно и легко,
Что, казалось, слабее любой металл,
Чем духовное наше родство.
Ты с Джалилем дружил.
И в Москве вас свела
(Да одних ли сводила вас!)
Жажда знаний и вера в святые слова,
В свой единственный звездный час.
(Перевод И.Данилова) [3, с. 27].*

Творчество киноактера Йывана Кырли, с чьим именем связано появление татарского персонажа в мировом кинематографе, стало достоянием советской, российской и мировой культуры. Покорившая же некогда весь мир картина «Путевка в жизнь» с сыгранной им ролью Мустафы, причислена к шедеврам советского киноискусства, включена ЮНЕСКО в число десяти лучших фильмов всех времен и народов. Она оказалась невольной предвестницей проводящегося теперь в Казани Международного фестиваля мусульманского кино.

Литература

1. Бушков Р.А. Утро земли О나라: история и культура Сернурского муниципального района Республики Марий Эл. Йошкар-Ола: Мар. гос. ун-т, 2014. С.335-355.
2. Исиметов М.И. Йыван Кырля: очерк жизни и творчества.- Изд. 2-е, дополн.-Йошкар-Ола: Мар.кн.изд-во, 2003.
3. Самат Шакир. Иван Кырля // Казанский альманах: Лит.-худ. и культ.-просвет.издание.-Казань,:Тат.кн.изд-во, 2014. №12. С.27-28.
4. Бушков Р.А. Мустафой стал на экране // Казанский альманах: Лит.-худ. и культ.- просвет. издание.-Казань: Тат.кн.изд-во, 2014. №12. С.177-186.
5. Кашиаф Г.С. По завещанию Мусы Джалиля / Пер. с тат. Р.Хакимова.- Казань: Тат. кн. изд-во, 1984.
6. Ток А.И. Незабываемые годы молодости: Воспоминания. Йошкар-Ола: Мар.кн.изд-во, 1970.

РАЗВИТИЕ НАЦИОНАЛЬНОГО ИНТЕРНЕТ-ТЕЛЕВИДЕНИЯ В ТАТАРСТАНЕ

Р.Р. Галимова,

аспирант

Казанский (Приволжский) федеральный университет (Россия)

E-mail: zemzi_55@mail.ru

Аннотация. В данной статье рассказывается о современном развитии татароязычного интернет-телевидения в Республике Татарстан. Более подробно описываются официальные татароязычные национальные телеканалы, зарегистрированные в Республике Татарстан, и их Интернет версии. Делается вывод, что эта область все еще остается недостаточно развитой.

Ключевые слова: Интернет, телевидение, Республика Татарстан

Summary. The article tells about the development of modern Tatar national internet-TV of Republic of Tatarstan. The official Tatar national television, registered in the Republic of Tatarstan, and their online versions are explored and described. It is concluded the *the* Tatar national internet-TV is a very broad theme in the journalism. But this area is not developed.

Keywords: Internet, television, the Republic of Tatarstan, TV.

Нашу жизнь очень сложно представить без Интернета. Он стал неотъемлемой частью жизни каждого человека. Интернет становится незаменимым инструментом для тех, кто хочет общаться, читать и смотреть на своем родном языке. Средства массовой информации очень четко понимают, насколько важно развивать себя именно в Интернет-пространстве, потому что именно здесь они наберут огромное количество читателей или телезрителей.

К сожалению, пока мы не можем сказать, что в Татарстане интернет-телевидение развивается стремительно. Но в то же время радует то, что почти все официальные ТВ, которые вещают в республике, имеют свои интернет-версии. Несмотря на то, что в республике действует два государственных языка, не у всех есть татароязычные версии.

В данной статье я подробно остановлюсь на официальных сайтах национальных ТВ в Татарстане. Они играют очень важную роль в объединении всех татар, живущих не только в Татарстане, но и за его пределами. А для зарубежных соотечественников он-лайн-вещания на их родном татарском языке помогают не только узнавать самые актуальные новости, но и увидеть самые примечательные кадры своими глазами.

В первую очередь хочется подробнее остановиться на телеканалах «ТНВ» и «ТНВ-Планета», потому что в Татарстане только у этого телеканала (!) есть официальная версия на татарском языке.

На данный момент телерадиокомпания «Новый Век» является единственным спутниковым оператором в Республике Татарстан и включает

в себя телеканалы «Татарстан — Новый Век» (ТНВ) и «ТНВ-Планета», радиостанцию «Болгар». Открытое акционерное общество зарегистрировано 17 мая 2001 года. Полноценное вещание началось 26 августа 2002 года. Интернет-версия сайта появилась чуть позже и находится по адресу www.tnv.ru.

В 2012 году началось техническое вещание телеканала «ТНВ-Планета». Важно заметить, что это стало настоящим прорывом в развитии национального телевидения. Так исторически сложилось, что более четырех миллионов татар проживают за пределами своей малой родины. С запуском «ТНВ-Планеты» появилась возможность их объединения. Концептуальные особенности телеканала: духовное объединение татарского народа, сохранение и развитие языка, культуры, национальных традиций, продвижение Республики Татарстан на федеральный и международный уровни. Потенциальная аудитория – около 8 млн. семей. Сегодня телеканал «ТНВ-Планета» можно смотреть в режиме online-вещания в сети Internet и на устройствах iOS («Apple»). Кроме того, on-line вещание этого телеканала ведется на сайтах «Корбина ТВ» и «Акадо», что делает его намного доступнее для их потенциальной аудитории.

А как понять, насколько популярен сайт среди Интернет-пользователей? В первую очередь, это — уровень посещаемости сайта. Если количество пользователей сайта возрастает, это означает, что портал становится наиболее интересным. По статистическим данным LiveInternet, официальный сайт ТНВ среди 1449 порталов в категории «Телевидение» занимает 91-ое место (важно заметить, что эти данные очень часто меняются, и они представлены с учетом того, что у сайта есть не только татарская, но и русская версии).

Если же его сравнить с татарстанскими ТВ, то он несомненный лидер по посещаемости. Если же говорить только о татарской версии сайта, то в официальном каталоге портала «Татар иле» среди татароязычных сайтов Республики Татарстан он занимает 15-ое место.

ГТРК «Татарстан» также играет немаловажную роль в предоставлении татароязычному населению республики важной и своевременной информации. К сожалению, у сайта нет татарской версии. Но, важно заметить, что на сайте есть специальная рубрика, которая называется «Национальное вещание». Там представлен весь архив телепередач, которые выходят на татарском языке. А их немало. Передачи «Авыл офыклары», «Рухи хэзинэ», «Замандаш», «Ижат», «Туган як», «Алтын куллар» уже давно нашли своего зрителя и пользуются большой популярностью.

Еще один канал, который имеет влияние на татароязычную аудиторию — телерадиокомпания «Казань». К сожалению, у сайта нет татароязычной версии. Телепередач на татарском языке здесь также не очень много, а всего лишь одна. Еженедельная информационно-аналитическая программа «Адымнар» («Шаги») выходит в эфир по субботам в 9.00. Повтор этой передачи можно посмотреть по воскресеньям, в 09.30.

Также хочу подробно остановиться на двух частных музыкальных телеканалах, такие как «Мәйдан» и «ТМТВ». Несмотря на то, что телеканал

«Мәйдан» вещает только на татарском языке, свой сайт они сделали только на русском. А вот официальный сайт телеканала «ТМТВ» представлен только на татарском языке и, по всей видимости, наиболее популярен среди интернет-пользователей.

Таким образом, мы можем сделать вывод, что телеканалы Татарстана, кроме «ТНВ» и «ТМТВ», почти полностью игнорируют татарский язык в Интернете. Даже те телеканалы, которые вещают на татарском языке, создают свои сайты на русском. С одной стороны, это можно понять: они полагают, что в Интернете русскоговорящих интернет-пользователей намного больше и шанс того, что этот сайт станет популярным тоже становится выше. С другой стороны, те татары, которые хорошо понимают и разговаривают на родном языке, говорят, что очень хотели бы смотреть и читать новости в Интернете именно на татарском языке. Понятно, что татароязычная версия того или иного сайта не поможет portalу вырваться вперед, но это незаменимый инструмент в сохранении и развитии родного языка, тем более среди молодежи.

ЗНАКОВАЯ ПРИРОДА СЛОВА В ТЕЛЕВИЗИОННЫХ ПРОГРАММАХ

Ф.Г. Ганеева,

кандидат филологических наук, старший преподаватель
Казанский (Приволжский) федеральный университет (Россия),
E-mail: firdaus.ganeeva@mail.ru

Аннотация. Создавая для зрительской аудитории картину мира, телевидение тем самым ориентирует окружающее пространство в принятии жизненно важных решений, дифференцирует аудиторию по уровню восприятия и способности к анализу. Очень важно, кто берет слово и идет на контакт со зрителями. У каждого зрителя существует свой индивидуальный отбор информации, этот отбор руководствуется своей культурой, своим пониманием и отношением к слову. На телевидении должны работать не просто грамотные информаторы, но люди, понимающие свою аудиторию не как разнородную толпу, а как близкого собеседника, в диалоге с которым разрешаются те или иные проблемы.

Ключевые слова: слово, бытие культуры, образы, программы.

Summary. Creating for the audience a picture of the world, television orients surroundings in making vital decisions, differentiates the audience on the level of perception and ability to analyze. It is very important who takes the floor and go to the contact with the audience. Every audience has its own individual selection of information, this selection is guided by their own culture, their understanding of and attitude to the word. There are should be not just literate informants, but people who understand their audience not as diverse crowd, and as a close companion, in a dialogue which allowed those or other problems.

Keywords: word, being culture, images, programs.

Телевидение становится не только отражателем жизни общества, его культуры, но становится и членом конкретной семьи, ибо без «говорящего и показывающего ящика» не живет ни одна семья. Однако, важно, что телевидение выражает не мировоззрение одного какого-то слоя общества, одной партии или движения (даже если эта партия является правящей), оно предоставляет слово не только носителям власти или выдающимся личностям, чьи взгляды особенно интересны, а «обычным» зрителям. Для понимания массового сознания не менее важно мировосприятие самих зрителей.

Задача телевидения – предложить аудитории целостную картину взглядов и общественных умозаключений во всем их разнообразии. Интересы и потребности зрителей, а также участников и героев телепрограмм не только различны, но подчас противоположны, документалист изначально оказывается в положении, где любое его действие или слово чревато непредвиденными и часто нежелательными последствиями.

В центре внимания стоит проблема слова, как смысла деятельности журналиста. На телевидении чаще речь диалогична, при разговоре между героем и автором важно знать какие стороны проблемы раскроет журналист, какое представление о себе как о личности и личности собеседника оставит у зрителя. М.М.Бахтин в своем исследовании «Эстетика словесного творчества» помогает разобраться в ценностной или смысловой позиции слова и голоса, взаимодействием между автором и героем, где действие рассматривается через сказанное слово, поступок.

Человек ответственен не только за себя, но еще за кого-то другого. Это не просто герой, эксперт или гость в студии, это, прежде всего, человек, по которому он выверяет свою жизнь, свою речевую культуру. Телевидение, адресуясь к массовой аудитории, обращается к зрительской способности взаимопонимания, но вместе с тем оно ставит зрителя в положение наблюдателя, что порождает некую дистанцию. Этот разрыв остро ощутим. Предэкранная жизнь постоянно вмешивается в процесс восприятия, фильтрует впечатления.

Передача, кроме того, что должна быть интересной, стильной, еще вынуждена преодолевать дополнительный психологический барьер. Авторы передачи пытаются заставить телезрителя оторваться от хлопот и дел. В каждом доме, в каждой семье свои проблемы, свои интересы, значит, телевизионная передача встречается с множеством разнородных аудиторий, поглощенных своими делами. Взаимоотношения искусства и зрителей интересовали ученых и раньше, но появление телевидения придало этому еще большую остроту. Появляются новые формы, поиск новых образов.

Таким образом, телевизионное творчество можно разделить на три подхода. Первый поднимает автора программы над аудиторией, определяет его право рассматривать аудиторию в качестве объекта управления, а себя – носителем и транслятором управленческих программ разного типа и уровня «Мәдәният дөңясында», «Татарлар» (канал «Новый век»), «Больше, чем любовь» (канал «Культура») – изобразительный образ программы.

Второй подход определяет место телевизионного журналиста рядом с аудиторией и ориентирует его на отношения. Иначе говоря, авторы ставят перед аудиторией темы, рассказывают свои истории, делятся жизненным опытом и оказывают ей помощь в выражении мнений («Поем и учим татарский язык» – канал «ТНВ», «Пусть говорят» – первый канал, «Прямой эфир» – канал «Россия 1», «Культурная революция» – канал «Культура» и т. д.).

Третий подход требует от автора находиться внутри аудитории («Пока все дома» – первый канал, «Приют комедиантов» – «ТВЦ»). Поиск различных форм телевизионных образов становится большим шагом вперед. Телевизионное произведение, как и художественное произведение, система с многоуровневой внутренней организацией (структурой), построенной на двух типах отношений:

- диалектический: отношение журналиста к отображаемой действительности, ее познание и оценка.
- диалогический: отношение журналиста к будущему зрителю.

Первый тип отношений выражает свойство системно, целостно воспроизводить действительность в образном мире произведения. Второй тип отношений определяет вероятностный характер прогнозирования действительности в телевизионном процессе.

Таким образом, телевизионный «диалог» органично входит в диалектический процесс отношений образов, а значит знаковой природы сказанного слова.

Проблема диалогических отношений системы образов в телевизионном пространстве, в частности ток-шоу, в теории журналистики недостаточно разработана. Процесс взаимоотношений – это бесконечный диалог между создателями программы и аудиторией, ибо «диалог – это не только вопросно-ответная форма мышления, – как подметил Коган Л.Н., – не только способ усвоения информации, не только авторский прием, но и само реальное бытие культуры» [1, с. 126].

Отождествление понятий «диалогические отношения» и «диалогичность мышления» неправомерно. Выдающийся мыслитель XX века М.М.Бахтин наглядно показал, что диалог может происходить не только между субъектами, но и внутри каждого субъекта, в том числе в сознании каждого отдельного человека. Все виды творчества он рассматривает как «поступок». Поступок, «который ответственен не только за себя, но еще и за «другого». «Пусть я насквозь вижу данного человека, знаю и себя, но я должен овладеть правдой нашего взаимоотношения, правдой единого и единственного события, в котором мы участники...». «Другой – не просто собеседник, это тот, по которому я выверяю свое бытие. Если я не признаю его хотя бы частичной правоты, не пытаюсь принять эту правду, превратить в частичку своего сознания, я обедняю самого себя. Воинственно упраздняя чужую точку зрения, я отвергаю не «чужую» идею, а чужое бытие. В монологической системе «другой» (тот, кто не с нами...) просто враг, но, устраняя чужое бытие, я затрагиваю основы собственного существования. Я обречен, как только разорвал связи с другим». Разъясняя понятия «смысл», «адресат», «индивидуальная неповторимость вы-

сказывания», он говорит, что «смыслами я называю ответы на вопросы. То, что ни на какой вопрос не отвечает, лишено для нас смысла». Вопрос, «как зародыш, ядро проблемы, знак, указывающий на наличие какого-то жизненного противоречия» [2, с. 283]. Бахтин М.М. отмечает, что существует конкретный, слушающий тебя человек, у него одно восприятие, но возможен высший «нададресат» (третий), абсолютно справедливое ответное понимание, которое определится в историческом времени.

Таким образом, по утверждению ученого, диалогические отношения приобретают новый смысл, новое специфическое качество, обуславливающее вероятностный характер действительности. Учитывая единство двух типов отношений в образной картине мира телевизионного полотна, мы можем подойти к определению «единого параметра».

Особенность телепрограмм заключается в том, что отображаемая действительность воспроизводится через показ острых конфликтных ситуаций и сложных проблем: нравственно-психологические противостояния («Говорим и показываем» – канал «НТВ»), физические противоборства (прежде всего, спортивные состязания), эмоционально-экспрессивные споры в ток-шоу («Пусть говорят», «Прямой эфир»), которые вместе с авторами передач осмысливает и разрешает не только телезритель, но сама история. Установка на создание противоречия – специфическая особенность телевизионного ток-шоу.

Подчас, образы, представленные в программах, излишне экспрессивны и эмоциональны. Разговор на обсуждаемую тему превращается в скандал и приобретает сложную психологическую окраску. Нерегулируемая ситуация разрушает хорошо начатый диалог, разрушает общение между людьми. Диалог превращается в гул толпы.

Многие мыслители и критики журналистского творчества подмечали, что в телевизионном творчестве большую роль играет закон контраста, противоположения, конфликтности. Однако, для нас важно не само противоречие, выдвигаемое журналистом, а то, что за этим стоит, что остается в сознании зрителя.

Телевизионная технология позволяет фокусировать противоречивые моменты своими способами, это пляшущие куклы в «Культурной революции», прямая связь корреспондентов со студией канала с мест трагических событий в «Вестях», Новостях, в программе «Время» и т.д. Авторы некоторых программ изначально концентрируют или фокусируют определенные моменты, как бы играя на нервах телезрителей, подмечая негативную сторону поднятой проблемы, которые укрупняют диалог, но обедняют речь.

В свете фокуса возникает обратная связь, где происходит влияние всей системы образов даже на каждый элемент текста сказанного слова. Сфокусированность противоречия в некоторых частях ток-шоу и относительная «нейтральность» других составляет динамику передачи, ее пульсацию, т.к. телевидение в большей степени, чем радио и газета, призвано поражать, приводить в изумление, потрясать, ошеломлять.

«Телевидение превратило зрителя в соучастника живого действия, – пишет искусствовед Манана Андроникова, – и уподобило общение с экрану общению с реальной аудиторией. Может быть, мы находимся на пороге нового этапа, может быть, зритель откликнется, ответит, задаст вопрос – не письмом в студию и не телефонным звонком, а непосредственно обращающемуся к нему оратору? Как это будет – сказать трудно. Этому, конечно, должно предшествовать новое техническое изобретение, которое позволило бы зрителю в какой-то момент заговорить или появиться на экране» [3, с. 94].

Н.К.Гей, прослеживая процесс формирования образа, считает, что «слово вступает в произведение, неся, так сказать, печать целого. Слово возникает в творческом сознании, отягощенное свойствами ритма, композиции, жанра произведения, потому что с самой изначальной стадии оно связано с организующим принципом целого во всех его конкретных разветвлениях» [4, с. 28].

Журналистское слово В.В.Прозоров сравнивает с «лавинной, которая не может ждать, она нетерпеливо и властно настигает его, по его же хотению (брак и по любви, и по расчету). По собственной воле я вступаю в непосредственный контакт – диалог с журналистским текстом. Между нами возникают почти межличностные отношения сочувствия, согласия, спора, неприязни и т.д.» [5, с. 36-38] Знаковая природа слова начинает свое формирование сразу же вслед за действием и оформляется композицией произведения, а содержательно определяется сюжетом и конфликтной ситуацией. Однако необходимо помнить, что сказанное с экрана несет в себе и код культуры или бескультурия.

В речевом искусстве особое значение играет интонация отдельных слов. Интонация включает в себя четыре акустических компонента: тон, силу звука, его длительность и тембр. Когда говорят о тоне звуков речи, то имеют, прежде всего, высоту гласных, сонорных и звонких шумных согласных. С помощью изменения тона создается мелодический рисунок речи. Журналист, умеющий тонировать свою речь, освобождается от монотонности. Но тон может быть высоким и низким, и тот и другой раздражает слушателей и зрителей.

В ток-шоу, в горячих спорах, проявляется громкость речи. Ведущий позволяет себе перекрикивать героев, гостей, зрителей, лишь бы быть услышанным. Такие ведущие бывают либо чрезмерно нервными людьми, либо невоспитанными, кто-то пытается обратить на себя внимание.

Темп речи, т.е. скорость произнесения речевых элементов, может меняться. Это зависит от содержания высказывания, эмоционального настроения журналиста, жизненной ситуации. Быстрая речь в форме скороговорки говорит о неуважительном отношении к зрительской аудитории, т.к. вызывает утомление, желание передохнуть от «трескотни». Очень медленный темп слушать также тяжело, т.к. напоминает речь больного или очень старого человека. Чувства восторга, радости, удрученности делают темп речи быстрым, а раздумье, инертность – замедляют его. Последний компонент интонации – тембр речи. Это дополнительная артикуляционно-акустическая окраска голоса, ее колорит. В полости рта в результате большого или меньшего напряжения органов речи и изменений объема резонато-

ра образуются обертоны, т.е. дополнительные тоны, придающие основному тону особый оттенок, особую окраску. Вот почему тембр называют еще «цветом» голоса. У некоторых ведущих телеканалов ощущается отсутствие этой тембровой окраски, отчего голос становится бесцветным.

Пауза в речи может означать тишину или молчание. М.Бахтин, разграничивая понятия «тишина» и «молчание», считает более правильным употребление слова «молчание». «Молчание возможно только в человеческом мире (и только для человека). Интонационно-речевой уровень телевизионной программы раскрывает значение слова в диалоге журналиста и зрительской аудитории и слова, связанного с репликами, ремарками, комментариями автора-ведущего. Диалогическая организация речи двух сторон подчинена закону развития действия, то есть слово становится действием, направленным на собеседника.

Литература

1. Коган Л.Н. Теория культуры. Екатеринбург, 1993.
2. Бахтин М.М. Эстетика словесного творчества. М., 1979.
3. Андроникова М.А. Сколько лет кино? М., 1968.
4. Гей Н.К. Искусство слова. М.: Наука, 1967.
5. Прозоров В.В. Власть и свобода журналистики. М.: Наука, 2005.

КУЛЬТУРНО-ПРОСВЕТИТЕЛЬСКИЙ ПРОЕКТ «КАК СТАТЬ РУССКИМ?» НА РАДИО «МАЯК»: ДИСКУССИОННЫЙ АСПЕКТ ПРОГРАММЫ

С.В. Гуськова,

кандидат филологических наук, доцент

Тамбовский государственный университет им. Г.Р.Державина (Россия)

E-mail: guskova_s_v@mail.ru

*Работа выполнена при финансовой поддержке
Гранта Президента РФ для молодых российских ученых –
кандидатов наук (Проект МК – 2850.2015.6)*

Аннотация. В статье анализируется содержательно-тематическая модель радиопроекта «Как стать русским?», выходящего с 2015 г. на радио «Маяк». Определяются функции, реализуемые радиопрограммой, устанавливаются средства активизации интереса аудитории, среди которых, согласно гипотезе, ведущую роль играет дискуссионный, полемический характер радиопередачи.

Ключевые слова: радиопроект, содержательно-тематическая модель, функции масс-медиа, дискуссия, полемика.

Summary. The article analyzes the content-thematic model of the radio project «How to become a Russian?», what was in 2015 on the radio «Mayak». Author defines functions implemented radio program, established by means of fostering interest in the audience, among whom, according to the hypothesis, the leading role played by discussion, polemical broadcast.

Keywords: radioproject, thematic-content model, function of mass media, discussion, polemic.

При выборе теле- или радиопрограммы, печатного средства массовой информации аудитория руководствуется различными мотивами, среди которых наиболее важным является заинтересованность тематикой и проблематикой. В данном исследовании предпринята попытка проанализировать содержательно-тематическую модель радиопроекта «Как стать русским?», выходящего в эфир радио «Маяк» с 2015 года. На официальном сайте радиопрограммы (<http://radiomayak.ru/>) представлены видеозаписи радиоэфиров, что позволяет заинтересованной аудитории обратиться к архиву аудио- и видеозаписей.

Программа представляет собой культурно-просветительский проект: в непринужденной манере ведущий Сергей Стиллавин беседует с гостем в студии по конкретной теме. В разговоре, часто носящем дискуссионный характер, участвуют «его друзья» – команда коллег, которые также приводят аргументы, задают вопросы. Кроме того, программа ориентирована на иностранных граждан, стремящихся приобщиться к русской культуре, русскому языку.

Так, в эфире от 28 мая 2015 г. гостем программы стала Лидия Малыгина – кандидат филологических наук, доцент кафедры стилистики русского языка факультета журналистики МГУ имени М.В.Ломоносова. Тема эфира обозначена следующим образом: «Как говорить по-русски правильно?» [1], что органично соотносится с названием программы. Ведущий Сергей Стиллавин так начинает программу: *«Граждане, друзья мои! Сегодня очередной выпуск провокационной в названии своем рубрики «Как стать русским?»*. Таким образом, подчеркивается дискуссионный характер программы. Речь в эфире идет о русском этикете общения. В частности, гостя студии начинает разговор о русском этикете обращения. Полемичность темы обнаруживается, когда Л.Малыгина приводит примеры обращения друг к другу наших соотечественников. Конкретные лица не называются, но многие могут узнать себя, поскольку гостя радиопрограммы выступает с некой критикой того, какие обращения функционируют в русском языке сегодня: одни в зависимости от коммуникативной ситуации оказываются неуместными, т.к. не характеризуют конкретно того, к кому обращены, либо характеризуют очень поверхностно (по половозрастному признаку); другие представляются архаичными; третьи – вульгарными; четвертые – ироничными. Разговор в студии охватывает ряд проблем, так или иначе связанных с функционированием русского языка. К примеру, гостя в студии обращает внимание на засилье в нашем языке англицизмов, интернетовского жаргона, на удачную и неудачную языковую игру в текстах масс-медиа, на ма-

терную лексику, на развитие речи у детей посредством телепрограмм и мультфильмов советского и современного производства, что также представляется дискуссионным. В целом эфир проходит непринужденно, без излишней эмоциональной напряженности между участниками коммуникации, хотя очевиден общий полемический фон программы.

В эфире обсуждались и другие темы: история русской игрушки (эфир от 17.09.2015 г.), русская баня (эфир от 3.09.2015 г.), русские семейные традиции (эфир от 30.07.2015 г.), история русской музыки (эфир от 24.06.2015 г.) и другие.

Полифункциональность радиовещания очевидна: радиoprogramмы информируют и развлекают, рекламируют и образуют. Среди основных функций, реализуемых контентом программы «Как стать русским?», – не только информационная, но и, в большей степени, культурно-просветительская, в отдельных случаях – научно-познавательная.

Жанровые рамки современных радиoprogramм не ограничиваются одним жанром: как и для материалов печатных СМИ, для радиоматериалов характерно сочетание жанровых признаков нескольких жанров. В анализируемом радиoproекте сочетаются жанровые признаки радиобеседы, дискуссии на радио, радиокорреспонденции.

Ведущий в эфире использует различные средства привлечения внимания аудитории. В первую очередь, подбираются интересные широкой аудитории темы (причем не только иностранным гражданам, стремящимся приобщиться к русской культуре). Во-вторых, используется особая форма подачи информации (фактологическая информация представляется как ведущим, так и «его друзьями» и гостями студии). В-третьих, очевидна авторская манера ведения эфира (живой образный язык ведущего, владение темой каждого эфира, умелое использование речевых и околоречевых средств – интонационных особенностей, темпа и тембра речи). В-четвертых, в студию приглашаются компетентные по отношению к обсуждаемому вопросу лица, точка зрения которых звучит авторитетно. В-пятых, подчас дискуссионный характер программы способен увлечь аудиторию, побудить ее к размышлению над поставленной темой [2].

Подводя итог, можно констатировать:

- радиoproект «Как стать русским?» на радио «Маяк» представляет собой культурно-просветительский проект, на что указывает содержательно-тематическая модель программы;

- как и в печатных средствах массовой информации, в электронных СМИ (на телевидении и на радио) имеют популярность дискуссионные по своей сути полемические материалы, каковыми и является большинство эфиров программы «Как стать русским?»;

- в центре полемических теле- и радиoprogramм находятся актуальные для российского общества вопросы;

- гостями подобных теле- и радиoprogramм выступают компетентные в конкретных вопросах личности;

– отстаивание точки зрения ведущего и гостя в студии реализуется вербальными и невербальными средствами, которые способны оказывать влияние на восприятие контента аудиторией. При традиционном представлении радиоконтента (звучащая речь) полемичность сообщениям придается околоречевыми средствами (интонация, темп и тембр речи, паузы в выступлениях);

– медиаполемика на вербальном уровне в теле- и радиопрограммах реализуется средствами языка (специфичная лексика, синтаксические особенности конструкций).

Очевидно, проект «Как стать русским?» является интересным аудитории, однако его долгоиграющий характер находится под вопросом, поскольку его проблемно-тематическое поле четко очерчено рамками программы.

Литература

1. Как говорить по-русски правильно? Радиопрограмма // Как стать русским? Выпуск от 28.05.2015 г. – Режим доступа: <http://radiomayak.ru/podcasts/podcast/id/1101/>. Дата обращения: 05.11.2015.

2. Аносова С. В. Влияние печатной полемики на формирование поведения аудитории: региональный аспект // Средства массовой коммуникации в многополярном мире: проблемы и перспективы: Мат-лы II Всероссийской научно-практич. конф. М., 2011. С. 21-23.

ФЕНОМЕН НОСТАЛЬГИИ НА РОССИЙСКОМ ТЕЛЕВИДЕНИИ

Р.В. Даутова,

доктор исторических наук, профессор

Казанский (Приволжский) федеральный университет (Россия)

E-mail: RVagiz@yandex.ru

Аннотация. В статье рассматривается одна из тенденций последнего десятилетия, наблюдающаяся на российском телевидении. Прощание с ценностями XX столетия, мифологизация образов советской культуры, обращение к историческим событиям и знаковым фигурам прошлого – данные черты прослеживаются как в вещательной политике ведущих телеканалов, так и в тематических предпочтениях большей части телевизионной аудитории. Автор статьи, рассматривая феномен ностальгии на российском телевидении, объясняет причины появления популярных телевизионных проектов, которые построены на материалах прошлого.

Ключевые слова: ностальгия, телевидение, советская повседневность, образ, мифологизация, духовные ценности, аудитория.

Summary. The article deals with one of the trends of the last decade, there has been shown on Russian television. Farewell to the values of the twentieth century, the

mythologizing of images of Soviet culture, the reference to historical events and iconic figures of the past – the data lines can be traced in the broadcasting policy of the leading TV channels and thematic preferences of the majority of the television audience. The author, considering the phenomenon of nostalgia on Russian television, explains the reasons for the emergence of popular TV projects that built on previous material.

Keywords: Nostalgia, television, the Soviet daily, image, mythologizing, spiritual values, the audience.

Последние два десятилетия в истории отечественного телевидения отмечены появлением на ведущих каналах большого количества так называемых «ностальгических» проектов, созданных на материале советского времени. Неубывающий и достаточно длительный интерес телевидения к этой тематике является отражением настроений российского общества, находящегося в состоянии затянувшегося прощания с ценностями уходящей эпохи.

Социологи и культурологи, исследуя природу ностальгии, охватившей постсоветское пространство, пытаются объяснить природу этих переживаний. Современная ностальгия понимается учеными не столько как тоска по утерянной реальности, сколько сознательная миграция в прошлое, основанная на отказе от действительности. Именно события настоящего времени, невозможность понять и согласиться с существующим миропорядком, отсутствие важных для себя ценностей заставляют человека в поисках главных жизненных смыслов обратиться к прошлому. Однако ностальгия гораздо шире простой ретроспекции. Это «попытка повернуть время вспять, преодолеть необратимость его течения, превратить историческое время в мифологическое пространство» [1].

Каковы причины таких настроений в России? Исследователь ностальгических ЖЖ-сообществ российской блогосферы Р.Абрамов называет три фактора: разочарование в реформах девяностых годов, поколенческий фактор — «сегодня на авансцену вышла генерация «последних советских детей», и политические мотивы — мимикрия под официозную стабильность семидесятых стала определяющим стилем власти еще в 2000-е гг. [2] О.В.Шабурова утверждает, что первопричиной является тупик, в котором оказалось массовое сознание: когда старые футурологические схемы не работают, а новые весьма неопределенны [3]. А.С.Чикишева считает, что ностальгия выступает в качестве компенсации социально-психических перегрузок российского социума в условиях цивилизационного перехода [4]. Ю.А.Левада не привязывает современную ностальгию россиян к конкретному историческому периоду. По мнению известного социолога, в России всегда доминировала романтическая концепция «счастливого прошлого» [5] в сравнении с настоящим.

Если обратиться к хронологии развития массовой ностальгии по советской повседневности, то здесь также нет однозначного мнения. Одни считают, что начало процесса – в первом десятилетии 2000-х гг. В числе первых выразителем ностальгических настроений в российских медиа выступил Л.Парфенов.

Он дал довольно точное определение данного десятилетия – эпоха «ренессанса советской античности», бессознательная тяга к атмосфере брежневского времени [6]. Другие утверждают, что первая ностальгическая волна проявилась гораздо раньше – уже в середине девяностых годов XX столетия. С.Шелин пишет: «...тоска по утраченной державе слилась с гурманским умилением деталями советского быта, которые, уйдя в прошлое, стали вдруг казаться удивительно трогательными.» [7]. Именно в это время появились первые музейные экспозиции из предметов советского быта. В науке стало активно развиваться такое антропологическое направление как история культуры повседневности, где серьезно изучаются как различные неодушевленные объекты повседневности, так и социальные практики.

Вообще, на определяющей роли телевизионного журналиста Л.Парфенова в ностальгических настроениях российского общества надо остановиться отдельно. Его документальный многосерийный проект «Намедни 1961–1991: Наша эра» явился открытием для российской аудитории: оказалось, что путешествие в советское прошлое может быть таким увлекательным и приятным. В реконструкции Парфенова была представлена не столько официальная история советского тридцатилетия с известными политическими событиями, сколько история жизни обычного советского человека, пережившего появление на прилавках до сих пор неизвестных аэрозольных освежителей воздуха, бананов и в то же время острый дефицит необходимых товаров, и т.д. Яркие иллюстрации и современный комментарий превращали это «путешествие» в развлечение.

Еще один важный момент для понимания современного феномена ностальгии в России. Советская эпоха – понятие в историческом плане масштабное, временной отрезок протяженностью в 74 года. Но коллективная память чаще обращается к периоду 1960–1980 гг., по сути, объединив два последних, но достаточно разных исторических отрезка – Хрущева и Брежнева. Объяснить это можно все тем же поколенческим фактором. Эпоху Брежнева хорошо помнят «последние советские дети», хрущевскую «оттепель» – люди старшего поколения, пока еще представляющие значительный сегмент российского общества. Для них этот период – время их детства и молодости, окрашенной романтическим ореолом «оттепели», героическим образом страны-победителя.

Поколенческий фактор можно считать важным условием развития феномена ностальгии и на российском телевидении. И «последние советские дети», и люди старшего поколения, пусть в разной степени, являются потенциальными потребителями телевизионной информации. Россия – по-прежнему страна телезрителей [8]. Около 90% россиян, для которых телевидение – «утешитель» и «антидепрессант», так или иначе смотрят телевизор. Однако стратегия телезрителю постепенно меняется. Телеаудитория постепенно превращается из массовой в «функциональные группы зрительского интереса» [9].

В контексте этих изменений «последние советские дети» – представители среднего возраста, особенно мужчины, не являются постоянными телезрителя-

ми, если не считать новостных или тематических программ и каналов. Люди пенсионного возраста составляют большую часть телеаудитории и придерживаются традиционной стратегии телесмотрения. При этом они являются самой незащищенной частью аудитории в условиях переизбытка информации и недостатка контекста. Дефицит смыслового и контекстного наполнения [10] информации рождает состояние ценностного вакуума, который усугубляется такими факторами, как растущая урбанизация, разрушение нуклеарной семьи, упадок традиционных институтов.

Еще одна важная примета времени, отразившаяся на телевизионном контексте и которую не принимает старшее поколение, а среднее – с терпимостью и заинтересованностью – это тенденция наступления приватного на коллективное. Телевидение – как точно пишет о телевизионных ток-шоу З.Бауман – делает непроектируемое высказываемым, постыдное – пристойным и превращают отталкивающие секреты в предмет гордости. Происходит «не просто очередной пересмотр печально известных своей подвижностью границ между частным и общественным, – размышляет философ. «Имеет место новое определение общественной сферы как сцены, где перед всем обществом разыгрываются частные драмы» [11].

Таким образом, аудитория ностальгии и аудитория телевидения повторяются лишь фрагментарно. Очевидно, что ностальгические переживания у «последних советских детей» и людей старшего поколения носят разный характер, что не может не учитывать телевидение. Каждое поколение черпает из прошлого важные для себя смыслы, вовлекаясь в телевизионное мифотворчество.

Д.В.Драгунский не без основания называет советский ностальгический миф мифом доброты [12]. Поскольку именно это направление социального мифотворчества нас интересует, остановимся на нем более подробно. Ностальгический миф состоит из мифологем и носителей мифов. Самая распространенная мифологема советской эпохи связана с областью межличностных отношений и отношений к долгу перед обществом и страной. Ностальгия противопоставляет современному индивидуализму и рационализму – коллективизм, человечность, искренние и добрые отношения, которые имели место в советском прошлом. Еще одной характеристикой советской социальной мифологемы является отказ человека от личных достижений во имя идеалов, приоритет общественного над личным. В этой же плоскости лежит особое чувство патриотизма советского человека.

Менее распространены, так как связаны непосредственно с политической оценкой достоинств и недостатков советского строя, мифы о справедливой советской системе распределения материальных благ, о дружбе народов и т.д.

Телевидение, в силу его массовости и доступности, можно назвать главным носителем советской мифологемы. Например, многие телеканалы охотно ставят в свою сетку вещания старое советское кино, которое с благодарностью смотрят и старшее поколение, и поколение «последних советских детей». Особенно выражен интерес к старым советским фильмам у сельских жителей. Глу-

бинные интервью, взятые нами в домохозяйствах Данауровского поселения Чистопольского района Татарстана, также показали, что респонденты идеализируют советское прошлое и СССР [13].

Однако «ностальгические» телепередачи представляют собой достаточно разнообразную по методике обращения с историческим материалом палитру. Всю совокупность можно разделить на несколько групп:

- **воспоминания** о героях советского времени («Чтобы помнили», «В поисках утраченного», «Как они уходили» и т.д.);

- **биографии** знаковых фигур эпохи: документальные и художественно-сериальные;

- **документальные проекты-исследования**, посвященные важным событиям; некогда закрытым для общества политическим фактам или криминальным делам («Следствие ведут...», «Исторические хроники» с Николаем Сванидзе, «История российского шоу-бизнеса» и др.);

- **ток-шоу в виде исторических реконструкций** картин повседневности («Какие наши годы!», «Старая квартира»);

- **реалити-шоу** по поискам антиквариата и советского андеграунда («Ба-рахолка»);

- **музыкально-развлекательные проекты**, в основе которых или «караоке», или концертное исполнение современными артистами советских песен или изображение, пародии на ушедших кумиров советской эстрады («Достояние республики», «Старые песни о главном», отдельные выпуски «Точь в точь», «Один в один»).

Необходимо отметить, что эти группы отличаются друг от друга не только форматами. Документальные проекты претендуют на объективное отражение прошлого, нередко звучит критическая оценка фактов, используется много кинохроники, архивного материала, в качестве экспертов привлекаются ученые-историки, свидетели и участники событий. Современные телевизионные форматы ставят другую цель – воссоздать атмосферу того времени, напомнить в деталях памятные страницы, разбудить воспоминания телезрителя. Настроенные, прежде всего, на эмоциональное воздействие, эти программы, безусловно, представляют собой своеобразное развлечение.

Таким образом, «ностальгические» телепрограммы выполняют три функции:

- архивация прошлого;

- расширение границ известного и раскрытие «белых пятен» советской истории;

- эмоциональное погружение, возвращение в прошлое.

В этом плане очень показательна программа «Какие наши годы!», которая выходила на Первом канале в 2010-2011 годах. Создатели проекта представили проект как «экскурсионные туры в прошлое нашей страны». Л.Парфенов, являвшийся одним из ведущих программы, высказался так: «Программа «Какие наши годы!» дает возможность пережить «прошлое» заново, но в ином ключе.

При этом мы не инвентаризуем прошлое, а превращаем его в некий современный перевертыш, сталкивающий минувшее с настоящим» [14].

По задумке авторов, каждый выпуск посвящался конкретному году. Вышло в эфир 13 программ. Специально были построены в натуральную величину декорации двора начала 70-х гг., в котором катались на самокате и играли в классики дети, на скамейках сидели жители, а представители мужского пола играли за дощатым столом в домино. Рассказ о том, чем жила в это время Страна Советов, велся не от имени журналистов, а от имени приглашенных на программу людей, чья деятельность или личностное становление пришлось именно на эти годы.

Например, в первом выпуске, посвященном 1972 году, рассказывали о прошлом поэт и исполнитель песен Борис Гребенщиков, певица Эдита Пьеха, шахматист Анатолий Карпов и другие. Участники программы не только делились своими воспоминаниями (например, Б.Гребенщиков – о концертах-квартирниках, ветераны советского хоккея Вячеслав Фетисов, Борис Михайлов и Владимир Петров – о знаменитой хоккейной суперсерии СССР-Канада), но и как бы вновь примеряли одежды и быт тех лет. В помощь им были представлены подлинные оригинальные предметы советской промышленности тех лет. В первом выпуске, например, демонстрировалась мода 1970-х годов. В выпуске «1968-й год» в импровизированный двор въехал «Москвич-412». В выпуске «1978-й год» вспомнили очень модные тогда дубленки и шапки из нутрии. Атмосферу времени создавали популярные фильмы, песни, модные образы.

Аудитория проекта также участвовала в этом «узнавании», этот процесс можно назвать коллективным. Изучение мнений, которыми делились телезрителями после каждого выпуска в интернет-форуме программы, дает интересный материал для анализа. Комментарии разнообразны: от восторженных о самой идее программы до весьма критических, в основном касающихся «узнавания».

Авторы комментариев выступают в роли экспертов, подтверждающих или отрицающих подлинность вещей, их соответствие – аутентичность – эпохе. Нередко зрители, несогласные с мнениями, прозвучавшими в том или ином выпуске, не на шутку схватываются в полемике по оценке советского периода. Приведем несколько показательных примеров [14]. Орфография и пунктуация оригиналов сохранена.

Зиновий, Россия, Самара [00.07, 14/02/2011]

Хорошая передача, но пренебрежение мелочами очень и очень досадно, ибо снижает достоверность повествования. Речь в частности, о том, что солдаты тех лет никак не могли носить форму, в которую Советская Армия облачилась лишь 11 (!) лет спустя. Я знаю об этом не из книжек и фильмов, поскольку служил во второй половине шестидесятых и носил не китель с галстуком, а мундир и гимнастерку...

Виолетта Азарова, Россия, Майкоп [21.48, 01/05/ 2011]

как вам не стыдно врать на СССР? Противно слушать и смотреть я прожила всю жизнь в богатейшей стране, которая постоянно развивалась...я жила в селе и все у нас было...полные холодильники у всех все было натуральное, не то что сейчас...вас что специально подослали лить грязь на СССР? Расскажите хорошее...лучшее...

Знаток, [08.27, 29.07/ 2011]

Когда читаешь комментарии, удивляешься, как некоторые люди все быстро забывают. Или не хотят помнить...Говорить о том как хорошо жилось в СССР, о каком то изобилии в холодильнике, о порядке в стране, значит или бессовестно врать, или неадекватно воспринимать все вокруг...

Артур [15.37,17/04/2011]

1962 год. 1) Что за электрогитара в ансамбле? Если она и была в то время, то это была гитара, акустическая по исполнению с добавленным звукоснимателем. Годами тремя позже в полуподпольных самодеятельных ансамблях появились самопальные доски. Даже Поющие гитары в 1967 году играли на т.н. полудеках, а рогатки на официальной эстраде появились и того позже. 2) Песня Нежность была написана в 1969 г. 3) Парадно-выходная форма для солдат и сержантов с тужурками, брюками и ботинками навыпуск была введена в 1969 г. 4). Бадминтон в 1962 году был экзотикой. От ГДР-овских воланов то и дело отваливались резиновые колпачки, слабо приклеенные к головке. Нормальных ракеток, которые играют статисты на заднем плане, в продаже не было, изредка появлялись упрощенные детские, да и те были лишь у немногих.

Судя по комментариям, программу смотрят те, кто жил и хорошо знает советское время. Зрители обращают большое внимание на компоненты повседневности. Восприятие телевизионного «ностальгического» контента происходит на нескольких уровнях:

- 1 уровень – аутентичность, подлинность тех или иных вещей советской эпохи;
- 2 уровень – «функциональность» вещи советского периода;
- 3 уровень – «эстетический» – степень привлекательности советских вещей;
- 4 уровень – «эмоциональное узнавание» – соотнесение увиденных вещей со своим детством или юностью;
- 5 уровень – социальные практики.

Первые три уровня восприятия могут носить отстраненный характер, два последних предполагают эмоциональное погружение, отношение к материалу через призму собственного знания и опыта. Уровень социальных практик связан непосредственно с личным опытом советской жизни.

Сделаем вывод. «Ностальгическое» телевидение стало развиваться в ответ на массовые ностальгические настроения в российском обществе. Недавнее советское прошлое занимает огромное место в жизни большого количества россиян, поэтому прощание с ценностями ушедшей эпохи многими из них воспринимается как личная драма. В этой ситуации телевидение выступает в качестве «утешителя» и «антидепрессанта», предлагая виртуальное путешествие в прошлое. Разные темы и форматы, современные подходы и взгляды в освещении советских событий, исторические реконструкции, биографии и жизнеописания соседствуют на телеэкране со старым советским кино и воспоминаниями реальных участников и героев времени. Зрители становятся участниками виртуальной миграции в советское прошлое, вовлекаются в телевизионное мифотворчество.

Литература

1. Бойм С. Общие места: Мифология повседневной жизни. М., 2002. С.297.
2. Абрамов Р. «Советский чердак» российской блогосферы: анализ ностальгических виртуальных сообществ // Inter. 2011. № 6. С. 88–102.
3. Шабурова О. В. Ностальгия: через прошлое к будущему // Социемы. 1996. № 5.
4. Чижишева А.С. Феномен ностальгии в постсоветской массовой культуре // Фундаментальные проблемы культурологии: Сб. ст. по материалам конгресса / Отв. ред. Д.Л. Спивак. М.: Новый хронограф: Эйдос. Т.6: Культурное наследие: От прошлого к будущему. 2009. С. 267-277.
5. Левада Ю. А. «Человек ностальгический»: реалии и проблемы // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2002. № 6 (62). С. 7-13.
6. Л. Парфенов о «неплохом мужике» Брежневе и «эпохе застоя». С днем рождения, дорогой Ильич! Интервью для РИА-новости // Сайт РИА-новости, 14 октября 2009. Доступно на: URL: <http://www.rian.ru/interview/20091014/188794657.html>
7. Шелин С. Тускнеющее очарование сталинизма//www.gazeta.ru, 1 декабря 2010 года, Доступно на: URL: <http://www.gazeta.ru/column/shelin/3451749.shtml>
8. Качкаева А.Г. История телевидения в России: между властью, свободой и собственностью. 2010. Доступно на: URL: <http://www.ru-90.ru/node/1316>.
9. Протодьяконов С.А. Политико-антропологические аспекты современного телевидения. М., 2003. С.25.
10. Нетократия. Новая правящая элита и жизнь после капитализма. Издание второе, исправленное/ Перевод с англ В.Мишучкова, Предисловие Артемия Лебедева – Стокгольмская школа экономики в Санкт-Петербурге. 2004. С.91.
11. Бауман З. Текучая современность/Пер.с англ.под ред. Ю.В.Асочакова. СПб.: Питер. 2008. С.77.

12. Драгунский Д. В. Социокультурный аспект. Социальная мифология // Россия между вчера и сегодня. Книга первая. Экспертные разработки. М., 2003.

13. Подробнее об этом: Даутова Р.В. Особенности регионального телесмотрения // Информационное поле современной России: практики и эффекты. Сборник статей XII Международной научно-практической конференции, 15-17 октября 2015 г./ Под ред. Р.П.Баканова. Казань: Казан.ун-т, 2015. 174-179 с.

14. Какие наши годы!// Сайт Первого канала. Доступно на: URL: www.1tv.ru/sprojects_in_detail/si=5815

КУЛЬТУРА ТЕЛЕСМОТРЕНИЯ КАК НАУЧНАЯ ПРОБЛЕМА

М.А. Мясникова,

доктор филологических наук, профессор
Уральский федеральный университет (Россия)

E-mail: avt89@yandex.ru

Аннотация. Статья осмысляет процессы телесмотрения в их связях с культурой, полагая это серьезной научной проблемой, ибо в последние годы российские телеканалы демонстрируют довольно низкопробный контент, аргументируя его преобладание в эфире рейтинговыми показателями. Автор утверждает необходимость не количественного, а качественного изучения телеаудитории, ее реальных потребностей, мотивов телесмотрения и оценок текущей телеинформации. В статье сравниваются результаты двух опросов молодежных аудиторий 2008 и 2016 гг. Делается вывод о том, что в ходе телесмотрения должны работать механизмы культурного отбора, анализа и оценки.

Ключевые слова: гуманизм, культура, телевидение, контент, рейтинг, аудитория, молодежь, телесмотрение, мотивация, опрос.

Summary. The article examines the television viewing processes in their relations with the culture. It is a serious scientific problem, because Russian TV channels show rather low-grade content, proving the domination of it in the air through rating indices. The author argues the need of not quantitative but qualitative study of the TV audience, its real needs, TV viewing motivations and current television information assessment. The article compares the results of youth audiences two surveys in 2008 and 2016. It is concluded that mechanisms of cultural selection, evaluation and assessment should work during the TV viewing.

Keywords: humanism, culture, television, content, rating, the audience, youth, television viewing, motivation, survey.

Одной из важнейших задач телевидения является гуманистическое развитие человека, воспитание его на лучших образцах общемировой и национальной культуры. Однако на протяжении последних лет на главных российских те-

леканалах мы наблюдаем нечто совершенно противоположное, а именно: обилие развлекательности, гламура, криминала, так называемого, «трэша» во всех его проявлениях. Кинопоказы не лучших образцов экранного искусства замещают в российском телепространстве качественное и разнообразное художественное, просветительское, аналитическое вещание. Обилие телеигр провоцирует инфантильное состояние и телевидения, и общества. В эфире активизируются реклама, PR, политическая пропаганда. Последние все чаще сближаются с журналистикой, нередко воспринимаемой теперь в качестве носителя рекламной, имиджевой и пропагандистской информации. В результате меняется сам статус журналистики, теряющей социальную ориентированность и ответственность, все реже защищающей *духовное пространство*. То же происходит и с телевидением в целом.

Не случайно уже несколько лет подряд эксперты заявляют о том, что в нашей стране произошла «культурная катастрофа», связанная с положением дел в телевидении. В частности, с исчезновением просветительских и культурологических программ на доступных массовому зрителю каналах. Уже в 2005 году Ясен Засурский писал, что «**это самая серьезная потеря** нашего телевидения, которая ничем не восполнена. По этому важнейшему для XXI в. показателю российское телевидение относится к числу наиболее отсталых в мире. Именно здесь необходимо принять срочные меры, чтобы восстановить образовательное вещание, которое имеет в России богатейшие традиции» [1]. «Без всего этого гигантский океан развлечения поглотит культурный потенциал нации», – справедливо заявлял чуть позже Даниил Дондурей [2]. Однако по наблюдению Сергея Муратова, высказанному им с нескрываемой горечью, «коммерческому телевидению не нужна культура: она не приносит прибыли» [3]. К сожалению, подобному тренду следуют сегодня и государственные каналы.

Как реагирует на все это аудитория? В каком положении находится **телесмотрение** в разных аудиторных стратах российского общества, в стране и регионах? Мы полагаем, что данная проблема требует сегодня серьезного научно-го осмысления. И подобные исследования уже ведутся. Заведующая кафедрой телевидения и телепроизводства Казанского (Приволжского) федерального университета Р. Даутова, работавшая в 2014 году в составе научной экспедиции Лаборатории медиакоммуникаций Центра фундаментальных исследований НИУ ВШЭ (г. Москва) в Чистопольском районе Республики Татарстан, так определила круг вопросов, настоятельно требующих рассмотрения ученых: «Телесмотрение является одной из важных характеристик культуры повседневности современного человека, поэтому его исследование может иметь большое научное и прикладное значение. В изучении данной проблематики будет целесообразным рассмотреть такие вопросы, как общие и местные условия телесмотрения, место, какое занимает телесмотрение в жизни местного жителя, предпочтения региональной аудитории и мотивация выбора, общая стратегия медиапотребления, взаимоотношения телесмотрения и новых медиа» [4].

Изучая состояние российской аудитории СМИ, мы обнаруживаем целый ряд нерешенных теоретических проблем. И, прежде всего, неопределенность самого понятия «аудитория». Это слово происходит от латинского *auditorium* < *audire*, что означает *слушать* [5]. Однако понятие «аудитория» сегодня кардинально пересматривается на Западе. Роль аудитории в коммуникационном процессе заметно возрастает, становясь благодаря новым технологиям и тем социальным процессам, которые протекают в современном глобализованном мире, все более избирательной.

Если прежде аудитория традиционно рассматривалась сквозь призму дихотомии *пассивная – активная*, то с конца 90-х годов прошлого века, согласно концепции Дж. Уэбстера, стали различаться уже не две, а, по крайней мере, три модели описания медиааудитории: *аудитория – как масса*, *аудитория – как объект воздействия* и *аудитория – как-агент* [6]. Если третья модель рассматривает аудиторию как «пользователя» и «агента», как все более активного потребителя информации, а уже не как объект для манипуляций, то вторая обращает особое внимание на отдельные эффекты воздействия СМИ на аудиторию. В частности, воздействия теленасилия, телеэротики, телепропаганды и т.д. Первая же модель, рассматривающая аудиторию как массу, касается преимущественно попыток определить ее численность – то есть выявить рейтинг, о котором у нас так много говорят и пишут и которому придают столь большое значение.

Как мы помним, это – показатель успеха (популярности) передачи (канала). Но объективно он означает лишь **объем телесмотрения** в определенный момент (или интервал времени) и не может дать информацию о реальных потребностях аудитории, о конкретных зрительских оценках и уж тем более об объективном содержании и характере воздействия на людей льющейся с экрана телеинформации. Как правило, рейтинг указывается вкуче с **долей телесмотрения**, соответствующей числу «людей или семей, которые настроились на передачу или станцию, в пропорции к общему числу приемников, работающих в данный момент... Поскольку имеющихся телевизоров всегда больше, чем используемых, доля выше рейтинга. Эти единицы измерения аудитории можно сравнить с процентом голосов, полученных кандидатом на выборах, от всего электората и от числа избирателей, принявших участие в голосовании» [7]. Однако и рейтинг, и доля представляют интерес не для зрителей и не для самого телевидения в смысле совершенствования его уровня. Все это важно для рекламодателей и владельцев, покупающих и продающих аудиторию. К сожалению, почти из 50 параметров медиаметрии, существующих сегодня в мире, в России чаще других используются именно эти два. В итоге «борьба за аудиторию приводит к демонизации рейтинга как показателя экономической успешности того или иного субъекта телевидения», – справедливо замечает исследователь С.Н.Ильченко [8]. А другой автор В.Попов завершает мысль: «Может быть, пора уже закончить эту бессмысленную игру в рейтинговое ТВ и начать делать хорошее?» [9]. Д.О.Казьмин же делает важное уточнение:

«В международных требованиях говорится о важности измерения не только реального объема телесмотра, но и зрительской оценки, т.е. выявления того, насколько передача нравится или не нравится зрителям, ...ныне существующая система измерений телеаудитории в России не соответствует международным стандартам» [10]. То есть у нас, к сожалению, доминирует механистическое понимание аудитории как простого множества потребителей телеконтента. Но такой подход явно не полон, поскольку не дает объективной информации об интересах аудитории. Более того, если социологов, иногда все-таки интересует, **что** люди смотрят, то, оказывается, они не стремятся выяснить, что люди **думают** о телевидении [11].

Однако телеаудитория – не простое множество индивидов. И изучать ее надо не только с точки зрения массовости **телесмотра**, но и с точки зрения его качественных характеристик, то есть, выслушивая разнообразные зрительские мнения, исследуя реальное, а не массовое поведение зрителей в процессе телесмотра. С.А.Протодяконов формулирует: «Телезрительское сообщество в отличие от других типов воспринимающей публики оказывается особым подвижным единством массы и меньшинства, заключающим не только тех, кто выделяется своими качествами, но и тех, кто «не выделяется ничем» (если воспользоваться характерным выражением Х.Ортеги-и-Гассета). В этом отношении массовые коммуникации порождают как специфическое усреднение человека, в том числе обуславливая типичность «среднего человека», имеющего преимущественную стереотипность облика, так и разнообразные групповые сообщества, обладающие внутренней согласованностью действий» [12].

То есть, ученые все настойчивее говорят об устарелости прежнего представления о телеаудитории как об однородной массе. Правильнее рассматривать ее как динамическую систему, «в которой на микроуровне с высокой скоростью непрерывно происходят изменения» [13]. Каковы же они?

Вот что говорит об этом Генеральный директор Первого федерального канала Константин Эрнст: «Мы наблюдаем значительное снижение качественной аудитории во всем мире. Эта аудитория интересует телевидение как наиболее интеллектуальная и понимающая, а наших рекламодателей – как наиболее платежеспособная... Если классическим каналам не удастся удержать значительную часть этой качественной аудитории, телевидение останется в зоне внимания не очень молодых, не очень образованных и не слишком обеспеченных людей – людей с весьма ограниченным кругом интересов. Как удержать внимание такой аудитории, телевидение знает. Но оно еще не знает, как сегодня работать с молодой аудиторией» [14].

Между тем, российская аудитория продолжает дифференцироваться и даже поляризоваться. С одной стороны, это обратная реакция на гонку за массовостью и рейтингом. С другой, ответ на контент, навязываемый федеральными каналами. С третьей, следствие влияния Интернета. Телесмотрение перестает быть массовым. Вот почему все более актуальным становится исследование отдельных аудиторных страт – возрастных, национальных, профессиональных.

Что же касается молодежной телеаудитории, то она в масштабах страны явно сжмается, как шагреновая кожа. И, по всей видимости, это – общемировой тренд. На фоне развития глобальных интернет-сетей телевидение становится для молодых просто немодным. В результате они уходят в сети и на нишевые телеканалы. Вообще, молодежь – это такая социальная группа, которая с одной стороны, тяготеет к дифференциации на подгруппы, ориентированные в сторону довольно замкнутых в самих себе субкультур, но, с другой стороны, она порой склонна к усреднению и стандартизации жизни. В целом, она сильнее других групп населения поддается основным веяниям времени, динамична, открыта новому. И в этом смысле особенно привлекательна для рекламодателей. Хотя в ней сегодня на удивление ощутима эта самая тяга к традиционным ценностям, что, вероятно, является естественным ответом на чрезмерную вседозволенность в эфире, возникшую сначала как реакция общества на запреты, царившие в аскетической атмосфере советского времени, а теперь ставшую привычной и уже изрядно всем поднадоевшую.

Так **что** же смотрит молодежь? Как пишут исследователи, уходя в Интернет, она предпочитает находить там и отдельные, новые по стилистике передачи традиционных каналов, и не доступный широкой аудитории контент, скаченный с зарубежных сайтов, и пропущенные в эфире достойные внимания качественные, художественные, познавательные программы. Причем, это могут быть и интеллектуальные сериалы, экранизации классики, и артхаусные кинофильмы, и передачи о науке, технике, путешествиях, любви, семье, частном человеке.

Надо сказать, что мы нашли этому некоторое подтверждение, проведя в начале 2016 года экспертный опрос в группе из 32 студентов-заочников Департамента «Факультет журналистики» Уральского федерального университета. Нас интересовали не количественные, а качественные показатели просмотров молодыми людьми тех или иных программ, содержание и мотивация этих просмотров. Поэтому мы и опросили совсем небольшое число студентов. Были заданы вопросы о предпочитаемых телеканалах и их программах, а также об отношении молодых к телеканалам «Культура» и «Общественное телевидение России». Возраст опрашиваемых варьировался от 19 до 27, причем, основную массу составили 20-22-летние девушки (юношей было всего четверо), что отражает соотношение полов в массе студентов на журфаке. 27 человек проживают в мегаполисах, четверо – в районных центрах. К сожалению, далеко не все работают в СМИ: лишь 16 девушек и трое юношей отнесли себя к журналистам по роду занятий. Это составило чуть больше половины опрошенных. Остальные трудятся в сферах торговли, общепита, средств связи, дизайна. Один – учитель в школе, две девушки – домохозяйки, так как находятся в декретном отпуске.

Характерно, что все опрошенные молодые люди в один голос отвергали «трэшевые» тенденции на современном российском телевидении, критикуя его за то, что «ему не хватает интерактивности, ориентации на аудиторию

16-22 лет»; «качественных информационных программ, нового оборудования, нестандартной подачи обыденной информации». А проще говоря, не хватает «ума», «честности»; «объективности»; «стремления к достижению главной цели журналистики – доносить информацию». И далее: «надо улучшить контент и снизить уровень трэша»; «скандалы, интриги, расследования – не то, что нам нужно»; «не нравится, что показывают глупые ток-шоу»; «поменьше бы сериалов»; «меньше пошлого юмора»; «не нравится постановочность и «копание» в грязном «белье»; «хочется больше такта и меньше самовосхваления»; «нашему телевидению надо уходить от криминальных сериалов, низкосортных «мыльных опер» и других телепродуктов, рассчитанных на ущербную публику». При этом особенно критиковали программы «Пусть говорят», «Модный приговор» и «Суд идет». А кто-то в конце грустно резюмировал: «В целом, телевидение не отвечает моим вкусам».

Что же тогда этим вкусам отвечает? И опять молодежь демонстрировала удивительную рассудительность: «надо добавить больше журналистских материалов»; «жду от телевидения подлинности происходящего»; «непредвзятости», «адекватности»; «стремления поднять уровень аудитории»; «многообразия», «более частого обновления списка передач»; «появления оригинальных, не заимствованных программ»; «больше интеллектуальных (краеведческих, исторических) передач и документальных фильмов»; «культурно-просветительских»; «научных и научно-развлекательных» циклов; «то есть, контента, рассчитанного на умную, интеллигентную аудиторию»; «надо больше рассказывать о людях, об их достижениях».

Любопытно сопоставить полученные новые данные с нашим собственным опросом, проведенным 6 лет назад тоже в студенческой, но более расширенной и чуть более молодой аудитории (ее возраст варьировался от 17 до 22 лет). Тогда, в 2008 году, как и теперь мы тоже сделали ставку не на количественный подсчет голосов «за» и «против», а на изучение конкретных **мотивов**, содержания и качества телесмотрения. Мы также задавали студентам конкретные вопросы, касающиеся любимых и нелюбимых направлений вещания, телеформатов и телепередач. Наибольшей популярностью у студентов пользовались новости, художественные и документальные фильмы, клипы, научно-популярные, познавательные, информационно-познавательные и познавательно-развлекательные передачи. А вот среди нелюбимых форматов в первых рядах тогда числились сериалы, ток-шоу, реалити-шоу и, так сказать, «одноклеточные» шоу, о которых студенты говорили весьма резко: они «убивают время, а время слишком дорого». Ужасы, трупы, кровь, насилие, эротика, глупая и пошлая реклама, назойливые телемагазины были решительно отвергнуты нашими реципиентами. А резюме звучало совсем жестко: «Мои родители уже зомби!»

Что касается пожеланий, то многие заявили тогда о недостатке детских, подростковых и молодежных передач. «Пусть обратят внимание на молодежь, но не клипами и тупыми сериалами, а чем-то принципиально новым!» «Пусть изменят отношение к зрителю: уважать его надо!» «Пусть изменят интеллекту-

альный градус нашего телевидения!» Просили добавить аналитику, документальные фильмы, зарубежные новости, информацию о разных областях нашей страны («поменьше Москвы!»), о людях, персоналиях и предлагали увеличить долю социальной рекламы. Ждали качественных фильмов и прямых трансляций концертов, настоящей музыки, а вовсе не «попсы». Высказывали и кардинальные предложения: сделать все каналы тематическими, но вовсе не покупать иностранных программ. «Побольше дискуссий, поменьше – катания на коньках!» Многое из сказанного тогда, как видим, остается актуальным и сегодня. Жаль, что само телевидение практически не меняется.

А молодежь смотрит телевизор сегодня все-таки довольно часто (от одного до трех раз в неделю, и по «ящику», и через Интернет). При этом, несмотря на благие пожелания, в основном, – Первый, Россию 1, НТВ, TNT, СТС, Пятницу и даже Че (хотя кто-то назвал последний каналом «для необразованных зрителей»). Тут же обычно звучат оговорки, мол, смотрим только ради новостей, документальных фильмов, качественных сериалов и реже – развлекательных программ. Вот один из ответов: «Смотрю СТС каждый день. Нравится контент и политика канала, но раздражает уход в комедийное направление и бесконечное тиражирование ситкомов». При этом многие обращаются к каналу СТС ради сериала «Молодежка». Есть также в перечне предпочитаемых телеканалов РЕН ТВ, РБК, Россия 2, Союз, National Geographic, Russia Today, Euronews, Дискавери, Дождь. Однако недостаток молодежного контента ощутим всюду.

Но совсем уж печальную картину мы обнаружили, заговорив со студентами о каналах «Россия К» («Культура») и ОТР («Общественное Телевидение России»), о тех, которые как раз и занимаются просвещением и культурой. Оказалось, что практически все опрошенные не только не смотрят, но и не знают канал ОТР, а некоторые знают, но не любят. Аргументы были таковы: «грубая, слишком поверхностная подача новостей»; «не привлекают ни программная политика, ни программная сетка». Канал же «Культура» все-таки смотрят, но почти все – «изредка, нерегулярно». Казалось бы, что мешает? Ведь найти канал «Культура» можно и в Интернете. В качестве недостатков указывали на «редкое обновление программ»; «монотонность и сухость подачи», «скуку». Вместе с тем, отмечали и достоинства: «показ телеспектаклей, мюзиклов, балетов, документальных фильмов, образовательных программ, кино-, театральных и музыкальных обзоров, программ о литературных произведениях и их авторах». Всего того, о чем много сами говорили выше. Вот несколько отзывов: «там можно найти духовную пищу, проникнуть в мир балета, музыки, театра»; «мне нравится на канале «Культура» всегда качественный подбор репертуара, интересные постановки»; «моя бабушка смотрит только телеканал «Культура». То, что «цепляет» мое внимание, я смотрю». В последнем высказывании – ключевое слово – «бабушка». Все-таки в глазах молодых канал «Культура» – «бабушкин» канал. Ему порой действительно не хватает чисто молодежных тем, динамики, драйва, молодых лиц и активного поведения молодых в эфире. В но-

востях им доверяют лишь короткие сюжеты. Те молодые ребята, что встречаются в массовках отдельных программ («Сати», «Правила жизни», «Академия»), пассивны и зажаты. Была когда-то на канале «Культура» программа «Большие», где молодые занимались «мозговым штурмом», но и она уже давно забыта. А с теми юными талантами, которые участвуют на этом канале в различных телеконкурсах («Щелкунчик», «Синяя птица», «Большой балет»), простые зрители себя идентифицировать не могут. На то они и таланты. Но механизм самоидентификации непременно должен работать в ходе телесмотра, как и механизмы культурного отбора, анализа и оценки увиденного на экране. Однако воспитанием этих навыков у телеаудитории в России никто не занимается. У нас не учат восприятию продуктов СМИ, порой весьма вредных и агрессивных. Зрители, как правило, не только предоставлены самим себе, но и буквально «разрываются на части» многочисленными визуальными соблазнами, льющимися на них с домашних экранов. А между тем, в мире хорошо известна школьная и вузовская дисциплина «медиаобразование», которой в наших учебных программах нет.

Текущие практики и самого телевидения крайне важно соединять с культурой. Следует помнить, что средства массовой коммуникации – активные инструменты приобщения населения к благам культурной цивилизации, оказывающие формирующее влияние на облик современного человека, культуру повседневности, стиль жизни. И ведущее место среди этих СМИ принадлежит телевидению. Его роль состоит не только в хранении и трансляции, но и в создании культурно значимой продукции. Ее необходимо грамотно доносить до потребителя, мотивы телесмотра которого в большой степени зависят и от самого этого электронного СМИ. Сказанное важно не просто осознавать, но и реализовывать на практике. Обсуждение же данной проблемы в научном сообществе сегодня действительно своевременно и необходимо.

Литература

1. Нужно ли обществу телевидение? // Телерадиоэфир: История и современность / Под ред. Я.Н. Засурского. М.: Аспект Пресс, 2005. С. 11.
2. Дондурей Д.Б. ТВ: уловки профессии. О профессиональных стереотипах телевидения // Искусство кино. 2009. № 8. С. 140.
3. Нужно ли обществу телевидение? // Телерадиоэфир: История и современность / Под ред. Я.Н. Засурского. М.: Аспект пресс, 2005. С. 21.
4. Даутова Р.В. Особенности регионального телесмотра // Информационное поле современной России: практики и эффекты: Сб. ст. XII Межд. науч.-практ. конф, 15-17 окт. 2015 г. / под ред. Р.П. Баканова. Казань: Казан. ун-т, 2015. С. 175.
5. Крысин Л.П. Толковый словарь иноязычных слов. М.: Эксмо, 2008. С. 101.
6. Webster J. G. The audience // Journal of Broadcasting & Electronic Media. 1998. № 42. P. 192.

7. Голядкин Н.А. Анализ аудитории. М.: ИПКР ТВ, РВ, 2000. С. 15.
8. Ильченко С.Н. Современные аудиовизуальные СМИ: Новые жанры и формы вещания. СПб.: Роза мира, 2006. С. 45.
9. Попов В. Алло, вы скрываете таланты! // Литературная газета. 2012. № 10. [Электронный ресурс]. Доступно на: URL: [http:// www.lgz.ru/article/18539/](http://www.lgz.ru/article/18539/) (режим доступа) – свободный.
10. Казмин Д.О. Система измерений аудитории ТВ в России и международные стандарты // Журналистика в 2005 году: трансформация моделей СМИ в постсоветском информационном пространстве : сб. материалов науч.-практ. конф. М.: Изд-во Моск. ун-та. 2006. С. 167.
11. Хамраев В. Позитив крепчает: большинству россиян нравится федеральное телевидение. [Электронный ресурс]. Доступно на: URL: <http://news.mail.ru/politics/22976461/?frommail=1> (режим доступа – свободный).
12. Протодяконов С.А. Политико-антропологические аспекты современного телевидения. М.: Изд-во «Русский национальный фонд», 2003. С. 25.
13. Шариков А.В. Ритмы городской телеаудитории России. М.: ВГТРК, 1997. С. 10.
14. Эрнст К. Запах времени. Новый язык телевидения еще не создан // Искусство кино. 2012. № 4. С. 7.

ТЕМАТИКА КУЛЬТУРЫ В НОВОСТНЫХ ВЫПУСКАХ ТЕЛЕКАНАЛОВ «ТНВ» И «ЭФИР»: ЯЗЫКОВЫЕ И СТИЛИСТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ПОДАЧИ

К.И. Смирнова,

Казанский (Приволжский) федеральный университет (Россия)
магистрант

E-mail: kira.5012@mail.ru

Т.А. Спирчагова

Казанский (Приволжский) федеральный университет (Россия)
доцент

E-mail: 1114.69@mail.ru

Аннотация. В статье рассмотрены языковые параметры журналистских телевизионных текстов, подготовленных на темы культуры. Также подробно анализируются способы и методы влияния на восприятие передаваемой информации и успешность телевизионной коммуникации. В рамках проведенного исследования за основу взяты имеющие разное происхождение компоненты текста: автор, аудитория, предмет и средство коммуникации, изученные как неопределенные, неявные друг для друга, но именно они помогают выявить в процессе развертывания смыслов текста особый авторский подход.

Ключевые слова: язык, журналистские телевизионные тексты, тема культуры, успешность телевизионной коммуникации, автор, аудитория, средство коммуникации, авторский подход.

Summary. The article examines the language setting of television journalistic texts on the theme of culture. Also elaborates on the ways and methods of influence on the perception of the transmitted information and the success of television communication. This research is based on the different origin of the components of text: author, audience, subject and means of communication, studied how vague, implicit for each other, but they help to identify the deployment process of the meanings of the text of an individual author's approach.

Keywords: the language of television journalistic texts, the issue of culture, the success of television communications, the author, audience, means of communication, the author's approach.

Использование определённых языковых параметров в журналистских текстах влияет на восприятие передаваемой информации и успешность коммуникации. Исследователи журналистских и литературно-художественных текстов обращают внимание на необходимость многоаспектного подхода к анализу текстов в контексте коммуникативного процесса и с позиций психологии восприятия. В монографии «Текстовые факторы эффективности журналистского воздействия» Е.И.Пронин пишет: «Для читателя журналистский текст является общим звеном одновременно трех (по крайней мере) контекстов восприятия социальной действительности: событийно-прогностического, культурно-исторического и идеолого-этического» [1]. Эта его особенность усложняет попытки анализа и классификации медиатекстов, но и дает четкое представление о том, что наиболее важным с точки зрения медиавосприятия является процесс анализа текстов с позиций интериоризации, перехода извне внутрь в сознании аудитории, с позиций эффектов, с позиций раскрытия процессов и результатов психологического воздействия коммуникатора и реципиента [2].

Основная задача нашего исследования – сравнить использование языковых и стилистических средств в освещении темы культуры в информационных выпусках двух татарстанских телеканалов. В связи с чем проведен анализ лексической базы журналистских текстов, созданных двумя обозревателями культуры. Весь этот изученный материал и сформировал языковой портрет каждого из медийных персон, активно объективно задействованных в освещении культурной тематики нашей республики.

Компоненты текста имеют разное происхождение. Автор, аудитория, предмет и средство коммуникации как неопределенные, неявные друг для друга, выявляются в процессе развертывания смыслов текста. Объективный мир, мир внекоммуникативных объектов превращается в идею о мире. Превращение происходит в организованном особым образом материальном объекте, способном передавать смыслы от одного субъекта коммуникации к другому. В журналистской практике это в основном – речь. Исходя из этого, текст можно допол-

нительно определить как единство идеализации объективного мира и материализации intersубъективного мира, совершающееся в становлении языкового материала.

Наиболее соответствующие поставленной задаче для анализа были выбраны телевизионные сюжеты Маргариты Постновой в информационной программе «Новости Татарстана» на телеканале ТНВ и материалы Дмитрия Пивоварова в программе «Город» на телеканале «Эфир». Изучаемый период – последние четыре месяца 2015 года. В рамках настоящего исследования важно было сравнить языковые предпочтения журналистов в освещении одних и тех же тем. В хронологические рамки под эту выборку попали 14 сюжетов, условно по семь от каждого обозревателя.

Прежде чем говорить о языковых особенностях культурных обозревателей, необходимо составить их профессиональный портрет. Дмитрий Пивоваров получил профильное образование журналиста, а также окончил сценарно-киноведческий факультет по специальности «киновед». Более 20 лет работает в телекомпании «Эфир», в настоящее время занимает должность руководителя отдела культуры, является редактором телевизионной службы новостей. Именно Дмитрий освещает все самые значимые культурные события столицы Татарстана. Созданные автором телевизионные сюжеты транслируются по известным каналам СМК в соответствующем формате, который отвечает законам и порядкам публицистического стиля. В своей работе журналист традиционно использует репортаж, отчет и обзор, однако ни один из них не проявляется в чистом виде. Яркой приметой времени является одна из тенденций современной журналистики – трансформация жанра.

Наиболее ярко это проявляется в выборе эмоционально-экспрессивной лексики, где автор сюжетов отдает предпочтение экспрессивным элементам. На этом уровне лингвистическая категория воплощается в прикреплении к нейтральному значению слова особых оттенков. Например, Дмитрий Пивоваров вместо нейтрального прилагательного «недовольный» использует контекстный синоним – «разъяренная публика уходила» [3]. Данное лингвосредство сознательно используется для психологического воздействия на аудиторию, тем самым автор по авторским соображениям сознательно отходит от традиционных лексических единиц и вносит неповторимый лексический заряд.

Для достижения экспрессивности журналист чаще всего вводит следующие выразительные средства: метафоры; сравнения. Метафора помогает культурному обозревателю представить живую картину мира, чтобы сделать текст увлекательным: «Публика брала кинотеатр штурмом» [3], «Работа графиста – слепок жизни в разных формах выражения» [4]. Сравнения позволяют сделать журналистский текст доступным и обращаться к ассоциативным настроениям аудитории: «По всей территории шёл гул и шум, словно от развороченного улья» [4]. Благодаря телевидению, в сознании русского человека появились многие метафоры, клишированные телеизречения, речевые стереотипы, которые можно часто услышать в новостях.

Однако использование средств художественной выразительности не гарантирует желаемого воздействия. Необходимо всегда учитывать специфику канала передачи информации. Для телевидения это синтез текста, звука и изображения. Игнорирование одного из этих элементов негативно влияет на восприятие информации. Расширение пределов речи мыслительной свободы ведет к смене речевой тональности телевизионных новостей, к степени экспрессии, которая до недавнего времени была чрезмерной не только для новостных и аналитических программ, но и для телевидения в целом.

Для новостных сюжетов, в рамках звукового сопровождения, основополагающим является чтение закадрового текста. Здесь большую роль играют голос, манера говорить и речевая интонация. К просодическим характеристикам предложения относят: темп; тембр; мелодику; паузы. Темп – важный компонент интонации. От скорости произношения речевых элементов в большей степени зависит понимание и усвоение информации. Для Дмитрия Пивоварова характерно произношение 94 слов в минуту. Данная цифра находится в пределах нормы русской разговорной речи, но следует учитывать, что темп новостных программ несколько выше скорости произношения во время беседы. Для аудитории имеет значение и тембр голоса журналиста. Чаше из-за личностных предпочтений данной просодической характеристики голосовой колорит оценивать объективно непросто. Мелодика фиксирует повышение и понижение тонов голоса. В телевизионных материалах Дмитрия Пивоварова проследить мелодику речи достаточно сложно. Не во всех случаях звуковая организация речи соответствует смыслу высказывания.

Особым блоком в интонации являются паузы. Интонационно-логические паузы отделяют схожие речевые такты друг от друга. Во время чтения закадрового текста культурный обозреватель телеканала «Эфир» не делает должного акцента на паузах между предложениями, что приводит к незначительному искажению смысла.

Однако первостепенным для телевидения всегда останется изображение. За «картинку» в сюжете отвечает оператор выездных съемок, а журналист несет ответственность за свое появление в кадре, то есть за персонификацию. Дмитрий Пивоваров предпочитает статичные позы, что не всегда передает динамику события. Мимика журналиста не выражает эмоций, а жесты скупы. Есть правила, что перед выходом в эфир ведущий должен сказать сам себе, каким он будет при подаче того или иного материала и передать это настроение зрителям. Расхожее выражение, что русской журналистике и её телевизионной разновидности претит роль бесстрастного фиксатора событий, в данном случае остается дискуссионной.

Несмотря на то, что телевизионный текст автора относится к подготовленным заранее, в него все-таки нередко проникают ошибки и неточности. В анализируемых материалах было обнаружено две речевые ошибки: тавтология – «В этом году были учреждены премии от музея изобразительных искусств республиканским графистам, объединенным в недавно созданное объединение

«Графком» [5], а также повтор единицы «рыбная тема» [6] в соседних речевых тактах.

Следует отметить, что телевизионные сюжеты Дмитрия Пивоварова выбиваются из стилистической ткани информационного выпуска. Это происходит из-за чрезмерного использования средств художественной выразительности и темпа подачи сообщения. Помимо этого, текст журналиста перегружен придаточными приложениями, а во время чтения закадрового текста логические паузы тяжело уловимы, что, в свою очередь, приводит к затруднению восприятия информации, следовательно, это препятствует достижению цели новостного сюжета – информированию.

Второй исследуемый нами журналист Маргарита Постнова. Культурный обозреватель программы «Новости Татарстана» на канале ТНВ, профессиональный журналист с высшим образованием. На телевидении Маргарита работает почти 10 лет. Для своих сюжетов чаще всего выбирает жанры интервью, репортажа, обзора, отчета. В этих материалах корреспондент чаще всего отдает предпочтение нейтральной лексике, а также использует экспрессивные формы, выражая свои задумки другими лингвистическими средствами. Например, эпитетами – «Горячий прием, словно в противовес уличной прохладе» [7].

Анализ интонационной составляющей показал, что средний темп речи Маргариты Постновой в исследуемых нами сюжетах составляет 120 слов в минуту, то есть норма для разговорной речи, но все-таки ниже нормы, чем для новостного материала.

Мелодика речи практически во всех случаях совпадает с содержанием и смыслом высказывания. Паузы разделяют поток речи на конкретные единицы, но при этом являются затянутыми для информационного сюжета.

При появлении в кадре журналист проявляет себя творчески – использует движение или постановочные съемки, что значительно оживляет просмотровый кадр. Телевизионная картинка быстро меняется, информацию уже нельзя вернуть назад. Поэтому необходимо учитывать специфику восприятия зрителем телевизионной информации и приспосабливать её к аудитории.

Явных ошибок или нарушений лексических норм в сюжетах выявлено не было, что говорит о тщательной проработке авторского текста. При чтении текста необходимо также выполнять некоторые правила, независимо от жанра сообщения – будь то новости, интервью или текст объявления. Всегда перечитывать текст заранее, убедиться, что текст подготовлен для чтения в эфире, расставить интонационные и логические ударения, перечитать начало, разработав голос и, главное, понимать то, о чем говорится в тексте.

В ходе исследования материалов Маргариты Постновой мы пришли к выводу, что, несмотря на частотное использование нейтральной лексики, сюжеты на культурную тематику несколько выбиваются из канвы информационного выпуска. Это обусловлено затянутыми паузами, которые не характерны для новостных программ. В то же время этот недостаток не влияет на восприятие тематической информации. Материалы автор передает в «открытом» виде как

непосредственно данную информацию. Композиционное построение информационной программы, в которой работает Постнова, представляет «сплошную» соединительную ткань, сообразную текстово-сюжетной передаче сообщений. Маргарита как профессиональный ведущий умеет перейти от внешней выразительности в реакциях и движениях к пониманию коллизий различных событийных контекстов, создавая особый ритм характерного внимания, диалогированных форм обращений, подводок.

Подводя итог, можно выявить некоторые лингвистические тенденции. Формирование отношения к создаваемому материалу на любую из тем-событий культуры, а особенно важно помнить это в новостях: будь то политика, экономика, социальные проблемы или сама культура, нельзя забывать о специфике канала массовой коммуникации и о цели, которую ставит перед собой новостная программа. Исходя из этих тезисов, журналист должен выбирать наиболее уместные языковые параметры своего текста. Культурные обозреватели, ставшие предметом включенного наблюдения, позволили своим «языковым багажом» выявить тенденции влияния языковых и стилистических средств на разумно организованные коммуникации, в которых восприятие выступает важной частью всего коммуникативного процесса. При этом заметим, что без понимания механизма восприятия аудиторией поданной информации, невозможно планировать какие-либо эффекты воздействия, удачно направлять информационные телевизионные потоки. Успех действия механизма «обратной связи» напрямую связан с учетом специфики и условий восприятия журналистских материалов.

Литература

1. Пронин Е.И. Текстовые факторы эффективности журналистского воздействия М. 1981. С.42.
2. Шестерина А.М. Психология журналистики. Воронеж: Изд-во Воронеж. гос. ун-та, 2010. С. 74.
3. Пивоваров Д.В. Город» [информационная телепрограмма] // ТК «Эфир». 2015, 11 сентября.
4. Пивоваров Д.В. Город» [информационная телепрограмма] // ТК «Эфир». 2015, 6 октября.
5. Пивоваров Д.В. Город» [информационная телепрограмма] // ТК «Эфир». 2015, 7 октября.
6. Пивоваров Д.В. Город» [информационная телепрограмма] // ТК «Эфир». 2015, 5 декабря.
7. Постнова М.В. Новости Татарстана [информационная телепрограмма] / ТРК «Новый век». 2015, 11 сентября.

ТАТАРОЯЗЫЧНОЕ ИНФОРМАЦИОННОЕ ПРОСТРАНСТВО: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

ГАЯЗ ИСХАКИ И ПЕРИОДИЧЕСКАЯ ПЕЧАТЬ НАЧАЛА XX ВЕКА

Р.М. Галиева,

кандидат филологических наук, доцент

Казанский (Приволжский) федеральный университет (Россия)

E-mail: grasima@yandex.ru

Аннотация. Статья посвящена анализу изучения периодической печати начала XX века. Цель данной статьи – рассмотреть особенности публицистических материалов Г.Исхаки. Задачами являются сбор материала о периодической печати в его публицистических материалах 1916 года, изучение редакторского опыта Г.Исхаки, выявление оценки в его творчестве на 10-летию историю периодической печати.

Ключевые слова: периодическая печать, публицист, история, татарская журналистика.

Summary. This article is dedicated to the analysis of the periodicals in the early 20th century. The purpose of this article is to identify the assessment of periodicals in the publicistic materials of G. Iskhakiy. Our tasks are to collect the publicistic articles about the periodicals, published in 1916, to study the journalistic and editorial expertise of G. Iskhakiy and to identify the assessment of decadelong history of the periodicals through his works.

Keywords: periodicals, publicist, the history, the Tatar journalism.

Г.ИСХАКЫЙНЫҢ XX ЙӨЗ БАШЫ МАТБУГАТЫНА БӘЯСЕ

Быел татар матбугатын беренче тапкыр өйрәнә башлауга 100 ел тулды. Моңы 1916 елда татар матбугатының 10 еллыгы уңаеннан язылган мәкаләләр аша күзәтергә була. Заманында татар матбугатының 10 еллыгы газета һәм журнал идарәләрендә хәбәр ителә, бу бәйрәмнең рәсми төс алачагы да билгеле була. 1916 елларда «Ил», «Сүз» газеталарында һәм «Шура» журналларында ун ел дәвамында чыккан татар телле матбугатка бәя дә бирелә. Газета һәм журналларның киләчәге турында да уйланулар, фикер алышулар башлана. Вакытлы матбугатның 10 еллыгы тарих күзлегеннән чыгып бәяләгәндә дә, матбугат битләрендә яктыртылуын күзәткәндә дә, шуны искәртәбез – 1915-1916 елларда татар журналистикасын өйрәнү чоры башлана. Газета-журналларда беренче тапкыр теге яки бу басманың алга таба эшчәнлегендә мөмкин булган

үзгәрешләр турында яза башлыйлар, киңәшләрән бирәләр. 1916 елда матбугатның 10 еллыгы зур хадисәләрдән саналырга тиешле дип, «Шура» һәм башка журналлар идарәсенә түбәндәге телеграмма урнаштырыла. *«Халкыбызда аң вә миллият фикере уйгануда беренче гамәл булган милли матбугатымызның унеллык дәвамы безне дә туган тел вә үз халкымызны сөяргә үгрәтте. Сөекле халкымызга милли тәрбия биреп, аның мәдәният юлына керүенә дә милли матбугатымызның хезмәте зур булды. Үмид итәбез ки матбугатымыз, моннан соң да тагын да киң вә тирәнрәк булуга кереп, халкымызны бу көнгә караңгы вә авыр хәләннән чыгарып. Милләтемезне аңлап тугры бер юлга керәүемезгә рәһбәрлек кылган эшмәгәт хадимнәремезне самими каләптән тәбрик итеп, милли матбугатымызның киләчәктә тагын да тәрәккые, халкымызның рухани вә мәдәни эшһәттән күтәрелүне теләимез»* [1, б. 37]. Бу телеграмма «Сүз» газетасының редколлегиясе башлагычы белән матбугат көне мәжлесендә, Гаяз Исхакий житәкчелегендә кабул ителә һәм милли матбугат бәйрәме унаеннан газета-журналлар идарәләренә шундый тәбрик телеграммалары жиберү турында карар чыгарыла. Һәм әйтергә кирәк матбугат бәйрәме мәжлес һәм кичәләр рәвешендә тантана төсә дә ала. Газета-журналларда бу хакта бик күп язмалар языла. Матбугаттагы бу хакта язмаларны санап чыгып кына булмый. Алар милли матбугатның, теге яки бу басманың эшчәнлегенә бәя биреп кенә калмый, жанр ягыннан, тема ягыннан газетага яки журналга нәрсә язарга кирәклеге дә тикшерелә башлый. Гомумән, 1915-1916 еллар матбугатны эзлекле һәм әсаслы рәвештә тикшерелә башлау дәвере була. Хәтта татар матбугаты туган көнен «Казан мөхбире»нең чыга башлау көне 29 октябрьдән башлау турында сүз куерталар. «Аң» журналы матбугат турында анкета урнаштыруы да билгеле. Анда «Газеталарымыз унеллык дәвамында үзләренә төп максатларына хезмәт итә алдылармы? Газеталарымызның тәржемә кыйсмына ничек карыйсыз? Газеталарымызда нинди кимчелекләр күрсәтсә? Безгә нинди журналлар кирәк? Газеталарымызда милли, иҗтимагый мәсьәләләр халкымызның ихтыяжларына муафыйк рәвештә вә вакытында кузгатылып, язылып килә алдылармы?» [1, б. 43]. дигән сораулар куела. Шактый гына кызыклы җаваплар алына. Аларның кайберләре бүген дә актуаль булып кала бирә. Мәсәлән, «Газеталарымызда шигырьләр басылмасын иде, чөнки алар көндәлек булу сәбәпле, шигырьләр югалып әрәм булалар. Шигырьләр журналларда басылсын иде. Газеталарда шигырь урынына әдәби хикәя, фельетоннар дәрҗ ителсен иде». «Хәзергә көндә матбугат бер төрле арганлык вә истирахәт дәверен кичерә. Милләтнең кимчелек вә ихтыяжларын әввәлге шикелле үк хөр вә багыр ачып салмый». «Әлеге газеталарымыз арасында «Ил»не, әле «Сүз»не ярата төшөп укыймыз. Сәбәбе билгеле: милли мағыйшәтемез вә милли ихтыяжымызны алда тотып, шәхси файдадан милли ихтыябны өстен күргәнә» [1, б. 42].

Күп кенә басмаларда теге яки бу матбугат чарасы тәнкыйтьләнсә дә, кайберләрендә аларның проблемалары да күтәрелә. *«...Чөнки бу көн татар матбугаты ун еллык гомерен үткәргән татар матбугаты бүген имтиханга*

көрә, үзенең киләчәктә яшәргә хақы барлы-юклығын исбат итәр өчен милләт алдында имтихан бирсә, бу көнгә милләт тә, татар милләте дә тормыш имтиханыннан керәдер», – дип яза «Ил» газетасы «Петроград татар гәзитәләре» мәкаләсендә [2, б. 113]. Бу мәкаләдә шулай ук матбугат бәйрәме мөнәсәбәте белән Казан, Оренбург, Уфа, Мәскәүдәге матбугат көне уңаеннан да нәрсәләр үткәрелүе хақында хәбәр ителә.

Гаяз Исхакий Мәскәүдә «Ил» газетасында эшләгән вакытта матбугат чараларына, аерым газеталар эшчәнлегенә бәя бирә. Милли матбугатның унвәллыгы уңаеннан шактый күп мәкаләләрен бастыра. Без аларны күзәтеп чыктык. Бу мәкаләләргә Гаяз Исхакийның 15 томлык җыентыгынан табарга була. Бигрәк тә 7, 5, 9 томнарында тулысынча публицистик әсәрләре урын алган. Монда «Ил», «Сүз», газеталарында язган материаллары туплап бирелгән. Нигездә алар моннан нәкъ бер гасыр элек язылган. 7 нче томга кергән 1915-1916 елларда язылган публицистик язмаларында шул чордагы матбугат тормышы ачык чагылдырылган. Без аларны беренче татар басмаларын өйрәнеп язылган, аларның юнәлешен билгеләгән фәнни язмалар дип атый алабыз. Билгеле, кайбер текстларда авторның субъектив фикере дә өстенлек ала. Бу бигрәк тә ««Йолдыз»ның миллилегә», «Петроградта татар гәзитәләре» язмаларында ачык күренә. Гаяз Исхакийның бу язмалары милли матбугатка кагылышлы проблемалар күтәрелүе белән дә актуаль. «Милли матбугат бәйрәмендә», «Матбугат, яһүдләр вә без», «Идел буе матбугаты» язмаларында татар матбугаты язмышына кагылышлы шактый күп мәсәләләр күтәрә автор. Ни кызганыч, кайберләре аларның бүтән дә актуаль булып кала бирә. Мәсәлән, матбугатны тоту өчен акча булмау, газета идарәләрендә бердәмлек булмау, гомумән, газетага язучылар арасында бәйләнеш булмау, милли матбугатның таркаулыгына да китерә. Газеталарның юнәлешләре хақындагы фикерләре дә бүгенгә көн өчен актуаль булып кала.

«Идел буе матбугаты», «Милли матбугат бәйрәмендә» дип аталган язмаларында автор матбугат оешу тарихын гына язып калмый, күпсанлы проблемаларны да күтәрә. 1916 елда язылган «Милли матбугат бәйрәмендә» мәкаләсендә Гаяз Исхакий Казанда чыккан татар басмаларына бәя бирә. «Казан мөхбире», «Таң йолдызы», «Йолдыз», «Вакыт» газеталары турында мәгълүмат биреп кенә калмый, аларның нәшер ителә башлау тарихына, редакторлар эшчәнлегенә, газетаның тоткан кыйбласын ачыклауны да үз максат итеп куя. *«Казанда беренче «Казан мөхбире» урынына Казанның үзәндә генә дә унлап исемдә гәзитәләр чыккан кебек, Казан түгел шәһәрләренең дә күбесендә мөселман халкының зурлап-кечкенәлегенә нисбәттән бер вә берничә берничә гәзитәләр, журналлар булып үтте»; «...Татар матбугаты туды, үсте, үлдә, күмелдә. Тагы туды, тагы үсте. Уникенәң берсе юкта мәйданга чыккан татар матбугаты ун ел эчендә иң әүвәл матбугатта язучылар, үзәндә махсус язучылар, гәзитә язучылары тудырды». «...Татар матбугаты ун ел гомерендә татарның өнә-йортына керде. Татарның шәһәрәндә генә түгел, авылында да зур урын тотты. ... Татар матбугаты сугыла-бәрелә, йөри-йөри ышкыланды, шомарды. Аның теле баеды, истыйляхатлары (терминнары) күбәйдә, үзәндә*

махсус гәзитә теле дигән яңа бер тел тудырды. ...Татар матбугаты татарның гомуми мәсьәләләрен караганда, әфкяре гомумиянең иң көчле гамиле булып алды. Татар матбугаты, ун ел эчендә үзенең халкына нисбәтен тәрәккый итеп, үзгә халкының төрлө бүлегенең тәрҗемәне әфкяре булып (фикерләрен чагылдыручы) алды. Татар тормышында гражданлык хакы казанды» [2, б. 110].

«Матбугат бәйрәме мөнәсәбәте илә» язмасында Казан, Оренбург, Уфа, Мәскәүдәге матбугат көне унаеннан туган фикер һәм борчылуларын белдерә. Бу публицистик язмада автор матбугат дөньясын шактый тәнкыйть утына тотта. Газета һәм журнал идарәләрендә матбугат бәйрәменә булган мөнәсәбәтне күрсәтә. Газеталар гына түгел, гомумән, үз эшбезгә бәя бирмәүне, башкалар алдында матбугатның дәрәжәсен үстерү нисбәтендә дә хаклы автор. Гаяз Исхакийның әлеге мәкаләсе, бер гасыр элек язылса да, анда күтәрелгән кайбер проблемалар, ни кызганыч, әле дә кала бирә. *«Матбугат галәмә татар тормышында никадәр авырлыклар күрәп алга таба атласа да, мәгәттәссәф (үкенечкә каршы), матбугат әһеле үз-үзенең шул хезмәтендә вак-төяк мәсьәләләрдән үтә алмаган, мәгәттәссәф (үкенечкә каршы) матбугат әһеленең бик күбесе үзенең шәхси файдасы белән гомуми мәсьәләләргә аера алыр дәрәжәдә үсә алмаган»; «Үзгә үз арамызда йөртер өчен әхлакий-иҗтимагий кагыйдәләр ясыык, матбугат әһеленең махсус җәмгыятькә берләшүе, махсус кагыйдәләргә үзгә өчен дә, рәфики (иптәше) өчен дә, рәкыйбә (конкуренты) өчен дә бер көчлеген тасдыйк итү берлә генә булачактыр вә шуның өчен әһле матбугатны күрәшәп, үз хәлен кайгыртышу, үзгә эчтәлеген тормышына кагыйдәләр, кануннар куя – унберенче яшькә киткән татар матбугатының беренче иҗтимагий бурычыдыр» [2, б. 117].*

«Петроград татар гәзитәләре» дигән язмасында «Нур», «Өлфәт», «Дума», «Ил», «Милләт» газеталарына анализ ясап үтә. «Нур» турында мәнә нәрсәләргә язат ул: *«Ләкин гәзитә үзгә беренче татар гәзитәсе булудан килгән мәнфәгатен аңлап йитеп, шул эшгә тәрәккый иттерү юлына керешә алмады». Петроградта икенче басма булып чыккан татарча ««Өлфәт» гәзитәсенең укучысы күп булу ягыннан матди җәһәтгә тәэмин ителергә тиеш булса да, акчасызлыктан тукталды», – дип аңлатма бирәп үтә. [2, б. 113].*

Гаяз Исхакий тагын бер матбугат чарасы «Йолдыз» газетасының 10 елы тулу унаеннан юбилее мөнәсәбәте илә үзгә фикерләргә «Йолдыз юбилейсы» мәкаләсендә житкәрә. Мәкалә шактый күләмгә язылган. Автор шактый гына газетаны тәнкыйтьләсә дә, аңа уңай яктан да бәя бирә: *«Йолдызның ун ел тулу мөнәсәбәт берлә ясаган бәйрәмендә халык өчен дә шатланырлык зур бер нокта бардыр. Әүвәлдә «Йолдыз»га башка татар гәзитәләргә юк вакытта хөкүмәтбездә тарафыннан рөхсәт бирелмәгәнчә торып, аның зәһәрәннән шул вакытта безне саклап калуыдыр» [2, б. 128].*

Милли матбугат үсешен, бер гасыр элек барлыкка килгән матбугатны өйрәнү күп кенә фәнни хезмәтләрдә күзәтелә. «Матбугатыбызның тарихын журналистика фәне күзлегеннән өйрәнүгә йөз тоткан зур гына галимнәр

даирәсе тупланды. Танылган татар язучысы һәм публицисты Гази Кашшаф нигез салган бу мәктәпнең эшчәнлеген олы буын галимнәре давам итте. Розалина Нуруллина, Флорид Әгъзамов, Альберт Айнетдинов, Мөнжия Мәрдиева журналистикабыз тарихындагы «ак таплар»ны бетерүгә биниһая зур өлеш керттеләр. ...XX йөз башы татар әдәбияты тарихын вакытлы матбугатыбыз, публицистикабыз формалашу белән бәйләп өйрәнгән күренекле әдәбият галиме Мөхәммәт ага Гайнуллин исемен зур ихтирам белән искә алабыз. Шулай Үзбәк Гыймадиев, Әбрар Кәримуллин, Равил Әмирханов, Вахит Хаков, Хатып Миңнегулов хезмәтләре дә матбугат тарихы белән тыгыз бәйлә» [3, б. 7]. «Галимнәребез дәлилләвенчә, 1905 елдан 1917 елга кадәр чорда татар телендә егермегә якын шәһәрдә төрле вакыт аралыкларында 120ләп газета һәм журнал нәшер ителгән» [3, б. 6]. Татар матбугаты тарихын тулаем язганда аларны системалаштыру ғына житми кебек. Ө өйрәнелгән кадәресе шактый саллы фәнни хезмәтләр, алар өлешчә авторларның уку ярдәмлекләрендә дөнья күрдә инде. Безнең XX гасыр башы мирасы шушы еллар дәвамында сәяси күзлектән, идеология ягыннан шактый киң яктыртылды. Арабызда шушы чорны бернинди идеологик бәяләрсез генә өйрәнүче, шул чордагы эшчәнлекне бәяләүче галимә Мөнжия Мәрдиева хезмәтләрен телгә алмыйча калу һич мөмкин түгел. Галимә озак еллар дәвамында бик горур рәвештә татарның рухи тормышын чагылдырган затлы журналларны өйрәнә. Шулардан «Тәрбияви этфал» (1907), «Шура» (1908-1918), «Сөембикә» (1913-1918), «Икътисад» (1908-1913), «Мәктәп» (1913-1914) журналларын атап булыр иде. Г.Исхакый, Ш.Камал, М.Гафуриның публицистик ижаты, М.Жәлил һәм Г.Кашшаф редакторлык эшчәнлеген тикшерә ул. Күп кенә журналларның әдәби мирасын барлый, бүген дә чыгып килүче кайбер әдәби басмаларның алар белән бәйләнешен өйрәнә. Шундыйлардан «Безнең юл» (1922-1925) журналын алып карарга була. Галимәнең шулай ук бу нисбәттән әдәби журнал чыгару тәҗрибәсе турында уйланулары кызыклы. «Әлгаср әлжәдит» (1906-1907), «Шура» (1908-1918), «Аң» (1912-1918) журналы тәҗрибәсендә «Безнең юл»да чагыламы дип уйлана ул. Югыйсә соңгысы башка чор журналы.

Башка чор дигәннән галимәгә бер гасырлык матбугатын башка төрле күзлектән карарга, идеология кысаларыннан арынып өйрәнергә дә насыйп булды. Хәер, еллар дәвамында өйрәнгән мираска үзгәреш кертмә икән ул? Чөнки галимәнең һәрчак үз фикере бар иде. Галимә Мөнжия Мәрдиева фәнни хезмәтләрендә Г.Исхакый ижатының чагылышы, ул эшләгән басмалар аерым бер урын алып торды.

1905-1906 еллар татар вакытлы матбугатының рәсми рәвештә барлыкка килүе, киңәюе, көч алу еллары булса, 1915-1916 еллар шул кыйммәтле хәзинәбез, кадерле мәдәни мирасыбызның эзлекле рәвештә тикшерелә башлау дәвере була. Уңышлы матбугат эшчәнлеген Гаяз Исхакый язган мәкаләләр аша күзәттек, аларга анализ ясадык. Нәтижә ясап шуны әйтәбез: татар матбугатының ун еллык эшчәнлегенә үзгәчтәндә бәя бирү әһәмиятле эш булган. Гомумән, 1915-1916 елларда татар журналистикасын өйрәнү чоры

башлана, аның эшчәнлегенә беренче тапкыр бәя бирелә. Бу эш исә Г.Исхакийның беренче хезмәтләреннән соң еллар дәвамында эзлекле рәвештә алып барылды.

Әдәбият

1. Мәрдиева М.Б. Татар журналистикасы тарихы буенча очерклар (Типологическая характеристика татарских газет и журналов). Казань: Казан. ун-т, 2003. – 132 б.
2. Исхаков М.Г. Публицистика 15 т. / 7 т. Казан: Татарстан китап нәшрияты, 2008. 366 б.
3. Татар журналистикасы – халыкка хезмәттә: фәнни мәкаләләр җыентыгы (Татарская журналистика: становление и развитие: сборник научных статей) //төзүче-мөхәррирләр В.З. Гарифуллин, Р.Л. Зәйни. Казан: Казан ун-ты нәшр., 2016. 296 б.

Г.ТУКАЙ В ТАТАРСКОЙ ПЕРИОДИЧЕСКОЙ ПЕЧАТИ

Р.М. Галиева,

кандидат филологических наук, доцент

Казанский (Приволжский) федеральный университет (Россия)

E-mail: grasima@yandex.ru

Аннотация. Статья посвящена изучению темы Г.Тукая в периодической печати. Цель данной статьи – рассмотреть особенности представления поэтического наследия Г.Тукая в газете «Ватаным Татарстан» (1918-2016 гг.). Основные задачи исследования связаны с выявлением тукаевской темы в газетных материалах, изучением художественных особенностей творчества поэта. Газета «Ватаным Татарстан», являясь рупором общества, вносит неоценимый вклад в создание истории общественно-политической жизни республики и страны, а также позволяет наиболее полно представить творческое наследие Г. Тукая.

Ключевые слова: поэт, газета, Г.Тукай.

Summary. The article is dedicated to the study of presentation of G.Tukay theme in the periodicals. The goal of this article is to analyze the study aspects of G. Tukay in a newspaper «Vatanym Tatarstan» in 1918-2016. Our tasks are to identify the placement of G. Tukay theme in newspaper materials, to determine its position in regards to the poet and to study the features of materials about works of poet. A newspaper is a megaphone for society, and through the history of social and political newspaper as «Vatanym Tatarstan» it becomes possible to study the creative heritage of G.Tukay.

Keywords: poet, newspaper, G.Tukay.

ВАКЫТЛЫ МАТБУГАТТА Г.ТУКАЙ ТЕМАСЫНЫҢ КУЕЛЫШЫ

Татарның мәһшүр улы, танылган шагыйрь, XX гасыр башындагы татар ижтимагый тормышында актив катнашкан Габдулла Тукайның вакытлы матбугатта бирелешен, аның ижатына һәм шәхесенә карата бәяне без «Ватаным Татарстан» газетасы аша анализларга омытдык. 98 ел дәвамында чыгуы «Ватаным Татарстан» газетасының бай тарихи үткәне бар. Татарстан халкының елъязмасын язучы бу басмада татар халкының мәдәни һәм рухи тормышы тулы чагылыш тапкан дип әйтергә мөмкин. «Эш» (1918-1920), «Татарстан хәбәрләре» (1920-1922), «Татарстан» (1922-1924), «Кызыл Татарстан» (1924-1951), «Совет Татарстаны» (1951-1960), «Социалистик Татарстан» (1960-1992) исемнәренә чыккан хәзерге «Ватаным Татарстан» газетасында халкыбызның бөек шагыйре Габдулла Тукай ижатына да урын бирелгән. Нигездә язмалар Тукайның үлеменә һәм тууына бәйле даталарга карата әзерләнгән. 1945 елга кадәр шагыйрьнең үлеменә бәйле 15 апрель көннәрендә, соңрак 26 апрель – туган көне алдыннан искә алынып язылган мәкаләләр урын алган. 1918, 1919, 1924, 1930 һәм 1940 елгы төпләнмәләрдә Тукай хакында бер генә дә язманы таба алмадык. Димәк, кайбер елларда шагыйрь ижатына игътибар да булмаган дигән фикер кала. Вафатына һәм тууына бәйле түгәрәк даталарда гына шагыйрь күбрәк искә алынган.

«Кызыл Татарстан»да 1928 елның 15 апрелендә Демьян Фәтхинең «Габдулла Гариф улы Тукаев», Галимжан Нигъмәтинең «Үлгәнә 15 ел тулды» дип аталган мәкаләләр басыла. Соңгысы Тукайның зур рәсеме белән бирелә. 1929 елның 14 апрелендә Гадел Кутуйның «Тукай янында» шигыре, Тукай турында бүгенге хезмәтләренә кайберләренә хәзерлек мәсьәләсе турында язма урын алган. Шулай ук газетада Тукайның рәсеме бирелгән. Шунда ук бер хәбәр игътибарны җәлеп итә: «Тукай һәм Бабич. Аларның хәзерге тормышка карата айткан сүзләре. Һәркем 25 тиен әзерләп торсын, «Чаян»ның 14 номерында әзерләнгән диелгән».

«Кызыл Татарстан»ның 1942 елның 15 апрель санында шагыйрьнең үлүенә 29 ел тулу уңае белән Гадел Кутуйның «Патриот Тукай» язмасы белән шагыйрьнең портреты бирелгән. Шагыйрьнең «Китмибез», «Шүрәле» шигырьләре аша туган жирнең изгелеген анализлап менә нинди нәтижә ясала: «Тукайның бу шигъри юллары сугыш кырларында фашизмга каршы жимергеч ударлар ясаучы батырларның йөрәкләрендә яшиләр. Алар белән янәшә үз туган иле өчен патриот Тукай да көрәшә». Гадел Кутуй 16 нчы апрелдә шул ук темага Татарстан Совет Язучылары Союзында доклад укый. Бу хакта газетада бирелгән белдерүдән укырга була.

1943 елның 15 апрелендә Тукайның үлгәнә 30 ел тулу билгеләп үтелә. Газетада Якуп Агишевның «Безнең Тукай» язмасы, Кави Нәжминен шагыйрьнең ижатына анализ ясаган язмасы урын ала. Шунда ук Тукай рәсеме һәм шигырьләреннән өзекләр китерелә. Газетада Гази Кашшафның «Татар халкының бөек улы» язмасында шагыйрьнең ижатына эчтәлекле бәя бирелгән.

Автор шагыйрьнең «Өзелгән өмит», «Тормыш», «Ваксынмыйм» шигырьләрен анализлый. «Бөек шагыйрьнең гомере кыска булды, һәм ул гомер коточкыч авыр чорга туры килде... Тукайның шатлыгы да, кайгысы да халык язмышы, халык тормышы белән уртақ, үзе яшәгән чорның теләк һәм омтылышларына ятышлы иде...», – дип яза автор.

«Кызыл Татарстан»ның 1946 елның 6 апрель санында «Татар халык шагыйренең тууына 60 ел тулу алдыннан» рубрикасында Салих Батталның «Габдулла Тукай лирикасы» дип аталган язмасы урын ала, шигырьләренә анализ ясала. 19 апрель санында «Тукай көннәре алдыннан» рубрикасында Минзәлә, Чүриле, Арча районнары һәм В.И.Ленин исемендәге китапханәдәге яңалыклар белән таныштыралар. Шул ук санда газетада фото да урнаштырыла. Рәсемдә Татарстанның атказанган сәнгать эшлеклесе сынчы Садри Ахунның Габдулла Тукайның бюстен ясаган вакыты күрсәтелә. Газетаның 24 апрель санында «Тукай көннәре алдыннан» рубрикасында Тымытык, Шөгәр, Киров районнарыннан яңалыклар бирелә. Шунда ук Габдулла Тукайның тууына 60 ел тулу көне уңае белән рус һәм татар телендә күп кенә яңа китаплар эзерләнүе хәбәр ителә. Газетада шуларның кайберләре белән таныштырып үтеләр. 16 июнь көнне шагыйрьгә багышланган тантаналы жылыштан хәбәр бирелә һәм шунда ук Казан дәүләт университеты һәм педагогия институтының әдәбият факультеты студентларына һәм аспирантларына Тукай исемендәге стипендия билгеләү турында хөкүмәт карары хакында хәбәр урнаштырылган.

1947 елның 22 апрель көнөндә газетада Тукай эсәрләренең академик басмасының икенче томы эзерләнүе хәбәр ителә. 2 томга Тукайның 1905-1913 елларда язган эсәрләре кертелүе әйтелә. Бу материаллар үз вакытында «Фикер», «Әлислах», «Йолдыз», «Кояш», «Идел» газеталарында, «Әлгасрелжәдит», «Уклар», «Яшен», «Ялт-йолт» журналларында һәм аерым җыентыкларда басылган була. «Җыентыкны институтның фәнни сотруднигы иптәш Хисмәтуллин төзде. Материалларны туплауда М.Гали, Г.Халит, М.Гайнуллин иптәшләр катнашты», - дип язылган.

1948 елның 14 апрелендә Габдулла Тукайның үлүенә 35 ел тулу уңае белән Хәсән Хәйринен зур мәкаләсе шагыйрьнең фоторәсеме белән урнаштырылган. Шунда ук Мәхмүт Хөсәеннен «Тукай исән» дип аталган шигыре урын алган. Язучылар Союзында Тукайга багышланган чаралар үткөрү хакында да мәгълүмат бирелә. «16 апрельдә искә алу кичәсе үткөрелә. Биредә шагыйрьнең ижаты, тормыш һәм үсеш юлы турында Г.Халит доклады тыңланачак. Докладтан соң татар совет язучылары Г.Тукай турында истәлектәр, аңа багышланган шигырьләрен һәм башка эсәрләрен укыячак».

«Совет Татарстаны»ның 1951 елның 27 апреле санында «Габдулла Тукай» дип аталган күләмле язма шагыйрьнең фоторәсеме белән бирелгән. Аны филология фәннәре кандидаты Гали Халит эзерләгән. 1956 елның 26 апрель саны тулысынча шагыйрь ижатына багышлана. Р.Башкуровның «Рус әдәбияты һәм Тукай», «Китмибез» һәм «Эш» шигыреннән өзекләр китерелә. Шунда ук Роберт Әхмәтжановның «Тукайга» дип аталган шигыре урын алган. Ибраһим

Нуруллинның «Халык шагыйре» дип аталган күләмле мәкаләсе Тукайның фоторәсеме белән бирелгән. Бу елларда шагыйрь ижатына зур урын бирелә башлый.

Шагыйрьнең йөз еллыгы Татарстанда киң масштабта үткәрелгән. Бу хакта «Социалистик Татарстан»ның 3 апрель санында ТАССР Министрлар Советы Председателенең беренче урынбасары М.Х.Хәсәнов сөйләгән. Бу унайдан зур чаралар Казанда, Арча районының Яңа Кырлай авылында үткәрелгән. Фәннәр академиясендә конференцияләр оештырылган. Моннан тыш, татар яшәгән һәр жирдә китап бәйрәмнәре, театральләштерелгән тамашалар, әдәби-музыкаль кичә һәм башка чаралар үткәрелгән. Нәкъ шул елны Казанда Г.Тукай музей ачылган, Кырлайда мемориаль зона яңартылган. Фәнни даирә, әдипләр эзлекле рәвештә ижади мирасын өйрәнү, китапларын чыгару мәсьәләләренә багышланган публицистик язмалар тәкъдим иткән. Мөхәммәт Мәддиевнә «Шагыйрь үлдә... Шагыйрь яши» (5 апрель, 1986), Фоат Галимуллинның «Шагыйрьнең ижтимагый йөзе» (23 апрель, 1986) язмалары энә шундыйлардан. Газетаның 26 апрель санында Гәрәй Рәхим Тукайның 100 еллыгын бөтен төрки халыклар билгеләп үтүен хәбәр итә. Моңа дәлил итеп ул ЮНЕСКОның «1986-1987 елларда бөек кешеләр һәм тарихи вакыйгаларның еллыкларын бәйрәм итү» календарен китерә. Анда Г.Тукайга 100 яшь тулу турындагы мәгълүмат та кертелгән. Газетаның бу саны тулысынча Г.Тукайга багышланган. Шигъри тәлгәшләр белән беррәттән Рашат Низамиевның «Давыл алдынан» дигән документаль эсәреннән өзек, Сибгат Хәкимнә «Тукай нигезләре» публицистик язмасы урын алган.

1996 елда замандаш әдипләр язмаларыннан тыш, «Тукай китабы» дигән рубрика булдырылып, анда Г.Тукай эсәрләре биреп барылган. Бу елны төрки әдипләр чыгышларына да игътибар бирелгән: «Нинди бөек бу Тукай. Бары тик талантлы халык кына поэтик фикерләренә шундый титанын, кешеләр йөрәгенә шундый гигантын тудыра ала». (Н.Доможаков, хакас шагыйре, 20 апрель, 1996).

2003 елда Тукайның вафатына 90 ел тулган елны Тукай музей директоры Мөжип Низамиев язмасы басылган. Ул шагыйрьне кайсы елларда ничек искә алуларына беркадәр анализ ясып һәм Татарстан Президенты Минтимер Шәймиев сүзләре белән нәтижә ясып: «XX гасырда Тукай белән яшәдек, XXI гасырга аның белән атлап кердек».

2006 елда Татарстанда Әдәбият һәм сәнгать елы игълан ителә. Әлеге нисбәттән дә Тукай ижатына, аның исемен мәңгеләштерү проблемаларына багышланган язмалар шактый күренә. Проблемалы язмалардан Фоат Хәсәновныкын атап үтәргә була. Ул шагыйрь ижатын һәм тормыш юлын тирәнрәк өйрәнәргә кирәк дигән фикер житкерә. 2013 елда Тукайның вафатына 100 ел тулу да билгеләп үтелде. Монда Тукай эзләрен барлау («Әйләнчәтән юлны ничек турыларга?») Риман Гыйлемханов, 10 апрель, 2013; «Тукай якташлары ничек яши?» Гөлинә Гыймадова, 16 март, 2013), аның маршрутын булдыру кебек проблемалар белән беррәттән укучылар Тукай премиясенен ваклануы турында да уйлана.

Вакытлы матбугатта Тукай темасы куелышын өйрәнүне эзлекле рәвештә давам итәргә кирәк. Газета вакыт белән бергә атлаучы матбугат чарасы ул. Матбугат төпләнмәләреннән халыкның тормышы көзгедәге кебек күренеп тора. Монда чын мәгънәсендә шагыйрьгә карата мөнәсәбәтне билгеләргә була. Тукай шәхесенә караш төрлечә булган. Газетаның кайбер елларында, шул ук сугыш чоры төпләнмәләрендә дә Тукай исеме күренми диярлек. Үзгәртеп кору елларыннан соң шагыйрьгә карата игътибар арткан. Бу халыкның милли үзәңи уяну белән дә бәйлә күренеш була. Соңгы вакытта Тукайга мөнәсәбәтләр проблемалы язмалар да шактый күп күренә башлады. Шул ук вакытта вакытлы матбугатта Тукай темасына аның үлемә һәм тууына бәйлә түгәрәк даталарда яки туган көннәрендә генә мөрәжәгать итү ачык күренә. Бу татар милләтенә Тукайга мөнәсәбәтлә чакылдыра кебек. Газета һәм журналларда Тукай темасын яктыртучы даими рубрикалар булдырырга кирәк дигән фикер кала. Соңгы вакытта Тукай премиясе алыр вакыт жиккәч кенә Тукай исеме газеталарда пәйда була. Монысы бигрәк тә аяныч. Шуңа да публицистларның бу хакта язган кискен-кискен язмаларының да газетада басылып чыгуы да урынлы. Шул ук вакытта Язучылар берлегенә кергән өч йөздән артык язучы һәм шагыйрьнен ел давамында Тукайга карата язылган бер генә язмасы да матбугатта күренми.

«Ватаным Татарстан» газетасының архивын барлаганнан соң, вакытлы матбугатта Тукай темасының аерым урыны бар, дип әйтә алабыз. Татар басмасы Тукайга мөрәжәгать итмичә кала алмый. Вакыт узган саен без тарихта калган язмаларның никадәр әһәмиятләр икәннен аңлайбыз.

Әдбият

1. «Ватаным Татарстан». Газетаның 90 еллыгы унаеннан истәлекләр, документлар, фоторәсемнәр. Казан, Идел-Пресс нәшрияты, 2009 ел. 224 б.

ЯЗЫКОВЫЕ И СТИЛИСТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ЭССЕ «ОСТАЗ» («НАСТАВНИК») М.МАГДИЕВА

А.А. Гусейнова,

ассистент

Казанский (Приволжский) федеральный университет (Россия),

E-mail: aigel24@mail.ru

Аннотация. В работе рассмотрены особенности языка и стилистики жанра эссе в контексте ее актуальных функций, способствовавших развитию связей между читателем и автором. Результаты исследования могут быть использованы преподавателями и журналистами, обращающимися к изучению стиля, языка и жанра.

Ключевые слова: язык, стиль, жанр, эссе, факт, деталь, изобразительные средства, речь, публицистика

Summary. The paper discusses the features of the language and the style of the essay genre in the context of its current functions, contributing to the development of relations between the reader and the author. The results may be used by teachers and journalists applying to the style, language, and genre.

Keywords: language, style, genre, essay, fact, detail, graphic arts, speech, journalism.

М.МӘҖДИЕВНЕҢ «ОСТАЗ» ЭССЕСЕНДӘ СТИЛЬ ҺӘМ ТЕЛ-СУРӘТЛӘУ ЧАРАЛАРЫ

Телнең үсүе дигәндә, бүген нәрсәне күз алдында тотабыз соң? Үскән тел нинди була? И.М.Низамов сүзләренчә, һәр ижтимагый күренешнең үсү процессы кебек үк, телнең үсүе дә катлаулы, күп яклы һәм төрле-төрле сыйфатлар белән билгеләнә. Үткән гасырда ижат иткән рус лингвисты Н.В.Крушевский болай дигән: «Тел үсешенең төп законы ул – уй-фикер дөньясының сүзләр дөньясы белән тәңгәл килүе». М.З.Зәкиев тел үсеше төшенчәсенә янә бер сыйфатын аерым билгели: «... теләсә нинди әдәби телнең чын-чыннан үсеше аның гомумхалык сөйләмә теленә якынлык дәрәжәсә белән билгеләнә» («Туган тел үсеше», Казан, 1969, 53 б.). В.Х.Хаков телнең төрле ижтимагый шартларга карап активлашуын, функцияләренең киңәюен һәм, шуның нәтижәсә буларак, стиль төрләренең ишәюен бу төшенчәнең асыл сыйфатлары рәтенә кертә («Татар әдәбият теленең совет чорында үсеше», Казан, 1985, 36.).

Мөхәммәт Мәҗдиевнең теле – милли байлыгыбыз. Аның эсселәрендәгә сурәтләү чараларының палитрасы, тел бизәкләре татар әдәбиятының кабатланмас һәм туыкмас көзгесә сыман.

Әдип ижатына килгәндә, әйтеп киткән тел үсеше сыйфатларын табып була. Кыскача әйткәндә, бу: 1) чынбарлыкны төгәл сурәтләү; 2) гади сөйләм элементлары аша персонажларның портретларын сурәтләү; 3) телнең функциональ яктан кулланышын киңәйтү.

Эссе – ул әдәби-публицистик жанрларның (тасвирнамә, парча, очерк) бер төре. Димәк, аны, бер яктан, татар журналистикасы жанрларының өч буынлы зур системасының (хәбәри, аналитик, әдәби-публицистик) һәм, икенче яктан, әдәби-публицистик жанрлар чылбырының аерылгысыз, өзәлмәс бер буыны дип карага кирәк.

Эссе жанры үткән гасырның азагында өлгереп җиткән мөстәкыйль жанр буларак күзәтелә. Соңгы елларда ул актив үсеш алды. Жанр буларак аның чалымнарын татар әдәбияте, публицистикасы һәм журналистикасының борынгы – башлангыч чорлары эсәрләреннән үк күзәтеп була.

Барлык стиль чараларын бер бөтен итеп оешытырып, әсәрне сәнгать әсәре дәрәжәсенә күтәрүче – автор үзе. Бу М.Мәһдиевнән әсселәрендә ачык чагыла. Автор сүзе әсседә күп төрле мәгънәләрдә кулланыла. Ул әсәрне иҗат итүче дә, башка геройлар белән укучыга персонаж да, хикәяләүче дә, лирик герой да, сурәтләүче дә. М.Мәһдиев автор буларак та, үзе герой булып та әсәрнен һәр сүзендә, һәр жөмләсендә чагыла. Халык тормышын сурәтләү, аның төрле катламнарына сүз бирү М.Мәһдиев әссесе теленә жанлы сөйләм стихиясен бирә.

Язучы телендәге стиль алымнары үзенчәлекле. Аның йөгерек метафоралы, шаян, шук, жор һәм шул ук вакытта итагатыле стилин башкалар белән бутау мөмкин түгел. Аның әсселәрен тел һәм стиль үзенчәлекләрен без «Остаз» әссесе мисалында билгеләдек.

«Остаз» әссесе гаять әһәмиятле теманы яктырта. Әлеге әсәрдә сүз трагик язмышлы, гажәп талантлы методист-педагог, урыс теле һәм әдәбият укытучысы Хәлим Искәндәрәв турында бара кебек. Биредә төп геройның татар балаларына нәтиҗәле итеп урыс телен укытуы турындагы эш алымнары сурәтләнә. Ләкин, белгәнәбезчә, М.Мәһдиев «шәхсилектән» «гомумилеккә» ирешү остасы. Бер караганда, шәхси генә бер вакыйга, хикәя бу. Автор үз остасына булган мөнәсәбәтен, рәхмәтен белдерә. Әмма нәтиҗәдә, соңгы бүлектә, автор гомуми проблемаларга килеп төенләнә. М.Мәһдиев элекке татар зыялысы нинди булганын күрсәтә. Ә татар зыялысы бер генә тел белмәгән! «Бүген безгә урыс теле нәрсәгә, төрек телен бирү кирәгрәк диләр. Без рус чолганышында яшибез. Дүрт ягында да рус кешесе булгач, аның белән сәүдә итешмичә, алыш-биреш итмичә, гыйлем-мәгърифәт өлкәсендә казанышларны уртаклашмыйча яшәү мөмкин түгел», – ди автор.

Автор әсседә Хәлим Искәндәрәвнән трагик тормышы, педагогик системасы нигезендә «татар баласының русның үзе кадәр, мөмкин булганда, үзеннән дә уздырыбрак рус телен белү кирәклеге» турындагы фикер уздыра.

Әсәрдәге әссе жанрына гына хас үзенчәлекләрен күзәтеп үтик элек. **Публицистик чаралардан** башлыйк. Әссе бит ул документаль әсәр. Анда бер **факт** та уйлап чыгарылмый. Хәлим Искәндәрәв чыннан да Арча педагогик училищесында рус теле һәм әдәбиятын укыткан. Ул М.Мәһдиевнән остасы, укытучысы. Бу – реаль факт. Бу әссесендә автор шушы фактка карата гомуми карашны да, шәхси карашын да чагылдыра.

Фактик материал белән эш итүдә әссечыларның «мине» **детальләр** табып куллана белүдә көчле чагыла. Бу әссесендә М.Мәһдиев «кабатланам» ди. Бу деталь бит аныкы гына, башка авторныкы була алмый.

Иң мөһиме шунда, детальләр очраклы түгел, укучыны җәлеп итү өчен генә кертәп кыстырылган «ялтыравыклар» түгел. Алар бер нәтиҗәгә истә калдыру өчен кирәкле чаралар. М.Мәһдиевнән «Остаз» әссесендә автор хикәяләү процессында кирәкле урыннарда Тукайдан цитаталар еш китерә: «Рәхмәт аңа, өйрәтте бер яхшы нәрсә», «Үткән эш кайтмый, үкен син, үл, жыла...», «Мондый хәлгә сабрталмас, булса да адәм дию», «Әгәр, хәлфә, мин дә шулай надан булсам, Синнән гыйлем алалмыйча калган булсам...» .

Эссеның **эдәби тасвир чараларына** килгәндә, эсседа барлык әдәби-публицистик жанрларга хас чаралар кулланыла. Тик бер үзенчәлеге бар – алар авторның шәхси табышы булып кабул ителергә тиеш. Бу чара гомумкешелек казанышы булса да, укучы аны, бер үк вакытта, нәкъ менә шушы авторныкы дип хис итеп, шул ачыш тәсиреннән рухлана ала.

Әдәби сөйләм һәрвакыт мәгънә белдерүгә хезмәт итә. Әдәби эсәргә кәгазьгә төшергәндә, автор башта сүзләр сайлый. Әсәрдә аерым бер сүзләр туры, номинатив мәгънәдә кулланылса, икенчеләре күпмәгънәлеккә ирешү чарасына әверелә. Сүзләрнең күчерелмә мәгънәләр белдерә алу сәләтенә, жөмләдә төрлечә урнаша алу мөмкинлегенә, авазлар яңгырашына һ.б. карап, эсәр теленең сурәтлелеге хасил була. Шуңа күрә тел-сурәтләү чаралары да язучы стилин билгеләүче доминантага әверелгә мөмкин. Без аларны дүрт төркемгә аерып карарга булдык.

Лексик чаралар дип дәрәс сайлау һәм урынлы куллану аркасында сурәт тудыручы сүзләр атала. Сүз һәм гыйбарәләрнең үз үзенчәлекләреннән чыгып, аларны төркемләргә мөмкин.

1. Мәгънә охшашлыгына яки аерымлыгына нигезләнгән лексик чаралар (синонимнар, антонимнар, омонимнар, сүз уйнату). «Остаз» эссесендә без бер жөмләдә кулланылган синонимнар таптык: «жайсыз-уңайсыз», «почмагында-чатында», «арып-талып», «никадәр сытылу, ватылу, имгәнү». Автор синонимнарны бер үк әйбер яки күренешләрне белдереп, аның төрле мәгънә чагылдыру өчен кулланган.

2. Сүзләрнең тарихына һәм географиясенә бәйләнешле лексик чаралар (архаизмнар, тарихи сүзләр, неологизмнар, диалектизмнар, гади сөйләм сүзләре). Алар арасында эсседә архаизмнар еш очрый. Мәсәлән, ибтидаи (башлангыч), жөзъ, көрә, мөкәммәл. Бу искергән, кулланылыштан төшеп калган сүзләр. XX гасырга кадәрге әдәбиятта кулланылган күп кенә сүзләр бүгенге укучы өчен архаизм булып тора.

Шулай ук эсседән вульгаризмны да аерып чыгарырга була: «үзенен «учредилка» гонаһын каплар өчен; иң «ехидный»; «иң актык чутта гына».

Калькалар: «жалу» бирергә дип райком бинасына киттек». Бу башка телдәге үрнәккә охшатып төзелгән сүз.

Лексик чаралар, барынан да элек, текстның субъект оештырылышын тикшергәндә ярдәмгә килә. Геройлар сөйләвен яки сөйләшүен, хикәяләвен бәяләү лексик составка карап башкарыла.

Троплар яки ассоциатив сурәтләү чаралары дип күчерелмә мәгънәне төрле әйберләр, күренешләр, предметлар арасындагы бәйләнеш аша барлыкка китерә торган гыйбарәләргә әйтәләр. Алар образ тудыру, текстның тәсир көчен арттыру, сурәтләнә торган күренеш-халәтне укучы күз алдына төгәл китереп бастыру өчен хезмәт итәләр.

Чагыштырулар – нинди булса да күренешне башка күренешкә охшату ярдәмендә барлыкка килгән сурәтләү чарасы: «башы эскерт шикелләрек», «адәм баласы эт баласы икән. Чыдыйбыз!», «мендәр тышы (бетләрдән),

әйтерсең бөрчекле материал», «кош теледәй кәгазь», «без – ачлар дөньясы – күтәрелдек», «Димәк, «учредилкачы», халык дошманы Г.Ибраһимовның дуствы, КУТВда халык дошманы Галимжан Нигъмәтине укыткан, мэдрәсә жимеше, мулла малае Хәлим Искәндәрев белән бер коллективта эшлэгәннәр болар. Бүре белән сарык бер абзарда. Кәжә белән кәбестә бер бакчада. Питон белән куян бер читлектә...»

Метафора – күренешләрнең охшашлыгына яки каршылыгына нигезләнеп, яшерен чагыштыру хасил иткән сурәтләү чарасы. «Остаз» эссесендә шундыйлары очрый: «баштан пар чыга», «хезмәт халкының канын эчүгә күчәләр», «сугыш иттурагычына кереп шәһит китәр өчен», «агач елмая белән елмайды», «остабызбыз янды», «шигырь юлларын теткәләп», «тимер тавышлы, чуен күнелләргә, агач чырайлы директорларга».

Эпитетларга килгәндә, эсседә түбәндәгеләре кулланыла: «ач гәүдәләр», «яшьлегендә «Ачлык» исемле патша тарафыннан яньчелгән авыл малае».

Гипербола – чиктән тыш арттыруга нигезләнгән стилистик сурәтләү чарасы. Ул күренешне, характерны, ситуацияне гадәттән тыш күпертеп, сурәтнең тәэсир көчен арттыра. Мәсәлән, «Остаз» эссесендә «туный башлады», «дәрестә ул кисәтү ясаганда студентларның битләре агарып кала иде» кебекләре очрый.

Шулай ук эссе эчендә фразеологизмнар ассоциатив сурәтләү чарасы вазифасын башкаралар. Бу очракта фразеологизм төшенчәсә халык телендәге мәкаль-әйтемләрне дә, үткен, образлы гыйбарәләрне дә үз эченә ала. Тикшерелә торган эсседән без «жиң сызганып тикшерелерлек», «минем көймәм комга терәлдә» кебекләре таптык.

Эсседә М.Мәһдиев юмор элементы да кертеп жиберә. Ул анекдот бирә. «Бер татар ашханәгә кергән. Тыңлап утыра: кешеләр две каши, один борщ, одни щи, три стакана чая сорыйлар, ә моның нибары ике стакан чәй эчәсе бар. Ничек әйтергә? «Два стакана»мы, «две стакана»мы? Татар, әгәр телне белмәсә, хәйләгә керешә. Бу – электән килгән. Официантка аның янына килгәч, татар агай болай ди:

Три стакана чая, один унесите обратно...».

Стилистик фигураларны караганда, шуны әйтергә кирәк: алар сүзләрнең фразага һәм жөмлөгә оешу үзенчәлекләренә нигезләнгән сурәтләү чаралары. Аларны дүрт төркемгә аеру кабул ителгән: кабатлауга нигезләнгән фигуралар, сүзләрнең сөйләмдә гадәти булмаган тәртибеннән хасил булган чаралар, мәгънә каршылыгы барлыкка китерүчеләр, автор ихтыярын чагылдыручылар.

Беренче төркемгә керә торган, иң киң очраучы чара – кабатлау. Әсәрдә сүзләр, гыйбарәләр, жөмлөләр, кисәкләрнең нинди дә булса кагыйдәгә нигезләнмичә кабатлануы ул. «Остаз»да очраган кабатлау – «Хәлим Фәттахович... Хәлим ага... ләх исерек иде. Әйе, ул ләх исерек һәм...». Бу алым әсәрнең тәэсирлеген, андагы мәгънәви һәм хисси кыйммәтне көчәйтү, язучы теләгән урыннарда укучының игътибарын юнәлтү өчен кулланыла.

Сүзләрнең сөйләмдә гадәти тәртибе үзгәрү шулай ук бер төркем фигуралар хасил итә. Безнең эсседә инверсия күренеше бар. Инверсия – сөйләмнең тәртибен үзгәртү ярдәмендә яңа эмоциональ төсмер бирү. Мәсәлән, «Атлый түбән карап Гариф Ахунов, директор янына кәргәч сүзне кем башлар икәнлеге турында бәхәс кора. Атлый тәбәнәк таза Габделхәй Миннебаев».

Автор ихтиярын чагылдыручы фигуралар, исемнән үк күренгәнчә, автор позициясен, мөнәсәбәтен белдерүгә хезмәт итә. Аларга риторик сорау, риторик өндәү, риторик эндәш – ягъни лирик герой яки хикәяләүченең укучыга, әсәрдә сурәтләнгән образга эндәшүен кертәләр. «Остаз» эссесендәге риторик сораулар: «Татар баласы рус теленең кайсы почмагында, чатында сөргендә? Өйрәтүне дәрәс сөйләшүдән түгел, хаталардан башларга.», «Ә чыгыш килешендә саннар нишләп кенә бетмиләр?», «Бет шулкадәр хәрәкәтчән, үрчәмлә дип кем уйлаган?», «Без шуның өчен сугыштыкмыни, бу яшь буынны бет ашасын өчен Прагага, Берлингача барып життекмени?», «Искәндәрәв кебек зур эрудицияле, культуралы кешеләрне төрмәдә нишләтәләр икән?».

Риторик өндәү: «Кая инде ул безгә аны тәржемә итү!», «Татар башы моңа ничек житсен!», «Менә татар өчен авыр урын кайда!», «Ул рәсемдә безнең авыл егетләре булмый калмас!», «И бичара татар егетләре!».

Стилистик чаралар, фонетик чаралар кебек үк, интонация тудыруда катнаша. Алар текстның яңгырашын тудыру өчен кирәк.

Әсәр телен авазлар яңгырашы ягыннан оештыру фоника, ә шунда катнашучы чаралар **фонетик чаралар** дип атала. Фонетик чаралардан «Остаз» эссесендә без охшату алымын таптык. Охшату ул ниндә булса күренешне авазлар ярдәмендә күз алдына бастыру. Мәсәлән, эсседә кулланган охшатулар: «рюкзакны «лаф» итеп кертәп куйды», «пыф-пыф» итеп авыр сулады», «чарт-чорт килеп ак чырышы утыны яна».

Шулай итеп, «Остаз» эссесе теленең сурәтләнү чаралары ярдәмендә баetylган, матурайтылган булуы, риторик стильгә ия икәнлеге ачыклана. Төп сурәтләнү чарасы буларак грация сайланган. Һәр күренештә М.Мәһдиев бер-берсен көчәйтә баручы, бер-берсенә өстәләр торучы сурәт тудыра.

Эссенң композиция-төзелеш үзенчәлекләре турында берничә сүз. «Остаз» эссесе ун бүлекчәдән тора. Һәр бүлекчә төрләр аралыгында үткән вакыйгаларны сурәтләр. Биредә дә эссенң әдәби публицистик жанрга каравы үзен сиздерә. Публицистика – документаль нигезләр ижат, анда бер нәрсәне дә – бер факт, детальне, вакыйганы, күренешне, шәхесне, – уйлап чыгарырга, үзгәртәргә тиеш түгел, ә композицияне, сюжетны нәкъ очерктагы кебек уйлап чыгарырга «рәхсәт ителә».

М.Мәһдиев эссене гади, сөйләм телә белән язган. Бу эссе аның куен дөфтәрәнә үзә өчен генә язгып куелган кисәкләрне, истәлекләрне дә хәтерләтә. Бу алым укучыга эссенң телә якын, аңлаешлы булсын өчен алынган. И.М.Низамов сүзләре буенча, иң элек «эссе сөйләмә – ул ана телән дәрәс, ачык, образлы, аһәңлә куллануның иң югары таләпләрәнә җавап бирергә тиешләр

сөйләм. Анда тел ярлылыгына, тел кытыршылыгына, шапшаклыгына һич тә юл куелмый». Безнеңчә, М.Мәһдиев эссесе бу таләпләргә җавап бирә.

Әдәбият

1. Абдуллина Р.С. Стилистика һәм сөйләм культурасы мәсьәләләре. Яр Чаллы, 1997. 128 б.
2. Әдәбият белеме: Терминнар һәм төшенчәләр сүзлеге. Казан: Мәгариф, 2007. 215 б.
3. Әхмәдуллин А.Г. Әдәбият белеме сүзлеге. Казан: Тат. кит.нәшр., 1990. 238 б.
4. Бәширова И. Сүз белән сүрәт ясау. Казан: Тат.кит.нәшр., 1974.- 176 б.
5. Бәширов Ф. Сөйлә, каләм!. Әдәби тәнкыйть мәкаләләре, рецензияләр. Казан: Тат.кит. нәшр., 2001. 143 б.
6. Галимуллин Ф.Г. Офькларны алдан күреп. Тәнкыйть мәкаләләре. Казан: Тат.кит.нәшр., 1995. 200б.
7. Гәрәй Й. Сүз асылы. Тел хикмәтләре. Уфа: Мәгариф, 2001. 179 б.
8. Заһидуллина Д. Әдәби әсәргә анализ ясау: Урта гомуми бәлем бирү мәктәбе укучылары, укытучылар, педагогика колледжлары һәм югары уку йортлары студентлары өчен кулланма. Казан: Мәгариф, 2005.111 б.
9. Заһидуллина Д.Ф. Яңа дулкында (1980-2000 еллар татар прозасында традицияләр һәм яңачалык). Казан: Мәгариф, 2006. 255б.
10. Мәһдиев М.Ачы тәҗрибә. Казан: Тат.кит.нәшр., 1985.467 б.
11. Мәһдиев М. Йомгаклау дәфтәре / М.Мәһдиев /Казан журналы,. 1994, №3-4.
12. Метод, стиль, жанр (җыентык). Казан: Тат. кит. нәшр., 1976. 224 б.
13. Мөхәммәдиев Р., Ахунов Г. «Кеше китә – жыры кала»: Повестьлар, истәлекләр, хатлар.Казан: «Татар китабы» нәшр., 1996. 288 б.
14. Низамов И. Татар эссесе: кичә, бүген, иртәгә / И.Низамов //Мәдәни жомга, 25 май, 2007 ел, 12 б.
15. Низамов И.М. Уем – тел очында. Казан: Тат. кит. нәшр., 1995. 475 б.
16. Хаков В.Х. Татар әдәби теле: Стилистика. Казан: Тат. кит. нәшр., 1999. 304 б.
17. Хатипов Ф. Әдәбият теориясе. Казан: Мәгариф, 2000, 351.б.

ПРОБЛЕМЫ ОБРАЗОВАНИЯ В ЖУРНАЛЕ «СЮЮМБИКЕ» В НАЧАЛЕ XX ВЕКА

С.М. Зиганшина,

ассистент

Российский исламский институт (Россия)

E-mail: 36.1976.saria@mail.ru

Аннотация. Статья посвящена исследованию деятельности журнала для женщин «Сююмбике», который издавался в Казани в начале XX века. Одним из важнейших проблемно-тематических направлений издания становится реформирование образования. Журнал активно освещает опыт ведущих учебных заведений в России и за рубежом, критикует недостатки в сфере национального образования.

Ключевые слова: журнал, автор, просвещение, реформа, проблема.

Summary. The article is devoted to the activities of the journal for women "Syuyumbike", which was published in Kazan in the early twentieth century. One of the most important topics and publications becomes reforming education. The magazine highlights the work experience of leading educational institutions in Russia and abroad, criticizing the shortcomings in the field of national education.

Keywords: magazine, author, education, reform, problem.

XX ЙӨЗ БАШЫНДА «СӨЕМБИКӘ» ЖУРНАЛЫНДА МӘГАРИФ ПРОБЛЕМАЛАРЫ

Татарның милли мәгариф системасы XX йөзнең икенче яртысыннан, татар милләте формалаша башлаган дәвердән барлыкка килә. Бу чорда татарча укыту, шулай ук татар теле буенча беренче фәнни хезмәтләр, татарча укытуга багышланган дәреслекләр, кулланмалар, сүзлекләр төзү өстендә И.Гиганов, А.Троянский, А.Казембек, И.Березин, А.Архангельский, М.Иванов, М.Мәхмүдов, М. Салихов, К.Насыйри һәм башкалар актив эшли. Мәсәлән, И.Гигановның 1801 елда «Грамматика татарского языка» исемендә басма рәвештә дөнья күргән 1 нче татар теле грамматикасы рус укучылары өчен язылган булып, татарлар өчен татар телендәге грамматика китабы 1887 елда «Татар телендә кыскача гыйльме сарыф» исемендә Казан университеты басмаханәсендә чыга. Хезмәт авторы – Габделгалләм Фәезханов.

XIX йөз урталарында милли мәгариф проблемаларына зур игътибар итүчеләрнең иң күренеклесе К.Насыйри була. Ул мәктәп-мәдрәсә предметларын татарчалаштыруга нәтижәле өлеш керткән мәгърифәтче-галим.

XX йөз башы – татар милләтенең уяну, күтәрелеш чорында, татар мәктәпләре ачып, дөньяви фәннәрне мәктәп программасына керту актуаль була. Аеруча хатын-кызларны аңландыру, гайлә учагын саклаучы, милләтнең бишеге булган аналар кирәклегә вакытлы матбугатның актуаль проблемасы булып

тора. Хатын-кызны укуту мәсьәләсенә И. Гаспринский бигрәк тә зур игътибар бирә. Вакытлы матбугатта ул хатын-кызларга белем бирүне хуплап: «Укымышлы бер кыз бала – укымышлы бер ир баладан жәмгыятькә күпкә файдалырак, чөнки ул, эни булгач, балаларына гыйлем вә тәрбия бирер», – ди [1, б. 353]. Р.Фәрхетдинов: «Ана – хатын-кыз киләчәк буынга тәрбия биреп, аны тиешле дәрәжәгә күтәрер, – дип яза. – Дәрәс тәрбия алган аналарның балалары гына әхлаклы, гыйлемле, әдәпле, үз сәләтләрен жәмгыять файдасына кулланып, башлаган эшен азагына житкерер» [2, б. 12]. Ф.Әмирхан да кызларга гимназия ачуны хуплап, «Икенче адым» мәкаләсендә: «Әле 3 ел элек кенә татарлар өчен кызларга гимназия ачу – матур хыял гына иде. 3 ел элек кенә, Романовлар династиясе юбилее уңаеннан үткәрелгән мәжлестә кызларга милли урта мәктәп ачу идеясенә каршы көрәшүчеләр бар иде. Бу еллар миллиәтнең «караңгы» еллары булып истә калыр...», – дип язып чыга [3].

«Сөембикә» журналында да XX гасыр башы мәгариф проблемалары һәръяклап өйрәнеп яктыртыла. Алай гына түгел, хатын-кызларга белем бирү, мәгариф реформалары проблемаларын чагылдырган «бәхәс кыры»на әверелә бу журнал. Хатын-кызларны укуырга мәктәпләр кирәклекне, һәм ул мәктәпләргә ачар өчен алдынгы карашлы шәхесләргә тырышлыгын, нинди каршылыкларга очрауларны (укуыту әсбаплары житмәү, белемле укучыларга кытлык, томана байларның каршылыгы...) һәм нәтижеләрен Я.Хәлилинның аналитик жанрда язылган «Кызларга милли гимназия» (1916, №1, 1 ноябрь) язмасында укып үтәргә мөмкин: *«Башлап Троицкийда Гыйния ханым Юшева тарафыннан рәсми Дәрүел мөгаллимәт гимназия ачылды. Монда моктадир мөгаллим вә мөгаллимәләр куелып, хәзерге көндә Русиянең һәр тарафыннан укучыларны тартып торган көнәдер... Октябрьнең 29 нчы көнендә Казан шәһәрәндә мөселманнар арасында беренче мәртәбә мөслимәләр өчен кызлар гимназиясе ачылды»*, – диелә әлегә язада. Һәм милли мәгарифебезнең шул заманда ирешкән уңышларын яктырта. Журналның шул ук санында милли гимназия ачылу уңаеннан «Ачылу мәрасиме» дигән репортажда исә ул заманның мәгариф өлкәсен житәкләгән барлык җаваплы хезмәткәрләргә дә татар миллиәте өчен мөһим булган вакыйгадан читтә калмауларын укып беләбез.

«Мөселман хатын- кызлары хакында» «анкит»: «Н Власова исемендә бер рус ханымы «Тормыш» газетасына хат язып, мөселман ханымнары хакында түбәндәге сүзләргә җавап сорый. Русия ханымнары арасында булган ижтимагый-сәси хәрәкәтне тәгаен ачып, бу сөалләргә җаваплары мөһим вә зарур булганлыгын бәян итеп, хәләсә җавапның сентябрь башына ирешүен үтенә. Җаваплар ирләр тарафыннан язылса да, хатыннар тарафыннан язылса да ярый». XX йөз башында анкета жанрында халыкка мөрәҗәгать итеп сораштыру журнал өчен гаять тә кызыклы фикерләр җыелуга һәм басылуга сәбәп була. Бу анкета дөнья күргәч, мәктәп программасында нинди фәннәргә укуытуга игътибар житмәү, аерым бер мәктәп программасы булдыру хакында кызыклы фикер алышулар белән «Сөембикә»дә танышырга мөмкин. Язма авторлары арасында мәктәптә мөгаллимлек иткән, мәгариф проблемалары белән күзгә-күз очрашкан мөгаллимәләр дә, гади укучылар да, Садри Жәлал кебек каләм ияләре

дә бар. «Кызлар мәктәбенен программасына даир» мәкаләсендә «...Әүвәлге мәкаләдә кызлар мәктәбенә кертелергә тиешле фәннәрдән беренчесе – бала тәрбиясе хакында мәгълүмат (хәбәр, белем) бирү дип язган идем. Икенчесе – ахлак дәресләре. Аналар кулында балалар тәрбияләнә. Аналар күркәм холыклы булса, балалар никадәрле бәхетле була, гаилә анасының ахлаклы булуы – бөтен гаилә өчен бәхет... ахлаксыз гаилә эчендә тәрбия ителгән балалар – шөбһәсез (шикһәсез) ахлаксыз булалар... алардан туган балалар да ахлаклы булмый. Шулай итеп, бөтен милләтебез ахлаксыз булып, инкыйразга сәбәп туадыр! Өченчесе – хифзысыйхат (гигиена) дәресләре: тугры фикир сәламәт тәндә генә була, – дигән иске фәлсәфәне башка милләтләр күбрәк аңлап, мәктәпләрендә хифзысыйхат (сәламәтлек) дәресләре керткәннәр. ...Кул эшләре арасында бигрәк тә кисү-тегү эшләренә аһәмият бирелми иде... Юкса, мәктәптә һич тормышыбызга мөнәсәбәт булмаган нәрсәләр белән баш ватып, тормышка чыккач, мәктәптә өйрәнгәннәрне бер читкә куеп, яңа нәрсәләрне өйрәнергә мәжбүр булабыз...» – дип яза даими автор Фатима Бадигья.

Мәгариф проблемалары аналитик жанрларда гына түгел, сәяхәтнамә кебек җиңел укыла торган, гади укучы күңеленә аңлаешлы телдә язылган язмаларда да чагылыш таба. Мәнә «Уфага сәяхәт» дигән язмада: «...Чистайның икенче мәхәлләсендә байлар тарафыннан салынган кызлар мәктәбенә барып карадык. Бу мәктәп 8 сыйныфлы булып, гәҗҗәеп мөкаммәл эшләнгән ике катлы бинадыр. Кул һөнәре өчен махсус бүлмәләре бар. Казанда Аитова мәктәбе моннан күп кечкенә булып. Кечкенә генә шәһәрдә шундый мөкаммәл мәктәпнең вәҗүдкә килүе – диккатъне җәләп итмәслек түгел. «Афәрин!» Яшәсен Чистайның хийммәт ияләре! Бу мәктәп Кама суы буенда беренче булуы ихтималдыр...» – дигән юлларны укыйбыз (1915, №21). Шулай ук «Әстерханда хөкүмәт урта мәктәпләрендә укучы мөселман кызлары» язмасын укыганда яки «Авылларда кызлар мәктәбе» мәкаләсе белән танышканда, үзбездән заман журналистларының авыл тормышын тасвирлап язган язмаларын укыган кебек булабыз: «Курсадан ерак түгел Субаш аты» авылының кызлар мәктәбенә кереп карадым. ... Бер яшь кенә мөгаллимә, бер зыялы туташ Казанда Фатиха ханым Аитова мәктәбендә укыганга, аның тәрбиясе турында язып торуны артыкка саныйм, – ди автор. – Миңа Субаш Аты авылында берничә көн калырга туры килгәнлектән, бу мөгаллимә туташ белән берничә мәртәбә утырадаш булып, аның эшләренә диккатъ итеп бардым. Ул һичнәрсәгә карамастан, эшенә программалы карый, тәртипле, 4 сыйныфлы кызлар мәктәбе белән бик яхшы идарә итеп бара. Мәрзия туташ кызларын сыйныфта укуытканнан соң да, аларга һәрвакыт үзе романнар һәм әдәби хикәяләр укый, һәм үзләрен дә укуыт; кызларның фикерләрен сорый; газета-журналлар укуыт, мөхәррир вә әдипләренә тәрҗемәи хәлләре илә укучыларын таныштыра». Бу язмада укуытучының үз заманы өчен һәрнәрсәдән хәбәрдар булып, балаларны үзе белгән шөгыльләргә өйрәтүен автор матур итеп тасвирлый. «Питроградта хатын-кызлар дөнъясы» язмасында исә кыз балаларның малайлар белән бергә укулары, болай эшләгәндә, нинди уңай яклары булуы язып үтелә: «Алар бергә булганда, касым, татар вә мишәр

балаларыннан катыш бер жәмәгатьнең мөселманлыкта кардәшлекләре үсә генә баруы өстенә, ир балалар белән аралаш булдыктан, кызлар аларга иртә-кич туганлык, кардәшлек күзе белән карап, бер-берләренә жәбер-золым, хыянәттән сакланып үсәләр.... Ир балалар, кызлардан күрәп әдәп вә әхлакдан гамәли дәрәсләр алалар». (1915, №22, 4 б.).

Нәтижә ясап, шуны әйтергә була. Мәгариф реформаларының төп проблемалары: уку әсбаплары, китаплар житмәү һәм белем бирү өчен югары квалификацияле укытучылар житешмәү (кадрлар кытлыгы) язмаларда ачык чагыла. Бу актуаль проблемалар журналда һәр санда басылып, мәкаләләрдә проблемалар санап кына үтелми, аларны чишү юллары эзләнә, бәхәсләр туа. Шундый бәхәсле мәкаләләр нәтижәсендә мәктәп программаларының уртак фикергә килеп бер стандарт буенча төзелүе, каникулларда укытучыларның белемен арттыру кебек проблемалар уңай хәл ителә.

Әдәбият

1. Хужиевметов Ә.Н., Насыбуллов Р.Р. Педагогика тарихы (лекцияләр курсы). Казан: ТРИ «Школа», 2013. 372 б.
2. Фәхрегдинов Р. Мәшһүр хатыннары. Оренбург, 1903. 124 б.
3. Әмирхан Ф. Икенче адым // Кояш. 1916. 3 окт.

ВОСПИТАНИЕ ЛИЧНОСТИ КАК АКТУАЛЬНАЯ ЗАДАЧА ДНЯ

Х.С. Назипова,

учительница татарского языка и литературы
Гимназия п.г.т. Богатые Сабы Сабинского района

Республики Татарстан (Россия)

E-mail: nazipxas@mail.ru

Аннотация. В статье анализируется деятельность современных СМИ в области воспитания подрастающего поколения. По мнению автора, радио и телевизионные передачи на татарском языке не всегда придерживаются этических принципов, принятых человечеством. Воспитание духовно развитой личности является основой для дальнейшего развития общества.

Ключевые слова: нравственность, радио, телевидение, художественная литература.

Summary. The article analyzes the activities of modern media in the education of the younger generation. According to the author, radio and television broadcasts in the Tatar language is not always adhere to the ethical principles adopted by mankind. Education spiritually developed person is the basis for the further development of society.

Keywords: morality, radio, television and literature.

ШӘХЕС ТӘРБИЯЛӘУ – КӨНҮЗӘК БУРЫЧ

Журналист һөнәренең төп асылы – тормышыбызның шартларын тикшереп халыкка житкерү. Яшәештә килеп туган вак кына мәсьәләләргә дә читләтеп узмыйча, аңлатып халык игътибарына житкерү. Тормышыбыздагы вакыйгаларны анализлау, ни өчен шулай килеп чыкканына бәяләмә бирү нәкъ менә журналистның төп бурычы, дип уйлыйм мин.

«Кешегә бетмәс-төкәнмәс ижат чыганагы салынган, иреkkә чыгарырга, кешегә ижтимагый тормышта урынын табарга булышырга, аңа үсү өчен тиешле шартлар тудырырга кирәк», – дип язган Л.Н.Толстой.

Хәзерге чорда радио-телевидениедән тәржемә итеп күрсәтелгән нәфис фильмнар, шулай ук урам йогынтысы балалар аңына һәм рухына әдәпсезлек үрнәкләрен сәңдерәләр, милләтнең гасырлар буе формалашкан эхлак кагыйдәләрен кире кагалар. Дөрөс, «Халкым минем», «Татарлар», «Мәдәният дөньясында» кебек телевизион тапшыруларның уңай йогынтысы бик зур, алар кешенең танып-белү эшчәнлеген арттыра, татар милләтенә горурлык тәрбияли. Шуны әйтү урынлы булып, халкыбызның гореф-гадәтләре, бәйрәм-йолалары нигезендә, шулай ук халык педагогикасына нигезләнеп тәрбияләнгән бала гына эхлаклы булып дип әйтәсе килә. Өлкәннәр көнен, Әниләр бәйрәмен, май аенда Гаилә бәйрәмнәрен балаларның чыгышлары, үз көчләре белән куйган концерт программалары белән үткәрү бик отышлы. Март аенда үткәрелә торган «Карга боткасы» бәйрәмендә халкыбызның милли гореф-гадәтләре искә төшерелә, такмаklar, уеннары уйнала, җырлары җырлана. Татар халкының иң кешелекле, күркәм сыйфатлары чагыла бу бәйрәмне үткәрү барышында.

Татарның эхлак кодексында язылган түбәндәге юлларын искә төшерәсе килә: «Татар кешесе! Тирә-ягыңа кара! Без ата-бабалардан калган матур һәм бай җирдә яшибез. Үзек яшәгән жирнең кадерен бел, аны киләчәк буыннарга пычранмаган килеш тапшыр. Татар кешесе! Киләчәккә кара! Киләсе буынның язмышы өчен дә җаваплы икәннең исеннән чыгарма!».

Яшәешебездә эхлаксызлык чәчәк ата. Күнел сызлана, ник, никтән шулай икәнлеген аңларга омтылам. Хөкүмәтебез тормышыбыздагы ямьсез, күнел кайтаргыч мәсьәләләр буенча ниләр эшли? Әллә бу эшне һәркемнән үзенә тапшырганмы? Телевизордан чит илләр аша кергән кинофильмнар кемгә нәрсә бирә? Бәлки, алар безгә якин булмаган идеологияләрен тагалардыр? Тормышның кызыгы бетә. Акыллы, намус белән хезмәт итүче, эхлаклы кешеләргә эхлагын югалта барган кешеләр янында бик авыр. Бу проблеманы чишәр өчен нишләргә?

Татар теле һәм әдәбияты укытучысы буларак, мин халкымның киләчәге өчен бик борчылам. Хөкүмәтебезгә чаң сугарга вакыт. Гаяз Исхакийның инкыйразы безгә килеп житәме әллә? «Матур әдәбият әсәрләрендә эхлаклылык сыйфатларының бирелеше» дигән темага эзләнү-тикшеренү эшләре алып бардым. Фәнни эшемә Ризәтдин Фәхретдиннен түбәндәге сүзләрен эпиграф итеп алдым: «Бала чакта алынган тәрбияне бөтен дөнья халкы да үзгәртә

алмас». Балада кече яштыгән үк әхлакый сыйфатлар тәрбияләргә кирәк. Нәкъ менә әхлакчылык – бәхетнең ачкычы.

Нәрсә соң ул әхлак? Мин үземә еш кына шушы сорауларны бирәм. Җавап эзләп уйланам. Әхлакның үзгендә – кеше. Әдәп-әхлак, әдәбият аерылгысыз. Аларның һәрберсенең дә асылын кеше тәшкил итә. Кечкенәдән үзбездә әкиятләр, жыр, мәкаль, табышмаклар аша олы әхлакый сыйфатлар тәрбиялибез. Халык жырларында халкымның үткән тарихи юлы, кешелекле сыйфатлары, әхлакчылык чагыла. Хиссез кеше бөек зат була алмый. Кечкенәдән ярату, борчылу, кайгыру, ярдәм итү... Димәк, фольклордан мин үземә өлешчә җавап таба алам.

Атаклы мәгърифәтче Каюм Насыри – халык педагогикасын өйрәнүгә күп көч куйган кеше. «Тәрбия китабы»ндагы 113 үгет-нәсыйхәт һәркемнен өстәлендә урын алсын иде!

Риза Фәхрәддиннең тәрбия китапларыннан да мин әхлак нәрсә ул дигән сорауга җавап таба алам. Димәк, мәгърифәтче язучы-галимнәр ижатына ешрак мөрәҗғәгать итик.

Урта гасыр һәм XIX йөз әдәбиятын әхлакый әдәбият дип атарга тулы хакыбыз бар. Чөнки анда гаделлек, намуслылык, шәфкатьлелек, сабырлык, кин күнеллелек, юмартлык һәм башка шундый уңай сыйфатлар, эш-гамәлләр турыдан-туры да, вакыйга-хәлләр аша да гәүдәләндерелә.

Татар әдәбияты – әхлакый, кешелек проблемаларын күтәрә, буыннан-буынга күчә барган рухи байлыкның төп чыганагы. Мәсәлән, якташ язучыбыз Фатих Хөснинең «Йөзек кашы» повестендагы Айдар образы белән танышкан, мин кешенең холкы – анын язмышы булуына төшендем, үз холык фитилләрәнен игътибарлырак булырга, андагы тискәре башлангычларны киметә барырга, матур сыйфатларны арттырырга кирәк икән, дигән нәтиҗәгә килдем.

Мәгърифәтче язучы Фатих Кәримнең «Салих бабайның өйләнүе» дигән хикәясә миңа нык йогынты ясады. Хикәянең төп герое – Салих бабай. Ул тормышның ачысын-төчесен татыган өлкән яштыгә кеше булуга карамастан, малайларга балаларның рухын, зинһенен баета торган хикәятләр, әкиятләр сөйли. Салих бабайның борынына тәмәке салу гадәте бар. Шушы кимчелегә аша укучы күңеленә моһим фикерләргә сәңдерергә тырыша: чир китә – гадәт кала; яшьлектә өйрәнгән гадәт, яхшымы ул, начармы, кешене гомерә буга озата бара. Яшьлегендә начар гадәтләргә өйрәнмәскә тырыш!

Ә 10-11 сыйныфларда Гаяз Исхакий әсәрләрен өйрәнәбез. Олы тормыш юлына басарга, һөнәр алырга, алга таба гайлә корырга эзәрләнүче егетләр һәм кызларга тормышның катлаулы, сикәлтәле икәнлеген аңлату зарур. Язучының «Кәләпүшче кыз», «Бай угълы», «Өч хатын белән тормыш», «Йке гашыйк», «Зөләйха», «Көз», «Ул әле өйләнмәгән иде» әсәрләрен анализлау гайлә төзүгә бәйләнешле әхлак сыйфатлары формалаштыру мәсәләсенә дә кагыла.

Алдан санап киткән һәр әсәрдән яшьләргә киңәш булырлык, укучыны хисләндерерлек, рухын тәрбияләрлек мизгелләргә китерергә мөмкин. Мәсәлән,

«Кәләпүшче кыз» эсәрендә Камәрнең язмышы – кыз балалар өчен гыйбрәтле язмыш. Бу эсәрдә татар кызларының язмышына зур зыян китерә торган яман гадәтләрнең барлыкка килүе сурәтләнгән. Ул, бала чакта дәрәс тәрбия ала алмавы сәбәпле, алга таба юньсез кешеләр кулына элгә һәм нәтижәдә гомере фажига белән тәмамлана. Кәримә кәләпүшләрне кибеткә илтәп тапшыруны Камәргә йөкли. Һәм шушы кибеткә йөри башлау кызының булчак фажигасенә нигез сала. Чөнки ул анда кызлар алдауны үзенә кәсеп иткән өлкән кибетче Вафа белән очраша. Ул яшь, чибәр кызы тизрәк кулга төшерү ягын карый. Кәримә икенче кешегә кияүгә чыккач, кызының дусларының, аралашкан кешеләренең кем икәнлеген белешми. Кызын кулдан ычкындыра. Кыз белән ана арасында жылылык кими, эчкерсез сөйләшү булмый. Беркатлы, эчкерсез үсмер кыз, үзе теләп диарлек, Вафа кармагына килеп каба. Мәхәббәттә алдануын соңлап аңлаган Камәр Зөһрә карчык ярдәмендә кулдан-кулга күчеп йөри башлый, аннан соң авырып китә һәм үлә. Эсәр бик тә фажигалә тәмамлана.

Ә Камәрнең кулдан-кулга күчеп йөри башлавына кем гаепле? Нигә аның язмышы фажигалә тәмамлана? Тиешле тәрбия булмаудан дип уйлыйм мин. Кыз үзе дә язмышына битараф.

Күп балалы берәүдән сораганныр: «Дөнъяда иң зур байлык бар. Нәрсә ул?». «Балаларым», – дип җавап кайтарган күп балалы кеше. Камәрнең әнисе кызы язмышы турында уйларга, аңа ярдәм итәргә тиеш иде. Хәзер дә дөнъя куып, кайбер әти-әниләр балаларына битарафлык күрсәтәләр, аның дуслары, шөгыльләре белән кызыксынмыйлар. Ә бу бик кирәк... Кирәк чакта балаңа дус, кинәшче булу мөһимдер дип уйлыйм.

Минем уйлавымча, баланың эхлаксызлыгы өчен беренче чиратта әби-бабай, әти-әни гаепле. Бала шәхесен формалаштыруда гаилә тәрбиясе дә бик мөһим. Анасы, атасы ялгыш адымнар ясаудан тыймаса, кинәшче булмаса, бала ялгыш юлдан китеп, зур хәсрәт алып килергә мөмкин. Бала өчен әти-әни үзләре үрнәк.

Г.Исхакыйның хатын-кыз мәсәләсен яктыртуга багышлаган икенче бер эсәре – «Теләнче кыз» романы. Сәгәдәт авылның хәлләрәк крестьяны гаиләсендә туып үсә. Мулла кызы белән ахирәт дуслар буларак, ярты вакыты шулар өендә уза, укырга-язарга, күркәм гадәтләргә өйрәнә.

Менә кызу канлы һәм үзсүзлә әтисе, йорт-жирен, мал-туарын сатып, гаиләсе белән шәһәргә күчеп китә, ләкин уңмый. Эш таба алмау, акчасыз калу, әйберләрен сатып ашау, фатирдан чыгарылу һәм фәкыйрьләр казармасына барып сыену. Башта әтисе, аннары әнисе үлөп китеп, бөтенләй ятимә калган Сәгәдәт хәер сорап чыгарга мәҗбүр була. Менә бай улы Габдулла, бәйрәм көнне өйләренә сәдакага дип килгән төркөм арасыннан Сәгәдәтне аерып алып, аулакта мәсхәрә итә, һәм бәхетсез кыз нәтижәдә фәхешханәгә барып элгә. Мондый эсәрләрне күбрәк укыган саен уйланысың, фикер йөртәсен, үз алдыңа максат куерга омтыласың. Яхшы, мәгънәле эсәрләрне укыган кешедә үзән формалаша. Тормышка каравы икенче төс ала.

Ә менә Фатих Әмирханның Хәятенәң әдәплелеге әллә кайдан күренеп тора. Мәсәлән, иптәш кызы Лиза аны алырга килгәч, ул әти-әнисеннән рөхсәт сорый, ул рөхсәтсез кая да булса китәргә гадәтләнмәгән, әти-әнисен ихтирам итә. Зурларны хөрмәт, ихтирам итү – кешенәң иң күркәм сыйфатларынан берсе икәнлегенә басым ясала. Хәят бары тик дини тәрбия генә алса да, егет белән кыз арасындагы мөнәсәбәтнең зур нәрсә икәнлеген аңлый һәм аңа җаваплы карый. Хәяткә «Яшьләр уены»нда шактый гына тупас сүзләр иштергә туры килә, ә ул шулай да күтәрелеп бәрелми, ягъни тупаслыкка тупаслык белән җавап кайтармый.

Бу да – матур гадәт. Димәк, Хәяттә үчләнү, үч алу кебек ямьсез сыйфат юк. Ул кичерә белә.

Синәң Сәгадәт белән Камәр яисә Хәяткә ошыйсы килүең үзеңнән тора. Сәгадәт белән Камәр урынына үзеңне куеп кара. Син нишләр идең? Вафа белән Габдулланың кармагына элгәр идеңме? Тупаслыкка тупаслык белән җавап кайтарып дәрәжәңне югалтыр идеңме? Кеше үз дәрәжәсе турында һәрвакыт уйлап торырга тиеш.

Әйе, сораулар күп, ләкин һәр кеше дә үзенчә җавап бирчәк, чөнки һәркем язмышын үзе яза. Бәхет бит ул мизгелләрдән тора. Шул мизгелләрне тудыручы син үзең. Синәң язмышың үз кулыңда. Аны матур итеп төзисеңме яисә жимерәсеңме – бу синнән тора. Әйтергә кирәк, балачактан алган тәрбияң сиңа ярдәм итә.

Шәриф Хөсәеновның «Әни килде» драмасындагы Ана образы – Әхлакның үзе. Малае Ислам язмышын беркайчан да куркыныч астына куймый, теләсә нинди түбәнлеккә дә бара. Ислам кебек кешеләр, кызганычка каршы, күп очрый. Үз аналарын картлар йортына илтүче яшьләр юкмыни? Әлбәттә, бар. Ятимнәр, картлар йортлары елдан-ел күбрәк ачыла бара.

Ананың әсәр финалында балаларына әйтеп калдырган васыяте һәр кешегә тормыш кагыйдәсе булырлык сүзләр: «Кеше булыгыз! Куркак жан булудан саклангыз! Кеше куркак булса, үзенәң жанын саклап калу өчен, теләсә нинди түбәнлеккә бара, Атасын да Анасын да, хәтта Ватанын да сата!» Мин бу бөөк Анага сокланам.

Татар халкының гореф-гадәтләре аша мин кеше аңына бик күп әхлак сыйфатлары салына дигән нәтижәгә килдем.

Чит ил кинофильмнарына күз салыйк. Алар безне әхлаклыкка өйрәтәме? Әлбәттә, юк. Чит ил кинофильмнары безне кеше үтерергә, кеше җәзаларга, җиңел юл белән акча табарга өйрәтә. Бәлки, аларны карауны тыяргадыр?! Үзе-безнең «совет» кинолары бар ләбаса.

Эчкечелек, наркомания, гомумән, киләчәккә кайгыртмау бүгенге көннең коточкыч проблемасы булып тора. Заманага сылтау итеп, начар гадәткә күрә торып ияләнеп, киләчәгегезне, бәхетегезне, тормышыгызны жимермәгез, дип бөтен яшьләргә дәрәсәм килә.

Ә сәхнәдә биеп торган ялангач кызлар турында ни дияргә кала? Андый кызлар Ф. Әмирханның «Хәят»ен укыдылармы икән?! Алар мондый түбәнлеккә

барганнармы?! Эхлакның алар ни икәннән дә белмиләр, ата-анасын, туганнарын оятка калдыралар, авыруга сабыштыралар.

Мәхәббәт өлкәсендә дә эхлак дигән нәрсә бар. Кияүгә чыкмыйча гына бала алып кайткан яшь «аналар», тәннәрен сатып йөрүче егет-кызлар татар яшьләренә хас булган сабырлык, тыйнаклык, әдәплелек сыйфатларын кая куйганнар? Замана чирләре СПИД, наркомания, сифилис кебек чирләрдән курыкмыйлармы? Чәчәктәй гомереннә шундый чирләр һәм иртә килгән үлем белән чагыштырасыңмы? Кеше гомере болай да кыска. Ходай Тәгалә тарафыннан бирелгән гомереннә үзеңнән соң үрнәк эз итеп калдыру бик мәслихәт, ләбаса. Мөхәммәт Мәһдиев язганча, кеше китә – жыры кала.

Нәтижә ясап, шуны әйтәсе килә: Кытай халкы үз житешсезлекләрен күрсәтү, тикшерү өчен «Хурлык музей» төзегән. Безгә, татар халкына, бәлки, «Татар милләтенә хаталары», «Эхлак дөньясы» дигән күргәзмә-музейлар кирәктер. Кемнәрдер кабатлаган ялгышны, эшләгән әдәпсезлекне күреп, алдагы буын уйланыр иде. Татар халкы – укымышлы халык бит ул. Музей яшьләрнең үзәк формалаштыруга ярдәм итәр иде. Яшәүнең нигезе – изгелек.

«Халыкларның сөю һәм алар өчен теләктәш булу, тиешле эш-гамәлләрне кылып, кирәкмәгән эшләрдән тыелып тору, кешеләргә изгелек, яхшылык кылу, ярдәм итү, явызлыктарга изгелек белән каршы булу, сүздән бигрәк гамәл белән яхшылык күрсәтү кирәк», – дип язган күренекле мәгърифәтчебез Р.Фәхретдин «Жәһамигүль Кәлим шәрхе» китабында.

Алдан язганнардан чыгып, татар җәмгыятендә түбәндәгеләрне тормышка ашырырга кирәк дигән нәтижәгә килдем:

1. Шәхес тәрбияләүгә матур әдәбият һәм телевидение-радионың йогынтысын арттыру.
2. Безнең идеологиягә каршы килә торган чит ил фильмнарын кертмәү.
3. Милли горурылык хисен тәрбияләүдә гаилә белән мәктәпнең хезмәттәшлеген ныгыту.
4. Һәркемгә татарның эхлакый кодексын кулланма итеп алу.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ПРОИЗВЕДЕНИЙ ТАТАРСКОЙ ЛИТЕРАТУРЫ В РАБОТЕ В ДЕТСКОМ САДУ

Г.Н. Нигматзянова,
воспитательница высшей категории
Детский сад №23 г. Казани (Россия)
E-mail: gulgara03041974@yandex.ru

Аннотация. Данная статья раскрывает некоторые особенности работы с дошкольниками по использованию произведений детской художественной литературы. Особое внимание уделяется преемственности между детским садом и школой.

Ключевые слова: детский сад, школа, татарский язык, воспитание.

Summary. This article is intended for parents of preschoolers to using children's literature to help foster friendly relations in the family. Special attention is paid to the continuity between kindergarten and school.

Keywords: kindergarten, school, Tatar language, education.

МӘКТӘПКӘЧӘ ЯШЫТӘГЕ БАЛАЛАРНЫ ТАТАР ӘДӘБИЯТЫ БЕЛӘН ТАНЫШТЫРУ

Балаларга нәрсә укырга һәм ничек укырга дигән сорау бүген аеруча мөһим. Кеше тормышында китапның өстенлеген күрә белергә, балада китапка хөрмәтне, укучыга карата мөнәсәбәтне мәктәп яшеннән түгел, ә мәктәпкәчә яшыйтәге чордан башларга кирәк. Китап уку кешеләрне нинди милләткә, расадан, диннән булуына карамастан бер-берсен аңларга һәм хөрмәт итәргә өйрәтә. Кешелек укымый башласа, ул фикер йөртү сәләтен дә югалта. Шунлыктан тормыш безнең алдыбызга балада китапка карата мөһаббәт тәрбияләүдә балалар бакчасы, гаилә, мәктәпнең бергәләп эшләү бурычын куйды. Балаларны китап укырга өйрәтү тәрбиячеләр һәм эти-әниләр тарафыннан профессиональ эзәрлек таләп итә. Димәк, тәрбияче бу очракта эти-әниләр һәм хезмәткәрләр эшен тикшерүче һәм оештыручы рәвешендә генә калмый, ә аларга эшләрендә дәрәс юнәлеш бирә. Бу эшне оештыруда программаларның күп булуы ярдәмгә килә. Шуннан чыгып мәктәпкәчә тәрбия учреждениеләренең педагогик коллективы өлкән тәрбияче житекчелегендә программаны сайлап, аңа фәнни методик анализ ясап өйрәтәргә кенә калмый, ә һәрбер бүлеккә идеяләрен тормышка ашыру юлларын таба.

Безнең Мәскәү районы 236 нчы балалар бакчасы тәрбия һәм белем бирү эшендә төп программа итеп Н.Е.Веракса, Т.С.Комарова, М.А.Васильеваның «Туганнан алып мәктәпкә кадәр» программасын алды. Мәктәпкәчә яшыйтәге балаларны әдәбият белән таныштыру эшендә традицион булмаган методларны һәм методик алымнарны кулланабыз. Әлбәттә, янадан-яңа методик алымнарны куллану балаларны мәктәпкә хәзерләүдә зур әһәмияткә ия. Ә мәктәп сабыллар өчен серле дөнья, ачылмаган китап. Шуңа күрә аларны мөмкин кадәр күбрәк мәктәп тормышына хәзерләү сорала.

Өлгә катлаулы һәм олы максатны тормышка ашыруда безгә татар һәм рус язучыларының бай мирасы ярдәмгә килә. Без шулар аша балаларны ана теленә өйрәтәбез, тел хәзинәсенең матурлыгын алар күңеленә сәндәрергә тырышабыз.

Балаларны үз ана телендә сөйләшергә, аралашырга өйрәтү туган телебезне ярату, аңа карата ихтирам тәрбияләү бүгенге көндә иң мөһим мәсьәләләрнең берсе булып тора. Балаларны авазларны дәрәс әйтеп, жөмлеләрне дәрәс төзеп, үзләрен уй-фикерләрен тиешле эзлеклелектә, ашыкмыйча сөйли белүләренә ирешү өчен, сөйләм үстерү юнәлешендә эш алып

барырга тиеш. Ә бу максатларны тормышка ашыруда нәфис сүз, әдәби әсәрләр һәм халык авыз ижаты әсәрләренәң әһәмияте бик зур. Әдәби әсәр балаларның логик фикер сәләтләрен үстәрә, дөньяны танып белергә өйрәтә. Матур әдәбият әсәрләре балаларны әхлакый һәм эстетик яктан тәрбияләргә дә ярдәм итә. Балаларны матур әдәбият белән таныштыруда Ф.Ю.Юсупов, З.Ф.Камалова, Р.Г.Борханованың «Гөлбакча», К.В.Закирова «Иң матур сүз», М.Ф.Кашапованың «Иң татлы тел-туган тел», К.В.Вәлиеваның «Балачак аланы» һәм башка бик күп хрестоматияләргә үз эшебездә кулланабыз.

Безнең балалар бакчасы 34 нче номерлы мәктәп белән берлектә эшли. Башлангыч мәктәп белән берлектә үткәрелгән педагогик киңәшмәдә педагогик коллектив түбәндәге еллык бурычны алды: мәктәпкәчә яшьтәге балаларны әдәбият белән таныштыруда балалар бакчасы, гаилә, мәктәп арасында давамчанлыкны булдырырга. Бу максатны тормышка ашыру йөзеннән, балалар бакчасы тәрбиячеләре башлангыч сыйныф укытучылары белем эшчәнлегенә, ә укытучылар тәрбиячеләрнен белем эшчәнлегенә үзара йөрештеләр. Бу үзара йөрешүләр башлангыч мәктәп һәм балалар бакчасы программалары белән тирәнрәк танышуга ярдәм итте.

Безнең балалар бакчасы ел саен 34 нче мәктәп белән берлектә «Тукай кичәләре» үткәрә. Мәктәпкә әзерлек төркеме балалары һәм 1 нче сыйныф укыучылары арасында «Яшь артист» дигән темага шигырь кичәләре оештырыла. Шулай ук М.Жәлил, А.Пушкин, А.Алиш туган көннәргә билгеләп үтелә. Быел да Муса Жәлил һәм Г.Тукай туган көннәрен 34 нче мәктәп белән берлектә үткәргә уйлыйбыз. Безнең балалар бакчасында «Театр сөючеләр» түгәрәге берничә ел рәттән эшләп килә. Татар халык әкиятә «Өч кыз», А.Алишның «Куяң кызы», рус халык әкиятләре «Шалкан», «Теремкәй» һ.б уйнап күрсәттек.

Эти-әниләр белән эш шәхси әңгәмәләр, консультацияләр, лекторийлар һәм мәктәпкәчә тәрбия учреждениеләрендә үткәрелгән кичәләрдә катнашу формасында булырга мөмкин.

Балаларда матур әдәбиятка, китаплар укуга кызыксыну тәрбияләүдә гаиләнең дә роле зур. Ләкин бу эшкә дәрәжә юнәлеш бирергә кирәк. Шунлыктан эти-әниләрнең балалар әдәбияты турында күзаллауларын киңәйтергә кирәк. Һәрбер төркемдә эти-әниләр өчен «Говорим по-татарски. Татарча сөйләшәбез», «Туган телдә сөйләшәбез» стендларын булдырдык. Балаларның яшь үзгәрешләрен исәпкә алып, «Сез моны белергә тиеш», «Бала белән бергә укыйбыз», «Моңы белү файдалы», «Бергәләп өйрәник» темаларына стендлар җиһазландырылды. Шулай ук өлкәдә анкеталарга җаваплар алына. Балага әдәби әсәрне кыскасырап уку (мәсәлән, йокы алдыннан) пропагандалана. Кварталга бер тапкыр балалар һәм эти-әниләр арасында укылган әдәби әсәрләр, татарча караган мультфильмнар буенча рәсем конкурслары оештырыла. Шулай ук эти-әниләргә телетапшырулар карарга киңәш бирелә. Балалар бакчасында төрле очрашулар, кичәләр еш үткәрелә. Күптән түгел «Салават күпере – бездә кунакта» дигән бик күңелле очрашу булды. Балаларга редакция хезмәткәрләре

«Шалай мажаралары»дигән курчак театры күрсәттеләр. Шулай ук балалар язучылары Эльмира Шәрифуллина, Роберт Миңнуллин белән «Балаларга күчтәнәч»дигән темага очрашулар булды. Балалар һәм тәрбиячеләр алар иҗат иткән шигырьләргә укыдылар, жырлар жырладылар. Муса Җәлилнең туган көне уңаеннан «Муса Җәлил батырлыгы – үлемсез» дигән кичә үткәргәжыенабыз. Шулай ук балалар, эти-әниләр, тәрбиячеләр белән берлектә Г.Тукайның 130 еллыгын билгеләп үтәргә әзерләнәбез.

Балаларга китап уку, матур әдәбият белән таныштыру аларның акыл эшчәнлеген үстерә, зинһенен камилләштерә. Билгеле булганча, сабыллар әйләнә-тирә дөньяны конкрет күзаллау юлы белән кабул итәләр. Аларга барысы да яңа, кызык тоела. Шигырьләрдәге, хикәя һәм әкиятләрдәге геройларның образларын, вакыйгаларын, сурәтләүләргә алар күз алдына конкрет китерәләр һәм үзләрен шул вакыйгалар эчендә итеп хис итәләр, хыялланалар. Ләкин нәниләр дә зурлар кебек үк үзләренң тормыш тәҗрибәләренә таянып фикер йөртәргә өйрәнә.

Балалар бакчасы, гаилә, мәктәп бергәләп балаларны матур әдәбият белән таныштырып, аларны олы, катлаулы һәм гаять кызыклы дөньяга алып керүдә, аны танып белү серләрен өйрәтүдә ярдәм итәр дип ышанасы килә.

ТАЛГАТ МИҢЛЕБАЕВ – ПЕРЕВОДЧИК

И.М. Низамов,

доктор филологических наук, профессор

Казанский (Приволжский) федеральный университет (Россия)

E-mail: nizamil@yandex.ru

Аннотация. В данной статье автор рассматривает особенности переводческой работы в журналистике. В связи с этим анализируется работа кафедр журналистики и татарской журналистики Казанского университета и ее представителей. Особенное внимание уделяется деятельности Т.Миннибаева и Ф.Агзамова.

Ключевые слова: перевод, двуязычие, теория и практика перевода.

Summary. The author considers the peculiarities of translation work in journalism. Consequently he analyzes the work of the departments of journalism and Tatar journalism of Kazan University and their representatives. Particular attention is paid to the work of T.Minnibaev, F.Agzamov.

Keywords: translation, bilingualism, the theory and practice of translation.

ТӘЛГАТ МИҢЛЕБАЕВ – ТӘРҖЕМӘЧЕ

Күренекле журналист-публицист, мөгаллим, жәмәгать эшлеклесе, фән кандидаты, тик арабыздан бик яшьли киткән (10.01.1953 – 16.08. 1991) Тәлгат

Хажиэхмәт улы Миндлебаев турындагы язмаларымның соңгысында (Өлмәт районының Кичүчат авылында урнашкан «Ризаэддин Фәхретдин мемориаль музей» 2015 елда бастырып чыгарган «Солнце Талгата Миннибаева» дигән китапка кереш сүздә) менә мондый юллар бар: «Чын мәгънәсендә татар баласы, милләтпәрвәр булуын Талгат сүз белән генә түгел, педагоглык, жәмәгәт эшчәнлегендә дә озак истә калырлык итеп күрсәтә алды.

Шул хакта уйланулар нәтижәсендә шәхсән үзем кардәшемнең бихисап игелекле эшләре арасында тагын берсенең – аның тәржемә нәзәриятенә һәм гамәлиятенә керткән өлешен – үз язмаларымда жентекле тасвирланмыйча калганын ачтым. Миңа аның дүртенче ядкәрен язарга кирәк икән! Татар журналистикасының иң житди юнәлешләренең берсе булган тәржемә эшеннән Талгат читтә кала ала мыни! Бу хакта элекке язмаларда тезислап кына телгә алынган иде. Теманың бүген дә актуаль булуын истә тотканда, журналистика остазының бу кыйблада тагаенләгән тәкъдимнәрен искә төшерү, яшьләргә житкерү – өлгергән мәсьәләдер. Мин бу хакта язарга тиештер. Талгат кардәш вәгъдәсезләрне яратмый иде... Хәер, анысын инде, Ходай кушып, атаклы милләттәшбезебез турында чыгачак яңа китапларга тәкъдим итәрбез». Бүген менә шул язмамны укучыларыма тәкъдим итәм.

Татар журналистының эшчәнлеге гомер-гомергә өч кыйбалы булды: үзе язды, бүтәннәр язганы төзәтеп-редакцияләп бастырды, тәржемә белән шөгыльләнде. Менә бу өченче эшчәнлек татар журналистикасында зур әһәмияткә ия булып, үзенә өч юнәлеш хасил итә: тәржемә эшен оештыру, белгечләр әзерләү; тәржемә эшчәнлегенң фәнни-нәзари нигезләре һәм көндәлек тәржемә эше. Шунысы кызыклы һәм әһәмиятле ки, менә бу өч юнәлеш тә бер-берсеннән һич тә аерылгысыз рәвештә Талгат Миндлебаев эшчәнлегендә чагылыш тапкан. Шуларны берәм-берәм күзаллык өле.

Матбугатта хезмәт итүче журналист тәржемәче, әлбәттә инде, ижтимагый-сәяси ижат төре кешесе санала. Моның башка төр өлкәдәге тәржемә эшчәнлегеннән, эйтик, нәфис әдәбиятне тәржемәләү ижатыннан аермасы шактый зур. Ижтимагый-сәяси, публицистик-журналистик һәм фәнни-популяр текстлар әдәби әсәрләрдән, фәнни, рәсми текстлардан аерыла, аларны үзенә бер чаралар кулланып тәржемә итәргә кирәк була, моның өчен матбугатта, журналистикада эшләү, тормыш тәҗрибәсе туплау, ике телне дә бөтен нечкәләкләре белән белү зарур;

Иң төп үзенчәлеге: бу кыйбалы тәржемәче «замана баласы», бүгенге көн ижатчысы, шушы ил жәмгыяте бүген ничек уйлый, ничек яши, ничек сөйләшә, шулай эшләргә, шушы жәмгыятьнең аерылгысыз кисәге булырга тиеш.

Талгат Миндлебаевның шушы кыйбладагы эшчәнчелегенң без күзәтергә алынган чорына тагаенрәк килсәк, ул егерменче гасырның алтмышынчы-туксанынчы еллары – кешелек тарихында да, татар халкы тарихында да бик үзенчәлекле дәвер. Бу чордагы журналистикадагы, тәржемә өлкәсендәге мохитне бик төгәл итеп шул елларда ижтимагый эшчәнлеге тулаем журналистика өлкәсендә, аның күпчелек тармакларында, аерым алганда

тәржемә өлкәсендә дә иң югары дәрәжәсенә җиткән, Тэлгатнең дә, шәхсэн минем дә фикердәшебез, хезмәттәшебез Флорид Әгъзамов баянлавында күз алдына китерү тасвирлырак булыр дип уйлыйм. Шул көннәргә ул болайрак күзаллый: «Үткән гасырның сиксәннәнчә еллар азагында демократик үзгәрешләр, хәбәрдарлыкка юл бирү милли тормышның уянуы журналистикада да өр-яңа ситуация тудырды. Безнең заманда массакуләм хәбәр чаралары, шул жөмләдән милли матбугатның роле әйтеп бетергесез үсә. Милли журналистика, бер яктан, милли хәрәкәтнең, массаларның милли ұзаңын формалаштыруның куәтле чыганагы, халыкларның сәясәтләштерү чарасы, икенчә яктан, бу процессларның колачын һәм өлгергәнлеген билгеләүчә бер күрсәткеч тә. Хәзерге яңарыш шартларында милли журналистиканы оештыруның яңа моделе кирәк һәм аны эшләгәндә 20 нче еллар тәҗрибәсен исәпкә алу; аннары аны этаплап тормышка ашыру зарурдыр. Яңа модельнең нигезендә милли матбугат йогынтысы белән бөтен татар халкын колачлау принцибы ятарга, ягъни яңа модель милләттәшләребезнең күптөрле ихтыяжларын һәм мәнфәгатьләрен формалаштыруга һәм үстерүгә юнәлдерелгә тиеш. Чөнки камиллеккә ирешкән шәхеснең асылын нәкъ менә ихтыяжларның күптөрлелеге һәм өлгергәнлегә тәшкил итә. Шәхеснең һәрхәлдә ике төрле мәнфәгатьләре була: вәкилле (принадлежностный) мәнфәгатьләре (шәхес бер үк вакытта мәгълүм бер сыйныф, социаль төркем, коллектив, жәмәгәт оешмасы һ.б. вәкиле була) һәм мохити мәнфәгатьләре (икътыйсадый, сәяси, социаль, рухий һ.б.). Хәбәри мәнфәгатьләр тегеләйме-болаймы әлегә мәнфәгатьләргә нигезләнә. Әлбәттә, алар арасындагы багланышларны һич тә гадиләштерергә ярамый. Вәкилле мәнфәгатьләре дә, мохити мәнфәгатьләр дә хәбәри мәнфәгатьләргә турыдан-туры түгел, ә әйләнгеч юллар белән билгелиләр. Хәбәри мәнфәгатьләр кешеләрнең объектив мәнфәгатьләре кисешкәндә танып-белүгә объектив ихтыяж өстенлек иткән шартларда пәйда була. Милли матбугат системасының барлык өлешләрен шушы алшартлар жирлегендә камилләштерергә кирәк. ... Бездә милли телдә мохити мәнфәгатьләргә, ягъни икътыйсадый, гыйльми, эстетик һ.б. мәнфәгатьләргә канәгатьләнәдердәй газет-журналлар бик аз. Ә бит матбугат челтәре һәр ихтыяжны һәм мәнфәгатьне канәгатьләндерүгә юнәлдерелгән булырга тиеш», – дип билгели.

Журналистика теоретигы милли журналистиканың яңа моделе булдыру проблемасы – күпкырлы һәм катлаулы фәнни-практик проблема, дип саный. Аны чишү бик күп факторларга бәйле. Беренчә чиратта материал-техник базаны ныгыту һәм редакцияләргә кадрлар белән тәәмин итү кебек факторлар алгы рәткә чыга, ди.

Шул ук вакытта Флорид Әгъзамов, чын мәгънәсендә эш кешесе, вәгъдәле шәхес буларак, мәсьәләне кузгатып-күтәреп кенә калмый, аны хәл итү кыйбласында да турыдан-туры башлап йөри. Иң беренчә чиратта, ул модель-программаның нәкъ менә шәхсэн үзенә кагылган кыйбласы өчен җаваплыгын искәртә: «Әлегә программа кадрлар әзерләү проблемасын чишү чараларын да сыйдырыр... Милли кадрлар әзерләүдә бездә беркадәр тәҗрибә тупланды. Шул

тәжірибә жирлегендә Казан дәүләт университетында журналистика факультеты эшли башлады. Анда татар журналистикасы кафедрасы да бар. Факультетта рус теленнән татарчага тәржемә итү буенча махсуслаштыру ачылды. Кафедра студентларны укытуны нигездә татар теленә күчәрә, ана телендә дәреслекләр һәм уку ярдәмлекләре әзерләү, татар журналистикасының тарихын һәм хәзерге проблемаларын өйрәнү эшен жәелдереп жибәрәргә ният итә» [1].

Өлеге факторларны чын-чыннан тормышка ашыру өчен беренче деканыбыз үзе дә бөтен тырышлыгын, көч-куәтен салып эшләде; ниятләрнең байтагы гамәлгә дә ашты. Шул ук вакытта бу ниятләрне башкарырга бүтәннәрне дә жәлеп итүен, аларның сәләтен, мөмкинлекләрен эшкә жигү өчен тырышуын, салган хезмәтләрен гадел бәяләвен дә истә тотарга кирәктер. Бу хакта аның бер тезисына – ул да булса, тәржемәчеләр әзерләү өчен махсус белгечлек булдыру мәсьәләсе – тезисына аерым тукталыйк. Аның бу тезисына карата Тәлгат Миндәбаев мөнәсәбәтен ачыклау кызыклы нәтижеләргә китерә.

Кулымда тарихи дип саналырлык бер документ – КПССның Татарстан өлкә комитеты пропаганда һәм агитация бүлегендә тикшерергә әзерләнгән бер чараның эш планы: «Татариядә тәржемә эшенең хәле һәм аны үстерү юллары турында». Аны бүлекнең ул чагындагы инструкторы Тәлгат Миндәбаев оештырган һәм әзерләп имзалаган булган. Гамәлгә ашырырга дип, Өлкә комитет сәркәтибе аны Казан дәүләт университеты ректоры Александр Коноваловка жибәргән. Ректор аны проректор Миркасым Усмановка һәм факультет деканы Флорид Әгъзәмовка юллаган. Миңа ул Ф.Әгъзәмовның «Старшему преподавателю Низамову И.М. Прошу составить план мероприятий и внести предложения» дигән култамгасы белән 1988 елның 10 маенда тапшырылган.

Бу очраклы документ түгел иде. Аның нигезе партия эшенең планлы чарасы дип аңлатылырга тырышылса да (КПСС Программасында хезмәт ияләрен тәрбияләүдә һәм укытуда тәэсирле чара буларак ана телләрен алга таба үстерү каралган), чынлыкта ул милләт тормышында килеп төртелгән бер төенне тану факты иде. Әлбәттә, мөшкеллек турыдан-туры танылмый – «... бүген икътыйсадый, рухи-идеология эшендә, социаль өлкәләрдә милләтара бәйләнешләрне тагын да жанландыру контекстында сыйфатлы тәржемәнең әһәмияте үскәннән-үсә. Тәржемә бүген икетеллекнең нигезен тәшкил итә, шул ук вакытта мәдәниятнең нигезе булуын да саклый. Безнең шартларда журналист, педагог, ана теле укытучылары, депутатлар, идарә хезмәткәрләре, төрле идарә, эшханәләрнең, учреждениеләрнең хезмәткәрләре тәржемәнең теория һәм гамәли нигезләрен белергә тиеш...», – дип бик дөрөс сүзләр дә әйтелә.

Менә шушындый гомуми тезисларга уңай мисал иттереп, Татарстан китап нәшриятендә елына 100 исемдә китап, брошюраның татарча чыгарылып, шуның яртысы урысчадан һәм башка телләрдән тәржемә эсәрләре булуы күрсәтелә. Янә дә уңай фактор итеп район һәм шәһәр газетларының өч газеттан кала барысы да урысчадан тәржемә ителеп (дуближ) чыгарылуы китерелә.

Шуннан соң гына документның барлыкка килүенең чын сәбәпләре ачыклана башлый – ягъни ижтимагый ихтыяж менә шушылай югары булып та,

республикада тәржемә эшенә әле тиешле игътибар житми икән. Менә фактлар: ижтимагый-сәяси тәржемә белән политологиядән, философия, журналистикадан гына түгел, филологиядән дә ерак торган кешеләр шөгыльләнә. Татарстанда тәржемә эше белән һөнәри-вазыйфаи шөгыльләнүче 200 кешедән берсенең дә махсус белеме юк.

Документта шулай ук көндәлек басмаларда рәсми, директива текстларының тиешле дәрәжәдә булмавы, район, шәһәр матбугатының текстлары тәржемәсенең түбән сыйфатлы булуы, шуның аркасында дубляж басмаларның тиражы кими баруы икъرار ителә. Тәржемә басмаларның, рәсми чыгышларның, күргәзмә агитациянең (төрле өндәмәләр, тантаналы жыелышларга чакыру билетларының да), элмә язу, рекламнарның урысчадан татарчага тәржемәләре кебек үк татарчадан урысчага тәржемәләренең дә (чувашча, удмуртчаларныкы да) оригиналныкына чагыштырганда түбән дәрәжәдә булуы.

Республикада чыга торган урысча газетларга дип эзерләнгән тәржемә текстлары бүгенге татар әдәбиятен, ижтимагый фикерне адекват яктыртырга сәләтле түгел. Урысча газет редакцияләре («Советская Татария», «Вечерняя Казань», «Комсомолец Татарии») татар әдәбите һәм публицистикасы эсәрләренен тәржемәсен бик тә сирәк бастыра.

Эстетик яктан түбән сыйфатлы тәржемә халыкның сөйләм културасына тискәре йогынты ясый, ана теленең аралашу мөмкинлекләрен чикли.

Документта моңарчы республикада тәржемәчеләрне эзерләү, аларның белемен үстерү юнәлешендә эшләнмәве таныла. 1953–1954 елда Казан партия мәктәбендә 12 белгеч укытып чыгарылган икән, алар, үз һөнәренә тугры хезмәт итеп, инде пенсиягә чыккан. Хәзер исә традицияләренең дәвам иттерелүе куркыныч астында дип таныла.

Бу документны эзерләү барышында, Талгат Миңлебаев тәржемә эшенең чын хәленә бик җаваплы карап, бирелеп, төбенә төшеп, борчылып өйрәнгән иде: редакцияләрдә бу һөнәргә бәйле журналистлар белән аралашты, сорашу үткәрде; бу максатта төпле мәгълүмат алу өчен, «Тәржемәче анкетасы» төзеп, аны белгечләрдән тутырып, без дә мәгълүмат бирдек. (Сүз уңаеннан әйтик: автор архивында шул чорның күренекле тәржемәчеләре тутырган «анкеталар» әле дә саклана, аларга да бер күзәтү-анализ ясарбыз әле). Агитация бүлеге үткәргән «Район газеты» программасы буенча социологик тикшеренүдә дә темага махсус тукталынды. КДУда тәржемәчеләрне укыту планын төзүдә Флорид Әгъзамов белән турыдан-туры аралашып эшләнде: кыска вакытлы курсларның тәртип, программасын төзедек, докладчыларны билгеләп, алар белән сөйләштек.

Татарстан китап нәшриятендә ижтимагый-сәяси әдәбият бүлеге мөдире булып эшләгәнгә, Талгат Миңлебаев белән даими аралашып яшәгәнгә күрә, бу чараны эзерләүдә дә, материаллар туплауда да миңа инде турыдан-туры катнашырга туры килгән иде.

Алай гына да түгел, минем алга таба эш урынымның, ижат кыйбламның нык үзгәрүнең сәбәбе дә шушы чаралар булды – аспирантураны тәмамлап, кандидатлык диссертациясә дә яклап, чынлап фән дәрәясына чумарга вакыт житеп,

бу хакта Флорид Әгъзәмов белән дә житди сөйләшкәләгәннән соң, Тәлгат Миндәбаевның менә бу чаралары университетка күчүемне тизләтте: тәржемә эшен җанландыруга юнәлтелгән бурычларның күпчелеген гамәлгә ашыру университетка йөкләнергә тиеш булганга, анда бу эш белән шөгыльләнергә махсус белгеч тәгаенләнергә кирәклегә ачыклангач, мине тәмам үгетләп бетерделәр.

Татар журналистикасы кафедрасында тәржемә белгечлеге ачу планлаштырылды. Бу оештыру, укыту, программа һәм уку әсбаплары тудыру бурычларын эченә алган бөтен бер юнәлеш булырга тиеш иде. Моңа Флорид Әгъзәмов үзе җитәкчелек итте. Миңа да, аның әлеге документны имзалап кушуына ярашлы рәвештә, махсуслашу кыйблаларын билгеләүдә, бу хакта нигезләмәләр эзерләүдә, «Ижтимагый-сәси әдәбиятны урысчадан-татарчага тәржемә итү» программасын эзерләүгә җиң сызганып тотынылды.

Бер үк вакытта Тәлгат Миндәбаев та үз башлангычын гамәлгә ашыру өчен бүтәннәргә кушып кына тынычланмады, җитәкчелек итү белән бергә, үзе дә конкрет чараларга тотынды. Газет, журнал редакцияләрендә эшләүче тәржемәчеләрнең белемен күтәрү курсларын оештырып, беренче Республика киңәшмә-семинарын үткәрдек. Нәзари нигезләрен тәгаенләү, программасын төзү, чыгыш ясаучыларны тәгаенләп, аларга булышу Флорид җитәкчелегендә безнең кафедрага йөкләнгән иде. Семинар, алдан билгеләнгән план нигезендә (1988 елның июлендә) уңышлы үткәрелде.

Озак та үтмәстән, белгечлеккә укыту өчен төп документ – «Тәржемә теориясе һәм практикасы» дигән программа төзелеп, кафедрада расланды. Сүзлекләр төзү, дәрәслек, кулланмалар төзү-язу эше колачлырак алып барыла башлады.

Бу документны һәм аның үтәлеше белән бәйле хәрәкәтне өйрәнгәндә, кызыклы гына, бүген дә әһәмиятле кайбер нәтиҗәләргә киләм, дигән идем. Шуларга тәгаенрәк тукталыйк әле.

Ул чагында җитәкче оешмалар матбугат белән тыгыз элемтәдә иде. Газет-журналда басылган тәнкыйди материалга, фикер, тәкдирнәргә игътибар зур иде. Моңа мисал итеп мин шушы язмабызга турыдан-туры караган бер генә дәлил китерү дә җитәр дип уйлыйм. «Социалистик Татарстан» газетының 1987 елгы 17 май санында минем «Камиллеккә омтылыш (Бүгенге тәржемә мәсьәләләре турында уйлану)» дигән күләмле мәкаләм басылган иде. Игътибарлы тарихчы андагы тезислар белән әлеге документтагы «пунктлар»ның тәңгәллегенә диңгиз итми калмас. Мәкаләнең үзәк эчтәлеген бик кыскача гына баян итик әле, ул чагында борчыган мәсьәләләр бүген дә актуаль икән бит.

Текстта хата китүнең ике төп сәбәбе күзәтелә: беренчесе (мәгънә тәңгәллегенә ирешә алмау) – текстның эчтәлегенә тәмам төшенеп бетмәү, аны нечкә төсмерләренәчә ачыклап бетермәү аркасында китә торган хаталар. Менә нинди очраклар:

– төшенчәгә (сүзтезмә, фразеологизм, сүз) дәрәс мәгънә салынмый. Мәсәлән, изменение, крушение, образование, смена, усиление кебек исемнәрнең башкаругамы, әллә башкарылугамы каравын ачыклап бетермәү аркасында үзгәртү урынына үзгәрү, җимерү урынына җимерелү, барлыкка китерү –

барлыкка килү, алыштыру – алышыну, көчәйтү – көчәю, үстерү – үсү һ.б. һәм киресенчә тәржемә ителә.

Татар теленең активлыкны көчәйтә торган, урыс телендә булмаган шундый чараларын файдаланырга кирәк. Югыйсә, фәлән эшләде диясе урынга фәлән тарафыннан эшләнде дигән пассив форма өстенлек ала бара.

– оригиналдагы төшенчә тәржемәченең күз алдына төгәл китереп бетерелмәү сәбәпле, нәкъ тәңгәл берәмлек табылмый, тәржемәдәге берәмлек йә ким мәгънәле, йә икеле-микеле мәгънәле, йә артык, үзеннән өстәлгән мәгънәле килеп чыга. Ижтимагый төшенчәгә, гадәттә, артык гомуми берәмлек сайлана. Мәсәлән, конкрет төсмерле максатка барып житү төшенчәсе урынына максатка барып ирешү тәгъбире алына.

Шулай да тәржемә төгәлсезлеге күпчелек очракта оригиналдагы төшенчәне төгәл аңлап та аңа тәңгәл берәмлек табылмау аркасында килеп чыга. Аларны форма тәңгәллегенә ирешә алмау кимчелекләре дип атарга мөмкин. Форма дигәндә, өч төп берәмлек күздә тотыла: жөмлә, сүзтезмә, сүз. «Жөмлә һәм тезмә төзелеше урыста да, татарда да бер: жөмләне жөмлэгә, тезмәне тезмәгә турыдан-туры тәржемә итәргә мөмкин», дигән ялгыш караш яши. Ни өчен ялгыш? Бу карашны кабул иткән очракта, формага форма тәржемә итәргә, димәк, сүзгә сүз дә мөмкин дигән хата закончалык чыгару. шуңа таяну куркынычы бар. Кызганычка каршы, без әле дә шул хатадан азат түгел. Механик тәржемәнең зарарлы икәннән беләбез, әмма аны гамәлдән тәмам тамырыннан йолкып ташлый алганыбыз юк. Дөрәс тәржемә мәгънәгә мәгънә тәржемә иткәндә генә мөмкин. Фикер бары тик татарның үз грамматик, лексик формаларына салынырга тиеш.

«Формага форма» чире сүзтезмәләрне тәржемә иткәндә аеруча көчәя. Мәсәлән сүзләрне бәйләү чаралары урысчаныкына суыкларча иярәп алына: кушымча урынына бәйләк (мәсәлән, мөнәсәбәтләрненә алыштырыла урынына мөнәсәбәтләр белән алыштырыла; көрәшенә яңа мөмкинлекләр ачты урынына көрәше өчен яңа мөмкинлекләр ачты) яисә кушымча урынына ярдәмче фигыльләр яисә мөнәсәбәтле сүзләр (мәсәлән чыганагына әйләнде урынына чыганагы булып әверелде).

Механик тәржемә татар теленең фигыль формаларын файдалануны да чикли. Мәсәлән, бездә үткән заман фигыль формасы вакытның төрле төсмерләрен (хәзерге заманны да, хәтта киләчәк заманны да) бирә. Тәржемәдә ул нигездә үткән заманны бирү өчен генә файдаланыла. Мәсәлән, тәкъдим ителгән үзгәрешләр урынына тәкъдим ителүче үзгәрешләр.

«Формага форма» казасы тиндәш кисәкләрне ялгыш тәржемәләүгә дә китерә: тиндәш кушымчалар кабатлана; тиндәш кисәкләрнең барысына да караган ачыклаучы яисә гомумиләштерүче сүз, урысчада иң азактан килгәнә, татарчада ялгыш соңгы кисәккә генә каратыла һ.б.

Механик тәржемәнең кәсәфәте сүз сайлауда аеруча нык сизелә. Сүзгә-сүз тәржемә дип яманаты чыккан булуы да шуннандыр. Шулай булса да инде ижтима-

гый-сәяси текстны аеруча калька басты, алынма берәмлекләр татарча синоним-нарын кысрыклаганнан-кысыклыый барды.

Без күзәткән документта әлегә принципиаль хаталарны төзәтү юллары да тәгаенләнгән иде. Димәк ки, партия аппаратында, ягъни Тәлгат Миңлебаев та үз кул астындагы газетның материалларын жентекле өйрәнгәннәр, җаваплы караганнар. Аннары, тәржемә эшчәнлегенә оештыру юнәлешендәге уңай тәҗрибәсән өйрәнәп, гәмәлгә кертү чаралары да без тәкъдим иткән фикерләргә тәңгәл килә иде. Мин ул елларда Татарстан китап нәшриятендә ижтимагый-сәяси әдәбият редакциясе мәдире булып эшли идек, барлык рәсми, сәяси әдәбият диарлек (идеология) партия классикларының, шул чор житәкчеләренән эсәрләре урысчадан татарчага тәржемә ителәп әзерләнәп басыла иде. Бу җаваплы эшкә нәшриятнең үз тәҗрибәле тәржемәчеләре (Г.Шәрәфетдинев, Н.Ғабитов, И.Беляев, Ф.Хәсәнов, А.Тимергалин, М.Ғалиева, Р.Зиляева һ.б.) белән бергә газет-журналларда эшләүче тәҗрибәле журналист-тәржемәчеләр дә актив катнаша иде (Х.Ғобәйдуллин, В.Зыятдинев, С. Хафизов, Р.Тимергалин, Р.Сәгъдиев һ.б.). Шулар арасында Флорид Әгъзәмов тәржемә эшенә оештыру, фәнни тармакларында актив катнашу белән бергә, үзе үк җаваплы басмаларны тәржемә итүдә катнашкан ижатчы белгеч иде. Нәкъ шул уңьеллыкта аларга В.И.Ленин хезмәтләренә төрле тематик җыелмаларын, КПСС Программасын, Л.И.Брежневнең «Күтәрелгән чирәм», «Кече жир» һ.б. эсәрләрен, аннары инде Татарстан республикасы Декларациясе, Конституциясен һәм башка өр-яңа рәсми документларны тәржемә итеп халыкка житкерергә туры килде. Бу юнәлештәге җаваплы хезмәтләре өчен аларга республика журналистларының Хәсән Ямашев исемендәге премиясе бирелүе җәмәгатьчелектә хуплап кабул ителгән иде.

Әйткәнәмчә, ул чорда – яңа демократик шартларда журналистикага, аерым алганда, тәржемә эшенә куелган яңа таләпләр гадәти тырышлык белән бергә бу төр ижат эшенә һәм фәнни, һәм оештыру эше белән табигый үрәп бару, яңа шартларда яңача эшләнүнең методологик һәм методик нигезләрен булдырырга кирәк иде. Бу юнәлештә КДУның Флорид Әгъзәмов житәкчелек иткән факультетына һәм татар журналистикасы кафедрасына үзенә бер үзәк тәшкил итәргә насыяп булды.

Һәр житди документны тәржемә итү өчен аерым редакциядәме, нәшрият-тәме, кафедрадамы ижади төркем җыелып, текстларга житди анализ ясала, төрле типик кимчелекләр ачыклана, аларның сәбәпләренә фәнни нәтиҗәләр ясала, котылу юллары күрсәтелә. Шул елларда партия аппаратыннан университетка күчеп, журналистика кафедрасы мәдире булып эшли башлаган Тәлгат Миңлебаев бу жанлы ижади мөхиткә үзәннән-үзе кереп китте, чөнки, әйткәнәбезчә, ул әлегә процесс белән якыннан таныш иде.

Тик жанланып киткән бу хәрәкәт тә яңа шул партия-совет бюрократиясе көрчегенә килеп төртелгән булып чыкты: хөкүмәт, партия, җәмәгать оешмалары үзләре үк, тәржемәче хезмәтеннән башка бер көн дә яши алмауларына карамастан, белгечләргә махсус әзерләү-укуту, югары уку йортларына жиберү өчен

кыл да кыймылдатмады, журфак проектлары да матди яктан беркетелмәде. Инде үзгәртеп кору чоры башланып, демократия дигән күп сүз сөйләп, аз эш эшләү заманы килгәч, милләтләрне кайгырту, аларның телләрен саклап, жанландыру ниятләренен тамырын ук корытуга юл тотылганда, бу хакта сүз куертулар мәгънәсез шөгылгә санала башлады... Хәер, бу инде үзенә бер аерым сөйләшү темасы.

Туктале, нигә соң «кысыр хәсрәт» булып үтәлмичә калган хыяллар турындагы шул тарихи вакыйгага, күптәнне бер документка бүген кире кайтып, аерата тәфсилле, жентекле тукталдык? Мондый гына югалтулар, үтәлмәгән ният-теләкләр аз булдымыни бездә!

Шулай да моның сәбәбе әрнеп торган яна яра кебек ап-ачык икән: бүген дә без тәржемә мәсьәләсендә нәкъ менә үткән гасырның сиксәнненче еллары, әлегә документта чагылыш тапкан – үзгәртеп коруларны түземсезлек белән көткән заман халәтендә икәнбез. Бүген дә без шул ук торгынлык, ничаралык, хәрәкәтсезлек хәлендә икәнбез...

Өстәвенә әле кайбер тискәре төсмерләр дә өстәлгән икән. Әйтик, документта дубляж газетларның күп булуы уңай факт дип бәяләнә. Гәрчә нәкъ шул елларда инде партия матбугатының тулаем дубляжга әйләнеп бетүе, ә моның тәржемә газетларның, чыгышларның калыка, штамплар белән тулып, ана теленек лексик составының ярлылануы, төп законнарының үтәлмичә, грамматикасына да зыян китерелүе, аһәңненек тоныкклануы исбатланып, моңа галимнәрнен, журналистларның үзләренек дә, аеруча чын татар укучыларының ризасызлыгы көчәйгәннен-көчәя бара иде.

Ә бит демократия чаткылары кабынып, матбугатның чагыштырмача үзгәреш кичерә башлавы нәкъ менә дубляж газетларыннан котылуда беренче адымнар атлауда чагылды да. Милли үзәкның үсүе, татар теленек дөүләт теле булуы өчен барган көрәшнен берникадәр тәэсире, Декларация, Конституция, Телләр турында законның кабул ителүе нәтижәсендә без дубляж газетлардан котыла башладык. Шулай итеп тәржемәненек сыйфаты яхшыруга юл алынды. Тик болар да алга таба бер генә адым булган икән. Хәзер исә бу каза икеләтә адым белән кире кайтты – бөтен матбугатның (район газетларын гына түгел, хәтта республикакүләм матбугатны да) «Татмедиа»ның күмәк тәржемә штамповкасына буйсындыру тернәкләнә башлаган тәржемәне янә шул дубляжга – колорадо коңгызы корткычлыгына ташлау булды. Халык моны нәкъ шулай дип, ягъни ана теленек язмышына янә тагын бер тапкыр куркынын янавы дип таний да.

Әйе, тәржемә мәсьәләсендә без янә сиксәнненче елларга кайтып төштек. Тик ул еллардагы кебек хәлебездән ризасызлык, ул халәттән котылырга омтылу гына бермә-бер сүлпәнәйгән, әле без телгә алганга охшаган карар, документлар гына юк. Аларны булдырырга, тәржемәненек хәлен үзгәрттергә омтылыш бик тә сүлпән. Мохит бүтән шул. Ни кызганыч, Тәлгатләр, Флоридлар юк шул...

Шулай да тормыш ихтыяжы безгә бүген дә бөтенләй үк өметсезләнмәскә куша. Милләт яшәсен өчен татар теле яшәргә тиеш, телне яшәтүненек көчле

чара-чыганакларының берсе тәржемә дә яшәргә, камилләштерелергә тиеш. Шөкер, күрдек ки, бүген бит бездә, теләк булганда, омтылыш булганда ябышып ятарлык, уңай үзгәрешләр кертәргә нигез булырлык фәнни, фәнни-гамәли кыйбла, тәҗрибә бар. Һәрхәлдә, Тәлгат Миңлебаевның, Флорид Әгъзамовның тәржемә эшчәнлегенә керткән тырышлыгы нәтиҗәләренәң файдасын бүген дә тоеп яшибез. Аларны яна шартларда кабызып-яңартып кына жибәрәргә кирәк. Кыскасы, бу юнәлештә хәлне объектив бәяләү, мөшкөл хәлдән чыгу өчен кыю һәм ышанычлы ыргылыш ясау өчен яшьләргә элгәрләребезнең тәҗрибәсе өлге була алыр иде.

Әдәбият

1. Әгъзамов Ф.И. Татар матбугатының үсеш этаплары // Тонус: Научно-публицистический альманах. Казань, 1996. №1. 90–97 б.

НАСТАВНИК, ОБУЧАВШИЙ НА ЛИЧНОМ ПРИМЕРЕ

И.М. Низамов,

доктор филологических наук, профессор
Казанский (Приволжский) федеральный университет (Россия),
E-mail: nizamil@yandex.ru

Аннотация. В данной статье автор рассматривает особенности публицистической и редакторской деятельности журналиста Ф.Агзамова.

Ключевые слова: Ф.Агзамов, творчество, татарская журналистика
Summary. The author considers peculiarities of publicistic and editorial work of the journalist F. Agzhamov.

Keywords: F. Agzhamov, creativity, Tatar journalism.

ҮЗ ҮРНӘГЕНДӘ ӨЙРӘТҮЧЕ ОСТАЗ

Флорид Имамәхмәт улы Әгъзамов белән без кордашлар идея; ярты гасыр диярлек журналистикада бергә эшләп, якыннан аралашып яшәдек. Ул миннән жиде айга өлкәнрәк иде. Көндәлек яшәештә без моны сизмәсәк тә, гадәт кушканча «абый», энем» дип дәшешмәсәк тә мин бу аерманы тоеп яшәдем. Хәзер уйлым: ул чыннан да бөтен яклап миннән өлкәнрәк, гомер буге миңа абый булган икән. Ә яшьлек мохите әлләни аермалы булмаган үзе – ул Башкортстанның Чакмагыш төбәгендә авылда үсеп, саф татарча шигырь, мәкаләләр яза башлап, аларны шундагы газетта бастырып; урта мәктәпне тәмамлап, күптәнге хыялы Казан университетына укырга кергән; мин – Татарстанның Казан артындагы авылында үсеп шулай ук татар телендә шигырь, мәкаләләр язып, аларны «Яшь сталинчы» газетсында бастырып, аннары

Казан елга техникумында укып, аны тәмамлагач, Флоридның туган илендә, Агыйделдә штурман булып эшли башлап, язуны Уфада татарча чыга торган «Кызыл таң» газетында дәвам иттергәнмен, туган илем белән, анда чыккан газет-журналлар белән дә элемтәне өзмәгәнмен.

Университетны тәмамлагач, Флорид журналист эшенә шундук тотына – Питрәч район газетында. Башка газетларга да өлгәрә. Күрәп белмәсәм дә язмаларын күзәтә башлаганымны хәтерлим. Үзем дә «Кызыл таң» газетына эшкә күчеп, Башкорт университетының татар бүлегендә дә укыдым. Флорид та район газеты чирканчыгында озак булмады; башын калкыта, каләмен чарлый төшкәч, аны «Социалистик Татарстан»га эшкә алдылар. Андагы язмалары инде туган ягы Башкортстанга да, безгә дә таныш була башлады. Аның туган ягына тартылып, мөмкин булган саен кайтырга омтылуы табигыйдер, шул арада ике журналистның очрашуы бер-берсенә кардәш диярлек ике газет белән бәйләнешләрә булуы да бик табигыйдер. Димәк ки, алтмышынчы еллардан ук без аның белән аерылгысыз аралаша башладык, ижади, гаиләи дуслыгыбыз гомер буена сузылып, үрелеп китте. Ул еллардагы бәйләнешебез турында язганым бар иде инде. Әле менә шушы арада гына, архивны барлап утырганда, каләмдәшемнең «Кызыл таң»да басылган язмасын табып алдым. Без аны Флорид эш белән Башкортстанга кайткач, «Социалистик Татарстан»ның чыга башлавына 50 ел тулу уңаеннан сорап алган идек. Язма бүген дә әһәмиятен югалтмаган.

Безнең язмыш охшаш, әлләни аерма юк кебек тоелса да, бар икән! Флорид туган илен-төбәген бик тә яратып, гомер буге туган нигезен сагынып, аңа талпынып яшәсә дә кире кайтып төпләнә алмады. Мина, шөкер, туган илемә, Казанымга кайтып, гомеремне азагынача шунда үткәргә насыйп булды. Бер килсә килә бит ул: мин Шәмси абый Хамматов, Флорид булышлыгы белән Казанга кайтып, «Социалистик Татарстан» газетында төпләнеп, Флорид белән шактый бергә эшләп алгач, Шәмси абый икебезне дә Мәскәүгә укырга жибәрде: аны Ижтимагый фәннәр академиясенә, мине Югары партия мәктәбенә. Башкалада да дәрәскә йөрүдән бигрәк күбрәк архивларда утырып, аралашып яшәдек. Ул тарих фәннәре кандидаты дәрәжәсенә диссертация яклап кайтты. Эшкә дә аны фәнни юнәлештә Казан университетына тәгаенләделәр. Минә Татарстан китап нәшриятенә бүлек мөдире итеп билгеләделәр; кайта кайтышка шул университетның татар теле бүлегенә аспирантурага кердем, журналистика бүлегендә дәрәсләр бирә башладым. Флорид белән тагын да якынаю монның белән генә түгел иде – фәнни темаларыбыз берникадәр аерылса да төп кыйблабыз бер – журналистика эшчәнлегә һәм фәне, бу һөнәргә укыту эше; аннары безне тәржемә эше дә берләштерә иде. Татарстан китап нәшрияте ул елларда тәржемә эшчәнлегенең үзәге иде, классикларның, хөкүмәтнең, партиянең иң житди документ, әсәрләре шушында тәржемә ителеп бастырып чыгарыла иде. Флорид Әгъзамов тәҗрибәле тәржемәче буларак бу җаваплы эшнең үзәгендә торды. Мин исә, сәяси-ижтимагый әдәбият бүлегә мөдире буларак, шул эшчәнлеккә административ җитәкчелек итүче. Тәржемәгә бәйле

проблемалар икебезгә дә кагыла булып чыкты, аны бер үзәктә хәл итү кирәк дигән нәтижәгә килдек — КДУда журналистика факультетында тәржемә кафедрасы ачу нияте туды. Шуны да күздә тотыптыр инде мине университетка күчәргә кодаладылар. Ул вакытка инде мин филология фәннәре кандидаты дәрәжәсенә диссертация яклап, университетта төп курсларны укыта башлаган идем. 1987 елның ноябреннән татар журналистикасы кафедрасында өлкән укытучы сыйфатында (аннары, шунда доцент, профессор вазыйфаларында) турыдан-туры аның мәдире Флорид Әгъзәмов кул астында эшләп киттем. Шуннан инде без Флоридның вафатынача аерылышмадык.

Журналист, жәмәгать эшлеклесе, галим, педагог Флорид Имамәхмәт улы Әгъзәмов киң колачлы, төрле юнәлешле хезмәт кешесе иде. Безне ул бик күп нәрсәгә өйрәтеп калдырды. Аның тарихи йөзен, эшчәнлеген ачыклау-анализлауга багышланган фәнни, гамәли чараларның, эйтик, менә шушындый конференцияләрнең аңа карата төрле темаларны колачлавы табигий хәлдер. Үземә дә моңарчы да хезмәттәшебез, остазыбызның тәржемәи хәлен төрле өлкәдә, төрле юнәлешләрдә ачыкларга, тасвирларга туры килгәнә булды. Галим һәм педагогның төрле юнәлешләрдә эшчәнлеген тирәнтен анализлап, киләчәк буыннарга калдыру юлында бөтен мөмкинлекләрен, шул жөмләдән менә бүгенгедәй фәнни-гамәли чараларны да файдалану әһәмиятле. Бу юнәлештә безгә инде мәгълүм гомуми бәяләмәләренә, ачыкланган мәсьәләләренә кабатламыйча, остазыбызның мул тәҗрибәсенә яна кырларын ачарга, яна мәсьәләләрнең чишелешенә житди әһәмият бирергә кирәк. Шәхсән үзем менә бүгенгә чара турында ишеткәч, аны оештыручыларга ихластан рәхмәт әйтеп, остазыбызның әле яктыртылып бетмәгән якларын күз алдына китерергә тырыштым: бар икән бит әле мөгаллимебезнең бүген барыбызга да кирәкле булып та игътибар биреп житкерелмәгән сыйфатлары! Мәсәлән, аның төп коралыбыз татар телен куллану мәсьәләсенә мөнәсәбәтә, бу кыйблада эшчәнлегә турында тирәнтен уйланырга, үзенә бер система белән фәнни анализ ясарга кирәктер. Бүгенгә чыгышымның темасы да шул.

Килешегез, бу — бүген дә барыбызга да кирәкле, фәнчә әйтсәк, актуаль мәсьәлә. Туган телдә сөйләм оештыру мәсьәләсе татар журналистикасы өчен гомумән дә беркайчан да өзелеп, тукталып тормый торган, табигий бер көнүзәк мәсьәлә булырга тиешлеге бәхәссез булып та бүген исә ул үзенә бер сәяси-иҗтимагий, хәтта милләткүләм, дәүләткүләм проблема булып, татарча әйтсәк «чи төенгә» әйләнеп китте. Хәтта дәүләти титул исемен йөрткән республикада, Конституция белән татар теле дәүләт теле дип рәсмиләштерелгән шартларда шушы канунны үтәп яшәр өчен кешенең туганнан алып (яследән югары уку йортына) гомере буена шул телне өйрәнү, куллану мөмкинлеге, тәртибе булмавы сәер, аптырарлык хәл түгелмени, хәтта милләт исеме белән аталган, хәтта «гуманитар», «филология», «әдәбият», «тел, лингвистика», «мәдәният, культура», «сәнгать», «театр» төшенчәләре белән бәйле урта, югары укыту йортларында да туган тел сәясәте, укыту системасы дәүләти-катгый тәртиптә алып барылмый; бәхәсләр, каршылыклар тынмый, көчәя генә бара. Һәрхәлдә

олуг казанышыбыз – татар теленең дәүләт теле булу фактын халык файласына хезмәт иттерү, телебезнең киләчәгә өметле булсын өчен эшләтергә вакыттыр бит инде.

Киләчәктә бу изге максатка ирешергә чынлап торып алынганда милләтпәрвәр Ф.Әгъзамовның бөтен гомерен биргән тәҗрибәсе нык таяныч була ала. Нинди тәҗрибә турында әйтәбез? Башта бер факторга игътибар итик әле: татар журналистының эшчәнлегә гомер-гомергә өч кыйблалы булды: үзе язды, бүтәннәр язганны төзәтеп-редакцияләп бастырды, тәржемә белән шөгыльләнде. Өч кыйблада да төп коралы – татар теле. Бу бәхәссез хакыйкат Ф.Әгъзамовның тәҗрибәсендә ничек чагыла? Сорауга үзе нигезен салган, озак еллар житәкчелек иткән факультетның кырык еллыгы уңаеннан жәмәгатьчелеккә биргән хисабындагы мондый юллар җавап була ала түгелме: «...Соңгы елларда Республиканың үзәндә дә, аннан читтә дә милли журналистиканың интенсив үсеш алуы татар телендә эшләүче кадрларга кискен ихтыяж тудырды. Шуна күрә дә аларны хәзерләү системасын камилләштерүдә житди адымнар ясарга кирәк булды. Факультетның татар бүлегендә укуының махсус планы төзелде, программалар яңартылды. Журналистика белән бәйлә дисциплиналарны татарча укугуга күчерү төгәлләнеп килә. Татар телен һәм әдәбиятын укуы курсларына сәгатьләр арттырылды, татар халкы тарихын өйрәнүгә махсус курслар тәкъдим ителде; алар – алдыңгы ижтимагый-сәяси карашлар, музыка сәнгате, исламның рухи тәрбиядә әһәмияте һәм башка мәсьәләләргә колачлы. Программалар татар телендә дә бастырыла, уку-укуы ярдәмлекләрен һәм дәреслекләргә дә татарча чыгару планлаштырыла». Хисапта декан шулай ук журналистика фәне буенча башкарыла торган эшләрнең татар теле, тәржемә теориясенә бәйлә булуын, шушы чорда якланган докторлык диссертацияләргә (И.Низамов, В.Гарифуллин) нәкъ менә татар телле матбугат буенча булуын искәртә. Ул шулай ук факультетта 1996 елдан «Тонус» исемендә фәнни-публицистик альманах чыгып килүен дә сөенеп, горурланып белдерә. Чыннан да, аның башлангычында чыга башлаган альманах фәнни дөньяда әһәмиятле яңалык булды. Аның һәр санында «Татар журналистикасы» дигән рубрика астында дистәләргә татарча мәкаләләр басылды. Остасыбызның үзенең хезмәтләре дә еш басыла иде.

Гомуми сүзләр белән «бизәлгән» хисапларны кайсы гына житәкче бирмидер, диярсез. Килешәм, арада хәтта татар теле мохитендә эшләп яшәргә тиешле коллективта да татарча бер сүз белән аралашмаган, татар телен чыннан да дәүләт теле итү өчен кыл да кыймылдатмаган житәкчеләр аз түгел. Тик бу Флоридка берничек тә кагылмый. Аңа карата бөтенхалык фикерләвендә барлыкка килгән «үзе уйнап өйрәтүче тренер» дигән атаклы хакыйкат аның бу эшчәнлегенә дә турыдан-туры карый: ана телендә камил аралашып, язып, чын үрнәк-өлгә күрсәтеп ул татар теленең бөтен яшәшөбездә дәүләт теле була алу мөмкинлеген исбатлады, бу кыйблада киләсе буыннар да ышанычлы атласын өчен юл күрсәтте.

Флорид Имамәхмәт улының бу үрнәк-өлгесенә диккатъ беләнрәк, фәнни нигездә карыйк әле. Гомумән дә бу проблеманы киң масштабта, системага салып күзәтеп –анализлап була. Берничә аспектта өйрәнәргә кирәк тә: 1) ул – татар телендә уйлап, татар телле һәм катнаш телле коллективта аралашып, туган телдә иҗат итүче, ягъни төрледән-төрле сөйләмдә – жанрларда язучы, сөйләүче (безнең шартларда андыйлар аз түгел – журналист, язучы, артист, рәссам, укытучы, табиб, житәкче, чиновник-түрә, депутат, сәүдәгәр, эшмәкәр һ.б.); 2) ул – шушы төр коллективта житәкче вазыйфасын башкаручы (рәсми документларны, эш кәгазьләрен үзе татарча яза, редакцияли, тәржемә итә; бу юнәлештә башкаларга житәкчелек итә: административ һәм фәнни-гамәли чараларны оештыра, алып бара, гомумән эштә, житәкчелектә ана телендә аралашуның (язу, сөйләү) үрнәген күрсәтә; 3) ул – гуманитар һөнәрләре белгечлеге буенча махсус урта һәм югары уку йортларында ана телендә укыту тәҗрибәсе туплаган, студентларга, аспирантларга, диссертация якларга әзерләнүчеләргә ана телендә фәнни житәкче булган белгеч; 4) ул – шушы юнәлештә татарча да публицистик, фәнни-популяр, фәнни хезмәтләр (дәрәслек, уку кулланмасы дәрәжәсендәге) авторы. Шушы төр иҗат әсәрләренә татар теленә таянып фәнни анализ ясаган, рецензияләр язган, дәрәслек, кулланмаларга, диссертацияләргә бәя биргән белгеч; 5) ул – татар журналистикасы нигезләре, тарихы, милли үзенчәлекләре, тәэсир чаралары турында укучылар, студент, аспирантларга, гаммәви аудиториягә фәнни фикерләү методикасы белән әзерләнгән лекцияләрен, дәрәсләрен татарча житкерүче, туган телдә мөғариф, мөғаллимлек юнәлешендә көндәлек эш башкару тәҗрибәсе туплаган, йөзләрчә шәкерт укытып, өйрәтеп чыгарган тәҗрибәле педагог, галим; шушы темага татарча фәнни, фәнни-популяр хезмәтләр язып, шул темага азылган хезмәтләргә бәя биреп, җыелыш-мәҗлесләрдә, фәнни конференцияләрдә, чараларда туган телдә даими чыгышлар ясап, белгечләр хәзерләп калдырган олуг мөғаллим; 6) Ул – гомумән дә, шушы кыйбладагы һәр төр иҗтимагый-сәяси, педагогик-тәрбияви хезмәтнең, татар телен дәүләт теле дәрәжәсенә үстерү юлында башкарыла торган эшчәнлеккә кагылган һәр гамәл турында, аның барышы, хәле турында тирәнтен анализ ясаган, фәнни нигездә бәяләп, иҗтимагый яссылыкта җәмәгәтьчелеккә житкергән, аның игътибарын җәлеп итү, аны хәрәкәткә китерү өчен укыту-тәрбияләү эшчәнлегә алып иҗатчы, мөғаллим, җәмәгәть эшлеклесе, милләтпәрвәр.

Остасыбызның тәҗрибә хәсиятен менә шушы тәртип-система белән барларга тотынсак, кайбер юнәлешләрдәге эшчәнлек сыйфатлары, хезмәтләре берникадәр өйрәнелгәннен ачыкларбыз. Моңарчы үткәрелгән фәнни-гамәли чараларда кайбер нәтиҗәләр дә житкерелде. Тик аларны барлау әлегә житәрлек түгел. Бүгенгә күзәтүләребез бәлки шул житешсезлекне берникадәр капларга ярап куяр:

– остасыбызның аралашуда үзенә шәхси сыйфатларыннан, туган телнең йогынты көченнән файдаланып бүтәннәргә ничек тәэсир итүе турында

хезмәттәшләреннән, шәкертләреннән еш иштергә туры килә. «Осталар остазы» жыентыгында хезмәттәшләрә һәм шәкертләрә М.Мәрдиева, В.Гарифуллин, Л.Пивоварова, Г.Шәрәфетдинев, Р.Сәгъдиев, И.Низамов, Р.Фәттахов, Ф.Садриев, А.Галиева, Р.Галиева, Э.Мозаффарова, З.Хафизова һәм башкалар аның тәэсири сыйфатлары турында фикер уртаклашканнар иде. Башка чыганаclarдан бүтән авторларның да остазга рәхмәт хисләрен күреп, ишетеп торабыз. Менә шушы язманы әзерләп утырганда да газетта («Ватаным Татарстан», 2015, 16 декабрь) күренекле журналист Гөлсинә Хәбибуллинаның саллы язмасын укыдым – укытучы хезмәтенәң әһәмияте турында яза, чын педагогларны тәрбияләү эшендә үрнәк булырлык шәхесләребез барлыгына мисал итеп Флорид Әгъзәмовны да китерә: «...Кечкенә генә аңлашылмаучанлык, берәр проблема булса да һәрчак ярдәм итәчәгенә ышанып, мөрәжәгать иткән ...Флорид абый безне дә исемләп, районлап хәтерли иде. Бездән соң укучылар аркылы сәламнәр әйтүенә, уртаc танышлардан минем хакта, әни хакында сорашуына гажәпләнә идем...». Янә Чаллыдан күренекле журналист Нурия Вилданова журфакта укыганда хәтерләп калган старосталары истәлегенә жыр тапшыруны сорاپ Татарстан радиосына язган хатында Флорид абыйсын да телгә ала, «чын дуслык ул студент елларында, аннан соң портфель дуслыгы», дип әйткән иде, шул сүзләре онытылмый, ди.

Болар бит искергән хатирәләр түгел, бүгенге яшәеш белән бәйлә ихтияждан туган уйланулар, көндәлек кирәкле нәтижәләр.

Журналистның, житәкченәң эшендә туган телдә аралашу дигәндә без күз алдында аның шушы телдә язучы осталыгын, үз мисалында язучыга өйрәтү тәжрибәсен тотабыз. Бу өлкәдә Ф.Әгъзәмовның тәжрибә байлыгы мулдан. Безгә әле өйрәнәсе дә өйрәнәсе. Шәхсән үзем аның язучы остаханәсендә фельетончы һәм тәржемәче «мастер-класс»ларын аерып алып өйрәнү кирәклегенә ышанып, шул яссылыклардагы әсәрләрен махсус өйрәнеп, анализлап, нәтижәләрен укучыларга житкерә алдым. Үзе язган журналист, язучы яхшы белә: бу төр ижтатларга теләсе кем алына алмый, башта ижтимагый-сәяси жанрларның нигез төрләрендә (хәбәри, аналитик, әдәби-публицистик жанрлар) каләм чарларга кирәк. Ф.Әгъзәмов асылда фәнни, фәнни-популяр, фәнни-публицистик сөйләм остасы. Шул ук вакытта ул без әле телгә алган журналистик жанрларның тасвири характердагыларын язган каләмдар. Мәсәлән, бүген студентларга осталык дәрәсәнә күнегү өчен аның остазы Гази Кашшаф турында «Игелекле кеше» дигән тасвирнамәсен анализларга тәкъдим итеп булыр иде. Аның фәнни, фәнни-популяр әсәрләренәң сөйләм үзенчәлекләрен анализлаганнан соң, менә бу сәнгати-публицистик әсәрдәге лексик, грамматик һәм дә синтаксик чараларга диққат итү кирәкледер. «Кем белә, бәлки мин дә бүлек мөдире һәм мөхәррир урынбасары буларак, Гази ага әсәрләренә кыскартып шактый зыян китергәнмендер. Әмма үпкәләп, авыз турсайтып йөрми иде үзе» (185 б.). «...Мөдир вазыйфаларын Гази ага башкара иде. Ул безне якты йөз белән каршы алды.

– Әйдә, әйдә, төкле аягың белән!– дип өстәл артыннан чыгып, жылы итеп күреште» (185 б.). Гади сөйләм чараларының ничек урынлы кулланылуына игътибар иттегезме?

Тәҗрибәле журналистның бу юнәлештәге иҗат алымнарын анализлаганда, методик ярдәм булырлык тәкъдим дә әйтә алабыз икән: ул татарча да публицистик, фәнни-популяр (дәреслек, уку кулланмасы дәрәжәсендәге) фәнни хезмәтләр авторы. Шушы төр иҗат әсәрләренә татар теленә таянып фәнни анализ ясаган, рецензияләр язган, дәреслек, кулланмаларга, диссертацияләргә бая биргән белгеч, дигән идек. Менә хәзер без аның әсәрләрен тел ягыннан баяләгәндә, үзенек үк фәнни тезисларына, киңәшләренә таяна алабыз. Әйдә, кайберләренә тукталып алыыйк. Мәсәлән, Ф.Әгъзамовны фәнни, журналистик даирә жанр нәзариясенә дә өлеш керткән галим дип белә. Ө жанр инде ул сөйләм дигән сүз, ягъни һәр жанрда тел куллану үзенчәлекле. Ф.Әгъзамов журналистика жанрларына карата да моны таний. Яшь хәбәрчеләр өчен чыгарылып, бик озак еллар дәреслек хезмәтен үтәгән «Хәбәрче буласың килсә...» мәжмугасында ул «Отчет» (Хисап) һәм «Интервью» жанрларына махсус билгеләмә бирә, бу жанрларның нәкъ менә милли үзенчәлекләрен ачыклай. Шул жөмләдән, әлбәттә инде, тел куллану үзенчәлекләрен дә искәртә. Әйтик, «интервью язган вакытта әңгәмәченең фикерләү манерасын, сөйләм үзенчәлеген сакларга тырышу бик мөһим», ди (46 б.).

Очерк жанрына карата уйланулары тагын да дәлилдерәк. «Үзәктә – кеше» дигән хезмәтәндә галим очеркның фәнни асылын, эчтәлек хәсиятен төшендереп биргәндә, әлбәттә инде, очеркның асыл билгесе – сәнгати-сурәтилекнең мәжбүри булуын килсә, ә моңа бит иң әүвәле тел чаралары белән генә ирешелә. «Художественные сурәтләр чаралары очерк героеның образын, һәрхәлдә, аның кайбер сыйфатларын тоемлы итеп, жанлы итеп, индивидуаль кабатланмас итеп гәүдәләндерергә, аның эчке дөньясына, уй-хисләре дөньясына тирәнәтән үтеп керергә булыша. Әлбәттә, моннан публицистика чаралары образлы сурәтләр чараларын чит итә икән, автор фикерләрен маңгайга бәрәп, коры итеп сөйләп чыгуга гына кайтып кала икән, дигән тәэсир калмасын. Юк, публицистика теле образлы сурәтләр чараларын да эченә ала, дәрәсрәге, алардан башка йөрәккә үтеп керә, акылны кузгата торган публицистика теле була алмый.» (29 б.).

Нәзари әһәмиятле бу йомгак-тезисын ул күренекле очеркчы Мәрди Рафиков иҗаты мисалында ясада да, бу хактагы уйлануларына башка тәҗрибәле очеркчыларның иҗатына таянып та дәлилле итә: «...һәр әдипнең, һәр публицистның әле үз язучы манерасы, үзе яраткан алымнары була. Әйтик, русның күренекле очеркчыларынан А.Аграновский, Г.Радов публицистик сурәтләр чараларына күбрәк өстенлек бирәләр шикелле. Бездә андыйлар рәтенә Марсель Зарипов, Мәдинә Маликова, Хәмзә Зарипов, Илдар Низамовларны керттергә булыр иде» (32 б.).

Шушы хезмәтәндә үк ул әлеге закончалыгының аерым очеркчыларга карата ничек чагылуын тирән анализ, ышанычлы дәлилләр белән тасвирлап бирә.

Г.Ахунов, М.Зарипов, Ш.Рәкыйпов, Р.Вәлиев, Р.Хисмәтуллин очерклары мисалында шул чор очеркларының сәнгати тасвир чараларын һәм алымнарын ачып бирергә тырыша. Кайбер авторлар барысы да эчтәлек, вакыйга, факт хәл итә диләр, шул төп факторларның ничек, нинди чаралар белән, сүрәт алымнары белән тасвирлавына җитәрлек дикийтә итмиләр. Ф.Әгъзамов эчтәлек белән аны бәян итү чарасының турыдан-туры бәйлә булуын дәлилләр белән исбатлап бирә. «Р.Вәлиев әсәрәннән яшьлек, күтәрәнке рух, юмор, жыр бөркелеп тора. Әсәрнең юморга, жор сүзгә, мазәккә өртәлгән булуын аеруча басым ясап әйтәсем килә. Ялгыз кеше шаян сүзлә була алмый. Шаяртырга коллектив кирәк. Сәламәт булмаган коллективта шулай ук шаяртырга урын юк. Жор сүз өчен, жор кыланыш өчен әйбәт коллектив кирәк, күнәл көрләгә кирәк, яшьлек кирәк» (106 б.).

Минем очеркларны анализлаганда («Илдә мин дә сандугач» җыентыгындагыларны), тәсир чаралары турында сүз алып барганда, детальләрнең үзенчәлекле булуы, контрастлык дигән алымны оста куллану тезисын алга куя. Аңлашыла булса кирәк, бу алымнар, һичшиксез, турыдан-туры сөйләм кору, тел мөмкинлекләрен тоемлау, аларны нечкә белү белән бәйлә. Флоридның минем менә шул кыйбладагы алымнарны үрнәк итеп куясы килгән, күрәсәң.

Сизгәр укучың чамалап алгандыр, остазның әлегә фикерләүләре бер жанр кысаларынан чыгып, тулаем публицистика, әдәбият чикләрен үтәп кердә шикелле. Әйе, ул дәрәс тоемлы: инде әйткәнәбезчә, ул – телебезне сәнгатьнең төрлә тармакларында шул җөмләдән нәфис әдәбиятта куллану нәзариясендә дә үзен сынаган, кирәкле нәтижеләр ясаган галим дә. Моны дәлилләр өчен, бер генә мисалга тукталып алыяк. Кулыбызда Шәмси Хамматовның «Газета һәм әдәбият дуслыгы» басмасы (Казан: Тат.кит.нәшр., 1979). Китапта, исеменнән күрәнгәнчә, «Ватаным Татарстан» газетының (димәк, «Эшчә», «Кызыл Татарстан», «Социалистик Татарстан» газетларының) алтмыш ел бугә әдәбият мәсәләләрен ничек яктыртуы анализлана. Әлбәттә, инде анда ана теле мәсәләләрен дә, аларга турыдан-туры кагылмаса да, искә алынмыйча мөмкин түгел. Ә Флоридның монда нинди катнашы бар, диярсез. Бар икән шул. Әле нинди генә катнашу! Китапта газетның әдәбият өлкәсендә алтмышынчы-житмешенчә еллардагы эшчәнләгә анализлана. Бу чорда газетта әдәбият, сәнгать язмалары өчен баш мөхәррир урынбасары Ф.Әгъзамов җаваплы була. Икенчәдән, китапның махсус редакторы Ф.Әгъзамов икән бит. Димәк ки, тел мәсәләләрендә дә авторның махсус редактор белән фикердәш булуы аңлашыладыр. Шунысы да бар: автордан бераз гына аермалы буларак, тәҗрибәле редактор, фән кешесе дә буларак, гомумиләштерүләргә көчләрәк игътибар итә. Менә газета гәмәлгә ашырган тел сәясәтенә карата китапта ясалган кайбер күзәтү, гомумиләштерү, нәтижеләргә мисаллар: «Шулай итеп, Татарстанның милли телдәгә төп газетасы 1918–1930 елларда хезмәт ияләрен Коммунистлар партиясенә, Совет властена бирелгәнлек рухында, патриотизм идеяләре рухында тәрбияләүдә партиянең актив булышчысы иде» (44 б.); «Г.Кашшаф «Әдәби әсәрләрнең сыйфаты өчен» дип исемләнгән мәкаләсен

китапларның теленә багышлый, К.Нәжми, Б.Сирин, Х.Туфан, М.Сөндекле шигырьләренә туктала. Авторның төп фикере телдә купшылыкка, абстракт төшенчәләргә, баш әйләндергеч ребус жөмлөләргә каршы юнәлтелгән» (64 б.). «... Татар телендә чыккан фронт газеталары белән элемтәдә торылды, махсус сәхифәләр алмашу гадәткә керде» (120 б.). «Кайвакыт редакция летучкаларына язучылар, тәнкыйтьчеләтр дә чакырыла. И.Гази, Г.Бәширов, галимнәр И.Гыйззәтуллин, Х.Курбатов, Б.Мифтахов, Г.Ахунжанов, В.Хаков, К.Сабиров һәм башкаларның газетада әдәбият мәсьәләләренәң яктыртылышы, теле турындагы төпле фикерләре журналистлар өчен бик файдалы булды» (144 б.).

Шөкер, остазыбызның гумумиләштерүләргә мондый сәләте бер ноктага төенләнеп калмаган. Без инде аның аерым жанрлар, аерым сөйләм төрләрендә тел куллануны күзәтү нәтижәләрен телгә алдык. Аларда ижат эшчәнлегә туган тел белән турыдан-туры бәйлә булганга, бу кыйблада аның хезмәтләрен өйрәнүдә без дә өлеш керткәнбез булды. Аерым алганда, без Флорид Әгъзамовның КФУда журналистлар тәрбияләүдә туган тел белән бәйлә курсларны укытуда үзенәң керткән яңалыклары турында, бу юнәлештә ниләр-ниләр башкарганын баян иткәнбез булды. Аннары, инде үзенәң шәхси ижатына килгәндә, без аның юмор-сатира юнәлешендәгә әсәрләренәң сурәт чараларын анализлап, махсус мәкалә яздык. Аннары, галимнең тууына 75 ел тулу уңаеннан оештырылган фәнни-гамәли конференция уңаеннан, без Флорид Әгъзамовның тәржемәчә эшчәнлегендә ана теле белән эш итү үзгәлектәрен анализлап чыгыш ясадык, бу максатта тупланган, бүген дә яшә журналистларга кирәкле материалларны матбугатта, жыентыкта баян иттек.

Шулай да остазыбызның тел белән бәйлә ижат хәзинәсен әле өйрәнәсә дә өйрәнәсә икән. Хәтерләсәгез, Флоридның бала чагынан ук шигырь язуын искәрткән идек. Бу – очраклы түгелдер. Мондый сәләте аның тел тоемлаудагы шәхси үзгәлектенәң гомер буге аерылгысыз булуын да искәртәдер. Телгә, сөйләмгә мөнәсәбәтен ачыкларга теләсәң кешенәң тумыштан, әни сөте белән бирелгән фигыль-холкын истә тотарга кирәк. Аны бик яхшы белгән, гомер буге аралашкан каләмдәше, фикердәше, аралашып яшәгән кеше, берничә хатирә язган Гарәф абый Шәрәфетдинев тә аның ике сыйфатына игътибар итә: бала чагынан ук шигырьләр язуына; ихластан жырлавына. «Ул Салават ариясен сузып жырлый башласамы – сулышсыз калып, дөньяны онытасың. Аның моң тавышы әллә кайлардан ук, бик эчкәргә тирәннән үк агылып чыга. Моңлы тавышына үзгәң бер төсмер, аерым аһәң өстәү өчен, ул, күзләрен яртылаш йомган хәлдә, бөтен йөз чырае белән, көй агышына иягенәң берәз калтырауларын да кушып, хисләнәп-хисләнәп жырлый» (14 б.).

Гарәф абый фикерләвенчә дә мондый сәләтен кеше ана телен нечкә тоемлау, аның аһәңенән сурәт ясый белү осталыгы булганда гына тормышчан итә ала. Аның янә дә бер тормышчан, бүген дә кирәкле фикере: «телнең әһәмиятен аңлау ул милләт өчен хәстәрләнү хисе белән бергә үреләп бара. Ә милләт ул белемсез, матбугатсыз, сәхнәсез, үз телле радио, телевидениесез, һәм инде милли мәктәпсез, югары уку йортсыз була алмый. Әгъзамовның журналистика бүлеген аерым

факультет итеп ачу өчен күпме иза чигеп йөрүен һич онытасыбыз юк. Теләгенә иреште бит әки. Ул студент яшьләр өчен татарча гәзит-басма чыгаруны да башлап йөрүчеләрдән булды. Бу басма «Мәғрифәт» газеты. Баштагы чорында ул университет күләмендә чыгарыла иде...».

Үзбездән дә өстик: ул башта «Ленинчы» исеме белән университет газеты буларак чыкты. Флорид аның баш редакторы иде. Берүк вакытта ул әле кайбер татар газетларының, «Татарстан» журналының редколлегия әгъзасы да иде. Моңы ул дәрәжә саклар өчен түгел, ә бәлки университетта нәзәрияне өйрәткән шәкертләренә гамәли эшләрендә дә булышлык итү өчен эшләде. Аларда үз эсәрләрен бастырып та ул шәкертләренә сабак бирә иде.

Инде шигырьгә әйләнеп кайтсак, аңа ул беркайчан да битараф булмады. Шагыйрьләр ижатына игътибарлы иде. Факультетта укучылар арасында, аны тәмамлап журналист булып эшләүчеләр арасында шагыйрьләренң байтак булуы моңа ышанычлы мисалдыр. Күптән түгел «Мәғрифәт» газетының элекке теркәмәсен күзәткәндә, бер ачыш ясадым: газетның киләчәк язмышы өчен кайгыртып, аның «атасы» газетка, гомумән, әдәбиятыбызга, сәнгатебезгә талантлы яшьләрне жәлеп итү өчен төрле алым, чаралар кулланган: әйтик, яшь талантларны тәкъдим итүдә үзе дә катнашып, ул чагында инде Башкортстанда да, Татарстанда да абруе үсә барган Рим Идиятуллинны да тәкъдим итеп, аның шигырь тупламасына кереш сүз язып, бу шагыйрьгә генә хас үзенчәлектәрен ачып бирә алган.

Менә шушы без санап киткән үзенчәлектә өлкәләрдә сөйләм оештыру нечкәлектәрен оста белгән ижатчы ул тел куллануның гомуми нигезләрен, бүгенге хәлен төпле белергә тиештер. Чыннан да, остазыбыз, инде әйткәнәбезчә, бүгенге яшәбезнең һәр төр ижтимагый-сәяси, педагогик-тәрбияви хезмәтнең, татар телен дәүләт теле дәрәжәсенә үстерү юлында башкарыла торган һәр төр эшчәнлектә кагылган һәр гамәл турында, аның барышы, хәле турында тирәнтен анализлап, фәнни нигездә бәяләп, ижтимагый яссылыкта жәмәгатьчелеккә житкереп, аның игътибарын жәлеп итү, аны хәрәкәткә китерү өчен укыту-тәрбияләү эшчәнлегә алып бару, шушы максатка фәнни, фәнни-популяр хезмәтләр ижат итү, жәмәгати чаралар оештырып, анда чыгышлар ясау, шушы кыйбладагы мәсьәләләрне киң жәмәгатьчелек игътибарына житкереп, аларның актив хәрәкәт итүенә ирешү осталыгына ия булган ижатчы, мөгаллим, жәмәгать эшлеклесе, милләтпәрвәр иде. Соңгы елларда аның фикерләү колачына республикада татар телен куллануның гомуми торышы, аны дәүләт теле итү бурычының үтәлеше; журналистика һәм ана теле мәсьәләләре керде.

ОСОБЕННОСТИ РЕКЛАМЫ ДЛЯ ДЕТЕЙ

Р.Р. Садретдинов,

студент

Казанский (Приволжский) федеральный университет (Россия)

E-mail: awilz@mail.ru

Научный руководитель: кандидат филологических наук, доцент **Л.Р.Сабирова**

Аннотация. Статья посвящена актуальной проблеме – изучению истории детской рекламы и журналистики в татарской печати. Анализируя образцы детской рекламы в газете «Яшь ленинчы» 1925 и 1929 годов, автор показывает тесную связь между журналистикой и рекламной деятельностью. Особое внимание обращается анализу рекламных текстов, выявлению речевых и стилистических особенностей, исследованию экстралингвистических, графических способов передачи и воздействия рекламы в детской печати первой четверти XX века. Автор приходит к выводу, что хотя прошло 90 лет с основания нынешнего журнала «Сабантуй», существенных изменений в этой сфере не произошло.

Ключевые слова: история журналистики, реклама, газета «Яшь ленинчы».

Summary: The article is devoted to the study of the history of children's advertising and journalism in the Tatar press. Analyzing samples of children's advertising in the newspaper «Yash, leninchi» (1925 and 1929 years), the author shows the close connection between journalism and advertising. Special attention is paid to the analysis of advertising texts, identifying linguistic and stylistic features, the study of extra-linguistic, graphical methods of transmission and the impact of advertising in children's press in the first quarter of the twentieth century. The author comes to the conclusion that although it's been 90 years since the founding of the present journal «Sabantuy» significant changes in this area.

Keywords: history of journalism, advertising, the newspaper «Yash, leniency».

БАЛАЛАР РЕКЛАМАСЫ ЭЗЛӘРЕ БУЙЛАП

Үзенәң «Татар рекламы һәм матбугат» хезмәтендә галим, татар рекламын фәнни яктан тикшерүче И.Низамов болай дип белдерә: «Реклам милләтнең үзәң, гореф-гадәте белән бәйлә булганга, аның тәҗрибәсен халыкның үз тарихыннан, беренче чиратта аның язма мирасыннан, аерым алганда, матбугат елъязмаларыннан эزلәү мәслихәттер. Матбугатыбыз тарихы, шул җөмләдән газета-журналларыбыз да шактый тирән өйрәнелгән булса да, кызганыч ки, реклам тарихы, әлеге дә баягы, анарга карата сыйнфый караш хөкем сөргәнә, бер читтә кала бирде» [1, б. 9].

Мин был матбугатта балалар рекламасы тарихын барлау белән шөгыльләндем. Моның өчен «Яшь ленинчы» газетасының 1925 нче, 1929 нчы елгы санның төпләнмәләре сайлап алынды.

Аны барлау ни өчен кирәк? Беренче чиратта хәзер чыгып килә торган балалар матбугатындагы рекламасының үсеш-үзгәрешен билгеләү, анализлау өчен. Икенчедән, алардагы реклама эшчәнлеген яхшырту максатыннан. Дөрөс, без басма матбугат яралганнан чыга башлаган балалар өчен газета-журналларны тикшермәдек. Ә карашыбызны конкрет мисалга, 1924 нче елның октябрендә балалар өчен Мәскәүдә аваз салган «Яшь ленинчы» газетасына юнәлттек. Чөнки бу газета эшчәнлеген «Сабантуй» журналы буларак бүген дә давам итә.

1917 елгы Октябрь революциясе ижтимагый, сәяси, мәдәни тормышның барлык өлкәләренә дә үзгәрешләр алып килә. Базар мөнәсәбәтләре туктатыла, икътисад дәүләт кулына күчә, игъланнарга карата дәүләт монополиясе турындагы указга кул куела. Икенче яктан, узган гасырның 20 нче елларында игълан ителгән яңа икътисади сәясәт бу өлкәне берәз булса да жепшетә. Әмма ныгып килә торган совет матбугатына да үз-үзен мактарга, укучылар табарга кирәк була. Шуңа күрә матбугатта дөнья күргән рекламаның да күпчеле библиографик характерда.

Бүген балалар өчен ижат ителгән рекламаны караганда, аны төрле яклап өйрәнеп була. Әмма беренче планга аның кешегә тәэсир итү үзенчәлеге чыга. Чөнки рекламаның максаты – кешенә хисенә тәэсир итү, өндәү, теге яки бу товарны алырга этәрү. Бу, әлбәттә, катлаулы, эзлекле процесс. Тәэсир башлыча текст аша башкарыла.

«Текст ул – сөйләмне оештыруның төп чарасы, төп нәтижәсе. ... Сөйләм барлыкка килсән өчен аның сәбәп-мотивлары (иясе, адресаты, нияте-максаты, шарты); икенче яктан, корал-чаралары, ягъни тел һәм башка (ым, ишарә, тавыш, тамга, шрифт сурәт һ.б.) чаралар булырга тиеш» [2, б. 45].

Гасыр башы рекламасында сөйләм иясе булып беренче чиратта газета, журналның үзе булуын күрәбез. Алар үзләрен беренче саннарыннан ук хужасын таныштырып, укучыда уңай тәэсир калдырырлык итеп рекламаларга тиеш була. Чор үзенчәлекләрен искә алганда, реклама бирүче балаларга еш кына «Эшче-крестьян балаларына!» дип мөрәжәгать итә. Гомумән, «Яшь ленинчы»да бу категория гражданның мөрәжәгать итүнең үз алымнары бар. Иң еш мөрәжәгать сүзе булып *пионерлар* сүзе тора, аннан соң *эшче-крестьян балалары*, *крестьян балалары* дигән мөрәжәгатьләр. Әмма бу вакытта газета битләрендә гасыр башында кулланылып килгән сабыйлар, балалар сүзләрен инде табып булмый.

Журналистика һәм реклама турында сүз чыкса, «Журналист кеше реклама белән шөгыльләнәргә тиеш түгел», – кебегрәк мөхер сугып, бәхәснә туктаталар. Тел белгече Илдар Низамов алда искәрткән хезмәтендә болай ди: «Реклам максатларын матбугатның теләсә кайсы жанры үти ала һәм моңарчы үтәп килде дә. Моңы коммунистик агитацияләү һәм пропагандалауның

халыклар анына тәэсир итүенң күпчеллек сәясәте мисалында яхшы күрергә була» [3, б. 33].

Журналистиканың барлык жанрлары да реклама хезмәтен үти ала. Бу табигый, чөнки журналистиканың нигезендә мәгълүмат, факт ята. Ул фактларны тел-стиль чараларына төреп бирү – рекламаның тәэсирлеген аттыру коралы ул. Сер түгел, бүген күп редакцияләрдә рекламаны журналистлар үзләре яза. Гасыр башында да шул күренешкә тап булырга мөмкин. Берничә мисалга тукталыйк.

Менә сезгә яңа китап [4]. Биредә реклама максатында журналистиканың хәбәр жанры файдаланыла. Бу жанрның реклама мөмкинлеге зур. Ул яңалыкны беренчеләрдән булып хәбәр итә, оператив, кыска булуы белән аерылып тора. Шушы сыйфатлары аркасында ул укучыга зур тәэсир итү көченә ия.

Биредә төп яңалык булып Г.Мөхтәрнең «Ленин бабай турында» дигән китабы басылып чыгу тора. Автор китапка үзенчә бая бирә, аның актуальлеген ассызыклай. Чөнки моңарчы *«татар балалар әдәбиятында һәр яктан да житешсезлекләр күп булу белән бергә, Ленин бабай хакында бигрәк тә бернәрсә дә»* булмаган. Автор китапның өстенлекләрен санаганда, аның башыннан ахырына кадәр Ленин бабайның рәсемнәре белән бизәлүен, жиңел телдә язылуын атый. Китап кыйммәт тә түгел икән, бары 12 тиен.

«Пионерлар! Менә моңар ни дисез?И. Госманов. Мәскәү» [5]. Реклама текстның баш исеме игътибарны җәлеп итәргә тиеш. Шул ук вакытта, текстның беренче кисәге рекламаның максатын, текстның эчтәлеген ачык белдерүгә хезмәт итә. Баш исемгә гомуми мөрәҗғәгать итү белән беррәттән бар халыкка, укучыларга яки аерым катлам вәкилләренә мөрәҗғәгать итү төрләре бар. Биредә, күргәнебезчә, автор пионерларга мөрәҗғәгать итә. Реклама текстында кулланыла торган экспрессив мөрәҗғәгать сүзләре адресантның игътибарын җәлеп итәләр. Мөрәҗғәгать сүзләр реклама текстның башламында, уртасында, йомгагында бирелергә мөмкин. Биредә дә «пионерлар» сүзе башламда һәм текст ахырында кабатлана.

Текстта автор, товар, бая күрсәтелгән. Барлык уңай яклары санала, ниһаеи пионерлар алырга тиеш дигән сорауларга җавап бирә. Рекламаның кулланучыга тәэсир итү көчен арттыру, товар белән кызыксындыру нияте белән текстларда сыйфатлар еш кулланыла. Реклама текстны укучыларга пропагандалаган товарның шундый ук товардан өстенлеген исбатларга тиеш. Монда исбатлау өчен болай диелә: *«Аннан соң бит, авылда яшьләр аңлырак булган саен балаларга пионер булырга күбрәк ярдәм итәләр. Ә бу журнал авыл яшьләренә сәяси тәрбия бирү, аларның аңын арттыруны үзән бурыч итеп ала»*. Без моны башка реклама мисалларында да күрә һәм күзәтә алабыз.

Әхлак кануннары күзлегеннән караганда, әлеге реклам кагыйдәләренә тупас бозуга мисал була алыр иде. Чөнки ул балаларда тулы булмаганлык комплексын булдыра, мәжбүр итәргә өнди:

«Комсомол абыйларыгызның менә бу ярдәм сорауларына ни җавап бирәсез?»

- Юк, бездән булмый, – дисезме?

(Ул вакытта яшь пионер исемен йөртеп буламы?)

Әллә:

Комсомол абыйларга ярдәмгә без һәрвакытта хәзер! – дисезме?»

Гасыр башында бигрәк тә реклама максатында рецензия жанры эшкә жигелә. Бу, беренчедән, әлеге жанрның мөмкинлекләре белән бәйле. Чөнки биредә автор үзенчә бая бирә, товарны чыннан да алыргамы яки юкмы дигән шик-шөбһәсен бетерү өчен төрле алымнар куллана. Теге яки бу проблемага карашын белдерә, ирекле фикер йөртә. Журналистика белемдә рецензия аналитик жанрлар рәтендә йөри. Ә реклам максатларын үтәүдә аналитик жанрларның мөмкинлекләре чиксез. Реклама укучының психологиясендә яналык турында ишетүдән соң билгеле бер нәтижәгә килүе аерым катлаулы процесс һәм мөһим баскыч ул. Уйлану өчен кешегә ышандырырлык фактлар күбрәк кирәк. Ә бирегә исә алар ишлерәк жәлеп ителә.

Балалар әдәбияты. Гариф Салавиев. [6] Автор безне балалар әдәбияты турында уйланырга чакыра. Проблеманы билгеләп ул балалар әдәбиятында ярлылык сизелә ди. Бу әле татар балалар әдәбияты өчен генә түгел, ә гомуми проблема икән. Әмма авторның максаты – балалар өчен Татар Дәүләт нәшрияты чыгарган китапларның һәр пионер балада булырга тиешлеген исбатлау. Моның өчен автор һәр китапның уңай якларын санап чыга: *«техникасы яхшы, уку өчен күңелле генә, җиңел, аңлаешлы тел белән язылган, эчтә 4 рәсеме бар, бәясә 12 тиен генә яки бары 19 тиен һ.б.»* Автор һәр китап саен шушы ук характеристикаларны кабатлый. Югыйсә, текстны төшенеп укыганда, инде боларның барысы да артыкка китте дип уйлыйсың. Бигрәк тә техникасы яхшы дип кабатлау туендырып жибәрә. Реклама икенче яктан, гади, аңлаешлы, саф татар телендә язылуы белән жәлеп итеп тора.

Без өйрәнә торган «Яшь ленинчы» газетасына әйләнеп кайтсак, 1 яшь тулганчы биредә балалар газетасы булуга карамастан, рәсемнәр бик аз кулланыла. Кечкенә юбилеен бәйрәм иткәннән соң, рәсем, бизәүдән тыш хәтта фотолар да бастырыла башлый. Әмма аларның сыйфаты бик начар. Ә менә 1929 нчы елгы саннарда рәсемнәр һәм һәртөрле плакатлар бик күп. Ә хәзер кайбер реклама үрнәкләренә аерым тукталыйк.

Беренче битнең нәкъ уртасында плакат бастырыла. Плакат астында язу бирелә: *«Һәрбер пионер, мәктәп баласы «Яшь ленинчы»ны укырга тиеш! «Яшь ленинчы»ның тиражы 5000гә җитәргә тиешлеген хәтерәңдә тот!»* [7]. Яки шул ук санның 2 нче бит подвалында кулына «Яшь ленинчы» газетасын тоткан һәм сораулы карашын укучыларга таба юнәлдерелгән кеше төшерелгән рәсем астына язылган: *«Син «Яшь ленинчы» гәзитенә яздыңмы?»*

Бу вакытта да рекламаның бүген дә алып кулланырлык матур үрнәкләре тудырылган, бизәү, рәсемле итү юнәлешендә газетада шактый тәҗрибә туплана. Мәсәлән, уйланып торган малай рәсеме бирелә, астына язу куела: *«Уйла, уйлама Син декабрь аена «Яшь ленинчы»га язылырга тиеш»* [8]. Яки тагын бер

рәсем: юлда кызлар-малайлар төялгән машина җилдәртә. Аста язу: «*Болармы, болар август ае өчен «Яшь ленинчы» яздырырга баралар*» [9].

1929 елгы саннарны караганда, газета сәясәтенең үзгәрүе сизелә. Бу газета битләрендә дә чагылыш таба. Замана рухын чагылдырган плакатлар, лозунглар, кыскасы, социаль реклама дөнья күрә башлый. Мәсәлән, кырда атта сукалаучы бабай сурәтләнә. Аякта – чабата, өстә – мескен киёмнәр. Рәсем астындагы язмада болай диелә: «*Мескен карт уңыш күтәрергә чыккан, имеш. Әй, бабай, әнә трактор белән сукалаучыдан үрнәк алып, колхозга чык инде!*» [10]

Әнисе муенына елап сарылган малай рәсеме. Рәсем асты язмасы: «*Пионер: – Әни, мине Шакир малайлары кыйнады, – ә-ә-ә! Ана: – Нигә әтрәдеңнән аерылып йөрисең, бар тизрәк әтрәдең! Булмаган нәрсәкәй!*» [11] Бу мисалларның барысын да 1929 нчы елгы газета төпләнмәләреннән күзәтергә мөмкин. Аларның барысы да үз чорына җавап итеп ясалган һәм бастырылган. Алда әйтелгән плакатларның, социаль рекламаның тәэсире зур – алар балаларны сыйнфый көрәшкә өнди, бердәмлеккә чакыра.

Әгәр без ул вакыттагы экстралингвистик чараларны тикшерәбез икән, газета дөнья күргән вакыттагы графика мәсьәләләрен дә читләтеп үтә алмыйбыз. Алдан ук билгеләп үткәнчә, 1928 нче елга кадәр барлык төрки газеталар гарәп шрифтендә басыла. Гарәп графикасы үзенең каллиграфик мөмкинлекләре, нәкыш-бизәкләре белән билгеле. Шәмаил, тугра сәнгате нәкъ тә шуның ачык мисалы. Бер уйласаң, биредә ижатка урын түрдән кебек. Әмма «Яшь ленинчы» бу мөмкинлектән файдаланырга ашыкмый. Ул вакытта илдәге идеология һәм график мөмкинлекләр берничек тә ярашмый. Чөнки идеология төгәллек, буйсынучанлык, билгеле бер кысалар сорый. Төрле бизәкләр ясап ижат хөрлеге биргән гарәп шрифте моңа берничек тә туры килми, әлбәттә.

Чор үзенчәлеген ачып бирүдә төгәл контурлы латин графикасы күбрәк туры килә. Безне латин графикасы кертелгәннән соң рекламада экстралингвистик чараларның ничек кулланылуы кызыксындырды. Шрифт мәсьәләсе рекламада экстралингвистик чаралар кулланды чакылыш тапмый. Алдан искәрткәнчә, бары рәсемнәрнең күбәюен һәм социаль рекламаның барлыкка килүен генә күрергә мөмкин.

Чор башында, типографияләрнең график мөмкинлекләре алга киткән дип әйтә алмыйбыз. Аз күләмле реклама игъланнары гына махсус рамкада матурлап, нәкышлап бирелә. Күбесе шрифтны калынайту юлын куллана. Бу да реклама текстларында кирәкле элементларны күзгә ташлана торган иттерү юлы белән эшләнә. Библиографик рекламада рекламалана торган газета-журнал исемнәре еш кына зуррак яки калынарак шрифт белән бирелә.

Мәгълүматны инфографика рәвешендә бирү үрнәкләре дә бар газетада. Болай эшләү укучылар өчен дә, реклама бирүче өчен дә кулай, чөнки мәгълүматны кабул итү күпкә җиңелә.

Башка санда реклама болайрак бизәп бирелә: рамка эчендә йолдыз рәсеме. Аның һәр почмагында «ГАЗУР» нәшрияте чыгара торган газета-журнал исемнәре калын шрифт белән язылган. Аста аңлатма бирелә:

«ГАЗУР» чыгара торган «Кызыл Татарстан», «Крестьян гәзите», «Кызылармеец», «Яшь Ленинчы», «Кызыл интеллигенты», «Чаян» һәм «Авыл яшьләре»

Подписка Чернышевский урамында 21 нче йортта кабул ителә. Декабрь өчен подписка яздыруны хәзердән үк кайгырта башлагыз. [12]

Гасыр башында бүгенге кебек камиллеккә ирешкән техник чаралар булмаса да реклама бирүчеләр кешене кызыксындыра алырлык ысуллар таба белгәннәр. Катлаулы техник мөмкинлекләр сораса да, реклама бирүче үз рекламасын ничек тә аңлаешлы, күзалларлык, мәгълүматны визуаль кабул итү өчен җиңелләштерергә тырышкан. Моның өчен шрифт, төс, калыңлык кебек мөмкинлекләрдән файдаланыла. Ә 1929 елда гомумән дә рекламада рәсемнәр файдалану, аны үтемле итү гәмәлдә актив кулланыла башлый.

Әдәбият

1. Низамов И.М. Татар рекламы һәм матбугат. Казан: Казан ун-ты нәшр., 1997. Б.9
2. Низамов И.М. Күрсәтелгән хезмәт. Б.45
3. Низамов И.М. Күрсәтелгән хезмәт. Б.33
4. Яшь ленинчы. 1925. 18 февр.
5. Яшь ленинчы. 1925. 26 март.
6. Яшь ленинчы. 1929. 15 гыйнв.
7. Яшь ленинчы. 1925. 1 дек.
8. Яшь ленинчы. 1925. 10 ноябрь.
9. Яшь ленинчы. 1929. 23 июль.
10. Яшь ленинчы. 1929. 31 июль.
11. Яшь ленинчы. 1929. 28 июнь.
12. Яшь ленинчы. 1925. 10 ноябрь.

ФЛОРИД АГЗАМОВ – МАСТЕР САТИРЫ

И.Ф. Фаттахов,

Казанский (Приволжский) федеральный университет (Россия)

доцент

E-mail: ilgam.fattakhov@mail.ru

Аннотация: Раскрывается талант Флориды Агзамовой как сатирика. Анализируются его фельетоны и политические памфлеты.

Ключевые слова: Флорид Агзамов, сатира, памфлет, Горбачёв, Ельцин, Гайдар.

Summary: Article reveals Florid Agzamov's talent as a satirist and analyzes his satires and political pamphlets.

Keywords: Florid Agzamov, satire, pamphlet, Gorbachev, Yeltsin, Gaidar.

ФЛОРИД ӘГЪЗАМОВ – САТИРА ОСТАСЫ

Сүземне лирик чигенештән башлыйм. 1992 елның эссе июль ае иде. Казан дәүләт университетының журналистика факультетына укырга керергә дип имтиханнар тапшырып йөргән чак. Ижади имтиханда Мөнжия Борһан кызы Мәрдиева инша яздырды. Аннары Россия тарихыннан сынау бирдек. Август башында икенче уку корпусының 13 нче этажында урнашкан деканатка «собеседование»гә килдек. Бер-бер артлы декан янына керә башладык. Миңа да чират житте. Беренче карашка кырыс кыяфәтле күрүнгән Флорид Әгъзамов, Ислам Әхмәтжанов белән бергәләп абитуриентларны кабул итә икән.

– Илһам, ниңә безгә керергә уйладың? – дип сорады таләпчәнлегә тавышына чыккан Флорид абый.

– Сездә укытуның практика ягы көчле, ә татфакта теоретик белемне тирәнтен бирәләр дип ишеттем.

Сүзгә Ислам Галиәхмәт улы кушылып, рәхәтләнеп көлдереп алды:

– Ундүрт «тавык» арасында бер «этәч» булып йөрерсең, Илһам!

– Уйлап бетер, энем! – диде йомшак тавышы белән Флорид Имамәхмәт улы.

Ләкин мин журфак кызларыннан «куркып», татфакка киттем. Кыска истәлегем шуның белән тәмам.

...Кулымда «Флорид Әгъзамов: осталар остасы» исемле зәңгәрсу, каты тышлы китап. Ул Татарстан Республикасында журналист кадрлар әзерләүгә нигез салучыларның берсе, чирек гасырдан артык Казан университетының журналистика бүлеген житәкләгән күренекле галим, атаклы журналист Флорид Имамәхмәт улы Әгъзамовның тууына 75 ел тулу уңаеннан нәшер ителгән. Аның төзүчесе – Ф.И.Әгъзамовның тугрылыклы шәкерте, давамчысы, филология фәннәре докторы, профессор Васил Заһит улы Гарифуллин.

Бу китапның өченче бүлегенә Флорид Әгъзамов 1990 елларда ижат иткән фельетоннар, памфлетлар кертелгән. Аларның баш исемнәре дә игътибарны жәлеп итә: «И дусларым, дусларым...» (исеме популяр татар жырыннан алынган), «Түгәрәкләнү (монсу фельетон дип атый)», «Талашу», «Кызым, сиңа әйтәм...», «Депутат буласың килсә...», «Адашу», «Ташбакачылык», «Конкретика», «Мөгез чыгару», «Аллергия» һ.б.ш. Чыннан да, журналист үз каләмен сатира өлкәсендә дә уңышлы сынап карады. Ул туксанынчы еллардагы сүз ирегән киң кулланып, шул заманның монафыйкь адәмнәрен – ялганчы түрәләрен, алдакчы депутатларын – кыю тәнкыйть утына тотты.

«И дусларым, дусларым...» памфлетың «Кесәңдә йөз сум булганчы, йөз дустаның булсын» дигән татар халык мәкале белән башлап жибәрә. Ләкин Ельцин заманында бу мәкальнәң дәрәжәсиз шик астына ала. 100 сум акча, ягъни Ельцинның 10 меңе күпләргә төшенә генә керә, ди. Кесәңдә акчаң булса, дуслар тиз табыла дип искәртәргә дә оңытмый автор. Ул шушы урында мәшһүр Тукәевның атаклы фикерен искә төшерә:

«Акча барда, бар да дуст шул, бар да яр.

Акча исе чыкмый торса, бар да яныңнан таяр!» [1, б. 76.]

Шушындый кызыклы, гыйбрәтле башламнан соң Ф. Әгъзамов бик кискен борылыш ясый: сүзе бушлай дуслар турында икән. Кесәсендә суык бер тиене булмаган килеш, дусларым буа буарлык дип гажәпләндерә ул укучыны. «Кемнең генә дуслы түгел мин хәзер!», – дип мактанып та ала әле. Памфлетчының «дуслары» менә кемнәр икән: телевизорда программаны алып баручы, җырчылар, эшқуарлар, сәясәтчеләр... Алар барысы да аңа дуслык дип эндәшә. Әмма алып баручы мөстәкыйльлеген яклаган өчен сайлауда катнашмаган Татарстанны сүгә икән. Үзенә «дус» дип дәшкән өчен барлык җырчыны да яратып булмый, ди. Ялган арагы тәҗдид итүче эшқуарлар да «дус» булалмый, чөнки халыкның кесәсендә жилләр уйнаганын белмиләр. Сәясәтчеләр арасында «дусларым» аеруча күп, дип яза. Сайлау кампаниясендә алар матур катнашып, депутатлар булып китәләр. Андый әрсез, бушлай «дуслар» белән нишләргә белми автор. Ихтыярысыздан җыр сузып жибәрә:

«Искерсәм дә, исерсәм дә,

Иске дусларга ярыйм!» [1, б. 77.]

Әмма яңа дусларның үзе белән нишләрен белә ул. Ярлы-ябагайга төкерәчәк кенә алар, ди.

Шулай итеп, Ф.Әгъзамов антитеза алымын кулланып, иске дусларны яңа «дуслар»га каршы куя. Памфлет ахырында иске дусларны яңаларына алыштырырга ярамый дигән төп нәтиҗәгә килә.

Кабатлаудан төзелгән синтаксик фигураларның киң мөмкинлеген файдалану психологик дәлилләүнең көчкән бермә-бер арттыра, мисал өчен, кулланылган анафора үзенә игътибарны юнәлтә һәм психологик дәлилләүнең укучыга тәэсир итүен көчәйтә:

«Сәясәтчеләр... сәясәтчеләрне инде әйткән дә юк.» [1, б. 76]

Памфлетта үткен сәяси сатирага да уңышлы мисал бар. Ф.Әгъзамов курыкмыйча язган:

«Астына су керә башласа, Илбашы (Россиянең беренче президенты Б.Н.Ельцин күздә тотылган. – И.Ф.) якын дуслыма әверелә. Әйтерсең лә, аның белән пошш аткан, мунча кергән, чәркә тоткан. Күптән түгел генә сайлау кампаниясендә катнашкан депутатлыкка кандидат, ә хәзер инде чын депутат дусларым бөтен илгән таралган. Берничә көн эчендә мине ыштансыз калдырган Гайдар да, 500 көн эчендә илне өр-яңа итәсе Явлинский да, Президент булып калса, мине Монголиягә куачак Жириновский да, 70 елдан артык дәвер әкият дөньясында яшәткән идеология вәкиле Зюганов та, тагын алла кемнәр, алла кемсәләр...» [1, б. 76]

«Түгәрәкләнү» фелъетонын моңсу дип атаган. Ни өчен? Авторның танышы гомере буге йокы бүлмәсе гарнитуры алырга хыялланып үлеп китә. Үлеменең объектив сәбәпләре билгеле: күршәдәге кибеттән булган мебельне алырга акчасы жетми, хезмәт хақының бер өлешен саклык кассасына сала, тора-бара мебель дефицитка әйләнә, танышының блаты юк, ул хатыны эшли торган заводта мебель чиратына баса, инде чират жиктәч кенә Егор Гайдар

бәяләрне бәйдән ычкындыра, саклык кассасында жыелган акчасы яна, өмөтө бөтенләй сүнә, авырый башлый һәм жан тәслим кыла. Гомер буе беръярымлык караватта йоклап жәфаланган ир-ат кушкойка турында хыялланып та, гомеренең азагында хыялы «тормышка ашкан»: үлгәч, беръярымлык караватта берүзе иркенләп ята икән. Хатыны да караватлы калган, барысы да түгәрәкләнгән.

«Талашу» фельетонының исеме дә куркыныч. Пенсионер лаеклы ялга лаекмы? Лаек диярсез. Автор пенсиягә чыккач, тынычлап ял итәрмен дип уйлый. Ләкин ялгыша. Радиоалгычны ачса, борчулы хәбәрләр генә ишетә: сугыш, забастовка, пикет...

Транспортта бушлай йөрү өчен документ алырга собеска барганда трамвайда бер хатын-кызын аягына ялгыш баса. Гафу үтенсә дә, хатын ана кычкыра башлый.

Пенсионерга беркайда да тынычлык юк икән. Трамвайдан төшкәч, юлны аркылы чыкканда, светофорның яшел утына өлгерми. Шоферлар сүгенеп уздылар, ди. Авторның йөрәге тагын бер чәнчеп ала, бу юлы валидолсыз котыла алмый.

Райсобеста да тавыш-талаш. Берсенең ире өчен көнләшеп, ике хатын талаша. Документның тышлыгы бетте, бер атнадан килерсез, дип кире боралар аны.

Пенсионер кәефсез килеш өенә кайта. Әбәд эзерләгәндә, радионы тыңлый: анда татарча талашалар, ә телевизорны кабызса, анда да спектакльдә талашып яталар икән.

«Талашу» фельетоны бик гыйбрәтле, кеше бу фани дөньяга мәңгә яшәргә килдеме дигән риторик сорау куя автор.

«Кызым, сиңа әйтәм...» фельетонында автор акчаны каһәр дип атый, акчаны боз белән чагыштыра, ул бик тиз эреп бетә, ди. Мәктәп укытучыларына ике ай буе хезмәт хакы түләнми икән. Бу хәл өчен, әлбәттә, директор гаепле дип санып укытучы халкы. Фельетонның исеме дә игътибарга лаек, халык мәкален баш исем итеп сайлаган автор.

«Сатира өлкәсендә Ф.Әгъзамовны кабатлау алымының остасы буларак билгеләп үтәргә мөмкин», – дип яза В.З. Гарифуллин [2, б. 11].

«Депутат буласың килсә...» памфлетының темасы бүген дә актуаль яңгырый, чөнки быел көз ГосДумага булачак сайлауны исәпкә алсаң, бигрәк тә. Моның шулай икәнлеген белер өчен памфлетның баш өлешен укып карыйк әле, жәмәгать:

«Рәсәйнең Федераль Советына вә Дәүләт Думасына сайлау кампаниясендә урақ өсте җитеп килә. Депутатлыкка кандидатлар күрсәтү башланды да инде. Татарстанда да сәясәткә мәкиббән киткән адәмнәрнең төн йокылары качкан, имеш. Тавык төшенә тары керә дигәндәй, кайберәүләр черем итеп алган чакларында депутат мөнбәрәндә төкерек чәчә-чәчә, нотык сөйләшәр, имеш. ...» [1, б. 81]

Памфлетның тексти нигездә боерык жөмлэләрдән төзелгән:

«– Коммунистларның тетмәсен тет. ...

– Укның иң очлысын Хасбулатовларга турыла. ...
 – Бүгенге демократлар өлешенә дә көмеш чыгар. ...
 – «Бүленмәс вә бердәм Россия!» дигән лозунг күтәр. ...
 – Баяларне даими күтәрәп торуны яклап чык. ...
 – Американы үтереп макта. ...
 – Бар халыкка алтын таулар вәгъдә ит. ...
 – Бер дәүләт кешесе белән фоторәсемгә төшәргә тырыш. ...
 – Газит-радио вә телевидение тирәсеннән шайтан суына хырысрак бер-
 ике журналист белән эшнәлек урнаштыр. ...

– ... иртәгә үк Президент фиркасына языл. ...» [1, б. 81-82]

Сирәк булса да, биредә шарт жөмлөләр дә очрый:

«Дәгәр дә мәгәр депутат буласың килсә, болай ит: ...

(Төшәлмәсәң, фотомонтаж ясап).

(Рюмка чәкештереп төшә алсаң, бигрәк тә яхшы).

Шушы киңәшләрне әсиренә эжиткереп вә арттырып үтәсәң, депутат мандаты йөз проценты белән кесәмдә, дип сана.» [1, б. 81-82]

Памфлетчы халкыбыз мәкальләрән дә кулланган:

«Тавык төшенә тары керә дигәндәй... (тик әлеге мәкальнең «...ашамаса – тагы керә» дигән икенче өлешен автор төшереп калдырган. – И.Ф.) Киңәшле эш таркалмас, диләр ич. Хәйләсез – дөнъя файдасыз.» [1, б. 81-82].

«Адашу» – сәяси памфлет. Монда да сайлау темасы сурәтләнә. Телевизордан 90 елларда рекламаланган сәяси партияләргә автор характеристика бирә: ЛДПР (Жириновский үз кесәсеннән аракы шешәсенә борынын күрсәтә), «Яблоко» (Явлинский авторның борын төбенә үк китереп хуш ислә алма иснәтә), КПРФ (тешилисе алма белән автор авызы арасына көрәк кадрлә сөяллә кул – эшче-крестьян кулы килеп керә, ягъни товарищ Зюганов кулы), «Выбор» блогы, Россия хатын-кызлары партиясе һ.б.ш. Телевизор экраныннан Россия хатын-кызлары партиясенә сайлау алды бәхәсен карап утырганда, өенә үз хатыны жилләнеп-давылланып кайтып керә дә дөрләп кабынып китә:

«– Син, тинтәк, туймас тамагыңны урыс хатыннары туйдырылар, дип утырасыңмы әллә? Аларның үз тамаклары бар, нинди генәдер әле тамаклары! Күт кашып ятма, бар, әнә базарга чыгып, очсызрак чакта яшелчә-мазар алып кайт, аз булса да, запас әзерләп куйыйк» (1, б. 83).

Бу алым белән автор укучының хисенә тәэсир итү көчен арттыра.

«Ташбакачылык» памфлеты исә үткен сәяси сатирага корылган. Ул Михаил Горбачёвны, Борис Ельцинны нык тәнкыйтыли – саламторханлыкта, хөрәсәнлектә, борыла алмауда, койрыкта сөйрәлүдә, ягъни ташбакачылыкта гаепли.

Памфлетта бик оста рәвештә сынландыру кулланылган:

«Тиздән тәннәргә җылы йөгәрәчәгенә мәмнүн булып, фил белән аю бик тәмләп гәп корып җибәргәннәр, урман хәлләрән энәсеннән җебенә кадр тикшереп чыкканнар: урман хуҗасы постына күз салган яшь арысланның тетмәсен тетеп ташлаганнар, мышкылдык борыны да кибеп эжитмәгән, кая

үрмәләмәкче була диген, нахал! Кичә генә бәбәй тапкан юлбарысның гайбәтен сатканнар: арысланнан микән, әллә ак барстан микән? Куркак яманаты чыккан куюнга да өлеш чыккан: беркөн генә, берәз төшереп алып, төлкене куып йөргән, имеш...» (1, б. 84)

«Ташбакачылык» памфлеты сыныкка сылтау тапкан, коты ботка *житмәс, хет лопни, хет тресни, кояш күрдә – ай алды, нахал, нәгъләт, әкрәнгәрәй, туйдан соң – дөмбергә калуы, йөрәгенә май булып ятты, сүз боткасы кайнату, боткасы пешмәде, майлы калҗа, эт – эткә, эт – койрыкка, астына су керә башлагач, шайтан таягы, ашыккан – ашка пешкән, иртәгесен ишәк кайгырткан, простой смертний, каһәр суккыры кебек фразеологик гыйбарәләргә аеруча бай.*

Шулай итеп, Флорид Әгъзамов 90 еллар татар матбугатында, аерым алганда, «Мәгърифәт» газетасында басылган фельетоннары һәм памфлетлары аша үзен сатира остасы итеп танытты.

Әдәбият

1. Флорид Әгъзамов: осталар остасы / төзүче В.З. Гарифуллин. Казан: Казан ун-ты, 2011. 155 б.

2. Гарифуллин В.З. Каләм көче (Татар журналистларының текст төзү осталыгы): Икенче китап. Казан: Казан ун-ты, 2011. 160 б.

МЕДИАТЕКСТ В ТАТАРОЯЗЫЧНОМ РАДИО

Р.А. Шигабутдинова,

студент

Казанский (Приволжский) федеральный университет (Россия)

E-mail: shigab-regina09@yandex.ru

Научный руководитель: кандидат филологических наук, доцент **Л.Р.Сабирова**

Аннотация. Мы видим мир глазами сотрудников медиаиндустрии, и именно от них зависит то, как аудитория будет воспринимать и интерпретировать важнейшие события в стране и за рубежом. Всестороннее изучение медиатекстов важная и актуальная задача. В данной статье автор остановил свое внимание на специфике медиатекста в татароязычных радиостанциях.

Ключевые слова: медиатекст, радио, татарская журналистика.

Summary : We see the world with the eyes of the employees of the media industry, and it depends on them how the audience will perceive and interpret the major events in the country and abroad. Comprehensive study of media texts is an important and urgent task. In this article the author deals with the specifics of mediatext in the Tatar-speaking radio stations.

Keywords: media, radio, Tatar journalism.

ТАТАР РАДИОСЫНДА МЕДИАТЕКСТ

Татар матбугатындагы медиатекст барлык массакүләм мәгълүмат чараларына карый. Медиатекстны матбугат чарасының һәрбер материалы буларак түгел, ә таррак мәгънәсендә – берничә форматтагы мәгълүмат йортүче чыганаclarның катнаш системасы буларак тулы бер эш итеп карыйк [1].

Материал әзерлэгәндә, журналистлар эфирда яңгыраган текстка карата төгәл, ачык, кыска, кызык, хатасыз төшенчәләрне чагылдырган сыйфатларны исәпкә ала. Бу очракта сөйләм интонациясе мөһим роль уйный.

Радионың мөмкинлекләре чикләнгән булу сәбәпле, озак вакытлы бөртөрлө сөйләм тиз ялыктыра. Шуңа күрә текстның күләмен исәпләп, аны дөресләп, барлык артык сүзләргә алып ташлап, бары тик әһәмиятле булган, аудитория белгәннән тыш, өстәмә төп яңалыкны гына җиткерергә кирәк.

Исемнәргә тулысынча әйтеп бирү, шәхесләрнең вазифаларын яисә һөнәри билгеләнешләргә кыска һәм гомум кабул ителгән формада куллану, кеше әйткән сүзгә «цитата», «цитата китерәм» сүзгә белән һ.б. индә гадәти кагыйдәләрдән санала. Билгеле, ситуациясенә карап, бүгенгә көндә алар еш кына бозыла.

Радиода барлык фонетик элементлар – тавыш, яңгыраган сөйләм, музыка, шау-шу һәм интертавыш – композицион берлектә була, бер-берсенә булышлык итә, тулыландыра.

Күренекле Канада социологы Маршал Макклюэн узган гасырның 60нчы елларында ук медиамәдәният текстын һәрвакыт актуаль бер жөмлә белән әйтеп бирә: *the medium is the message* – канал – ул хәбәр. һәм бу хәбәр характеры кайсы массакүләм мәгълүмат чарасы өчен барлыкка китерелгән булса, шуның техник мөмкинлекләреннән чыгып билгеләнә [1].

Радиога килгәндә, анда махсус төзелгән радиотекстларда яңгыраучы сөйләм һәм музыкаль озатылыш мөмкинлегә киң кулланыла. Үз кысаларында эш итү мөмкинлекләреннән чыгып, монда да медиатекстка урын табылган. Радиоэфир вакытында алып баручы яки әңгәмәдәшнәң сөйләмгә генә түгел, музыка мөмкинлекләргә дә файдаланыла. Мондый ысул бигрәк тә реклам белән бәйлә медиатекстларда чагылыш тапкан.

Радиодагы медиатекстны шартлы рәвештә ике төргә бүлсәргә була:

1. Текст + фон буларак музыка (лат. *txt-background*).

«Тормыш – тамаша», аннан күзләр камаша. «Күңел» җырчы йолдызларга сорау өлгеш, ә син җавабын тыңла (фонда көй; «Күңел» радиосыннан).

2. Текст + юлдашчы музыка (медиатекстта турыдан-туры катнаша (лат. *txt-accompaniment*).

(ир-ат тавышы): Тулы исеме. (фонда – төймәгә баскан тавыш)

(хатын-кыз тавышы): Наил Нахис улы Әзгамов (төймә тавышы)

И.Т.: Туган җире (төймә тавышы)

Х.Т.: Актаныш районы Иске Кормаш авылы.

И.Т.: Туган елы.

Х.Т.: 1975 ел.

И.Т.: Туган көне.

Х.Т.: 2 август.

И.Т.: Яратмаган ризыгы.

Х.Т.: Окрошка. (төймә тавышы ахыр гача дәвам итә, жырлардан өзеңләп китә)» («Күнел» радиосыннан).

Катнашучылар саныннан чыгып, медиатекстларны болай бүлбөз:

1. **Монолог.** Алып баручы яки чакырылган кунак үзе генә сөйли, сөйләмә фонында музыка яңгырый, озынрак паузалар вакытында берәз көчәя. Күбрәк текст төзелешә һәм уку интонациясә йогынты ясый. (*«Татарстан» радиосының «Татарстан дулкынында» программасы*) [2].

2. **Диалог яки полилог.** Студиядә берничә кеше әңгәмә кора. Темасына карап, музыка сайлана, кайбер мизгелләрдә ул бөтенләй басыла. Мондый типтагы эфирлар гадәттә импровизацион рәвештә уза, алар күпкә кызыктырак. (*«Болгар» радиосындагы «Чәк-чәк шоу» һәм «Шәһишә шоу» тапшырулары*) [2].

Медиалингвистика кысаларында яңалыклар, мәгълүмати-аналитик, features һәм рекламаны аерып карау аеруча әһәмиятләр мәгънәгә ия.

Алар хәбәр белән йогынты төшенчәләре арасында түбәндәгечә урнаша:

Яңалыклар – Мәгълүмати-аналитик – Features – Реклама

Татарстан Республикасында иң популяр радиостанцияләр – ул «Татарстан», «Болгар», «Татар радиосы», «Тәртип», «Курай» һәм «Күнел». Бирелгән типологиягә туры китереп, әлеге радиоканаллар мисалында татар радиосындагы медиатекст чагылышын карап китик.

Радио хәбәрләре текстлары ике төр программада тәкъдим ителсә, татар радиосында аның беренче – кыска вакытлы хәбәрләр бүлегә генә эшли. Бу күп булса, биш минутлык, һәр сәгать башында трансляцияләнгән **яңалыклар** белешмәсе. Гадәттә, кыска яңалыклар чыгарылышы бер генә алып баручы тарафыннан укыла һәм яңалык текстыннан тора, тотырыклы схема буенча 5-6 хәбәрдән торган яңалык текстны конкрет радиоканалның шартларыннан чыгып төрләнәргә мөмкин. Барлык татар радиоканалларында соңгы сәгатьтәгә мөһим яңалыкларны житкереп баралар. Бары тик «Болгар» радиосында гына аларны темасы ягыннан төрләр өлкәләргә бүлеләр (сәясәт, спорт һ.б.).

«Бу минутларда Казанда 1 градус салкын. Валюталар курсына килгәндә, доллар 66 сум 6 тиен, евро 74 сум 70 тиен. Артур Фәләхов. Яңалыклар хезмәте». («Болгар» радиосыннан).

Радио һәм телевидениедә **мәгълүмати-аналитик** текстлар фактлар һәм комментарийларны берләштергән тапшыруларда бирелә. Мондый тапшыруларны сәясәтчеләр, эшмәкәрләр, хәрбиләр һәм башка информация процесска катнашучылар дөньяда барган хәл-вакыйгаларга күзәтү, белгечләр комментарийлары, экспертлар фикере белән тәэмин итә. Дөресен әйткәндә, татар радиосында аналитика юк дәрәжәсендә диярлек. Бу, беренчедән, аналитик

фигерләүгә сәләтле кадрлар һәм, аннан яманы, аудиториянен радио аша бирелгән аналитикага ихтияҗы булмауда.

Радиожурналистикадагы мәгълүмати-аналитик тапшыру итеп *«Татар радиосындагы Гөлнәз Сәфәрованың «Туры эфир» авторлык тапшыруын әйтергә була. Бу алып баручы программаларына белгечләрне җәлеп итү ягын карый. Мәсәлән, тапшыруларының берсенә аның кунагы булып юрист, «Куб» юридик агентлык җитәкчесе Марат Хәлимов килгән. Эфир барышында ипотека, фатир приватизацияләү, арендага алу мәсьәләләре күтәрелә.*

Электрон массакуләм мәгълүмат чараларында публицистиканың чикләре бик үк төгәл билгеләнмәгән, ләкин **feature** материалларының формат тотрыклылыгы, тематик бәйләнеше һәм тел экспрессивлыгы саклана. Йогынты ягыннан иң көчле форматның берсе саналса да, татар радиосында әлеге форматтагы барлык тапшыруларның йогынтысы югары дәрәҗәдә түгел. Киресенчә, кайберләре бер тонлы һәм игътибар җәлеп итми.

Мәсәлән, «Тәртип» радиосында күбесенчә татар халык җырлары, сирәк очрый торган язмалар, югалып барган җырлар, халык җәүһәрләре эфирда яңгырый. Алар радио директоры Марат Ибләминовның 10 ел җыйган 7 меңләп җырдан торган архивынан алынган. Ни кызганыч, аларны тәҗдид иткән тапшыруларда бугенге көндә ихтияҗ юк диярлек.

«Болгар» радиосындагы «Уңыш формуласы» тапшыруын да радиостанциянең абруе һәм алып баручыларның тел шомалыгы гына коткара.

Реклама текстларының специфик үзенчәлекләре – ул ачыктан-ачык йогынты ясауга юнәлдерелгәнлегә. Радионың эффектлылыгына ике яклы йогынтылыкта: телдән әйтелгән текст һәм музыкаль яктан бизәлеш алган тавыш тиндәшлегә нәтиҗәсендә ирешергә була.

«Болгар» радиосына 3 ел! 13 март, Филармония залы. Безнекеләр җырлый! (радионың алып баручылары башкаруында җыр өзеҗләре) Безнекеләр сөйли! (Айгөл Хәйруллина башкаруында шигырь өзеге, фонда колакка ятышлы музыка) Безнекеләр шаярта! (Рөстәм Гайзуллин опера тавышын чыгарырга тырышып, мазәк җырлый, фонда тынлык, рок стилдә музыка кушыла) 13 март, Филармония залы. «Болгар» радиосына 3 ел! Билетлар сатуда. («Болгар» радиосыннан).

Реклама-диалог та радио һәм телевидениедә уңышлы кулланыла һәм реклама текстын төзүчеләргә үзләренә оригинальлегә һәм үткен сүзлегендә чикләнмәгән күләмдә мөмкинлекләр ача.

«(Өкрән, хисләр көй уйный) Иңчә тавыш: «Кайчагында ымсындыргыч күккә карыйсың да, хыялларга биреләсең. Син канатлы, син очасың, син тормыштан канәгать! Син – яхшы кәеф патшасы! За-а-амечательны... Күзеңне ачасың да, чынбарлыкка кайтасың...» (тизрәк, шаян музыка кушыла) Иңчә тавыш: «Әмма чынбарлык хәзер шулай ук күңелле! Чөнки «Болгар» радиосында «Шөпшә шоу» радиотамашасы бар. Һәр яхшәмбе кичке 7дән төнгә 12гә кадәр» («Болгар» радиосыннан).

Инглиз-америка жирлегендә барлыкка килгән популяр радио һәм телеформатлар үзгәртеп-кору чорындагы Россиядә уңышлы кулланыла башлаган. Инглиз телемассмедиа форматы базасындагы күп тапшырулар talk-show (ток-шок), quiz (викториналар), phone-in programme (программада телефон), реалити-шоу, confession radio (радио-тәүбә итү) һ.б. Татарстанда да үсеш ала бара [3]. Ә менә сораштырулар һәм тикшеренүләргә караганда, гомумән, бүгенге көндә радио белән телевидениега ихтыяж кимегән, күбрәк газета, инфографика, фотосурәт, интернетка карыйлар [3].

Мәгълүмат технологиясе үсеше перспективаларын һәм республиканың информацион куркынычсызлыгын баяләп, түбәндәге нәтижеләрне ясарга мөмкин:

- татар радиосының ил һәм дөньякүләм каналлардан аермалы төп үзенчәлеге – ул милли төсмер (халык әйтемнәрен, менталитетка хас сөйләм телен куллану һ.б.);

- татар радиосында медиатекст, формасына һәм катнашучыларга карап, икешәр төргә бүленә: форма буенча – текст-background һәм текст-accompaniment, катнашучылар санына карап – монолог һәм диалог/полилог;

- татар радиосында медиатекст үз чагылышын ешрак рекламада һәм туры эфирда барган, яртылаш импровизацион рәвештә барган күнел ачу тапшыруларында таба.

Әдәбият

1. Добросклонская Т.Г. Мы видим мир глазами многочисленной армии сотрудников медиаиндустрии // Журнал «МедиаТренды». Факультет журналистики МГУ им. Ломоносова. №6 (48), 28 ноября, 2014. С.4. URL: [http://www.mediascope.ru/files/MediaTrendi_48%20\(2\).pdf](http://www.mediascope.ru/files/MediaTrendi_48%20(2).pdf)

2. Добросклонская Т.Г. Медиалингвистика: системный подход к изучению СМИ. М. 2008. [Электронный ресурс] URL: <http://www.ffl.msu.ru/research/publications/dobrosklonskaya/dobrosklonskaya-medialingvistika.pdf> (дата обращения: 22.03.2016).

3. Корконосенко С.Г. Социология журналистики: учебное пособие для студентов вузов. М.: Аспект Пресс, 2004. С. 90-108.

СОДЕРЖАНИЕ

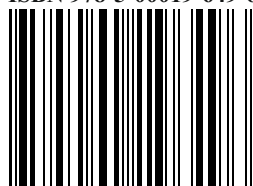
<i>Ратникова Р.А.</i> Школа Агзамова	3
<i>Дорошук Е.С.</i> Гуманизм современной журналистики как предмет изучения: генезис и перспективы	5
<i>Гарифуллин В.З.</i> Проблемы гуманизации медиасферы в научных исследованиях Флорида Агзамова	15
<i>Баканов Р.П.</i> Случаи нарушения этики журналиста в передачах федеральных телеканалов как предмет современной медиакритики	20
ПРОБЛЕМЫ СТАНОВЛЕНИЯ И РАЗВИТИЯ НАЦИОНАЛЬНЫХ МЕДИАСИСТЕМ	34
<i>Барлыбаева С.Х.</i> Развитие медиасистемы Казахстана	34
<i>Батришина Д.Н.</i> Освещение развития национальной культуры и языка Республики Татарстан в региональных СМИ (на примере газет «Республика Татарстан» и «Ватаным Татарстан»)	41
<i>Галиева Р.М.</i> Постановка проблемы в фельетонах Флорида Агзамова	50
<i>Гончарова Т.В.</i> Взаимодействие городской газеты с аудиторией: гуманистические традиции или средство выживания?	54
<i>Зайни Р.Л.</i> Типология журнальной периодики на татарском языке	59
<i>Кейта Кали.</i> Колониализм и неоколониализм в печати Мали: гуманистическая парадигма	69
<i>Костякова Ю.Б.</i> Влияние политического фактора на возникновение массово-информационных пространств Хакасии и Горного Алтая в 1920-1930-е годы	71
<i>Сафиуллина-Аль Анси Р.Р.</i> Богословская проблематика в татарской прессе начала XX века	81
<i>Старкова Г.И.</i> Кузубай Герд и Муса Джалиль: параллели трагических судеб гуманистов XX века	87
<i>Таишева С.Н.</i> Проблемы реформирования системы национальной печати в условиях глобализации информационных процессов	94
<i>Титова В.С.</i> Особенности журналистики Хакасии военных лет (на примере публикаций В.Бабич)	97
<i>Чан Ван Ле.</i> Вьетнамская культура как фактор гуманизации национальных СМИ (2012-2016 гг.)	102
<i>Шемелина О.П.</i> Формирование журналистских традиции в дореволюционной Хакасии (на примере сотрудничества авторов с журналом «Сибирская деревня», г.Красноярск)	104
ГУМАНИТАРНАЯ ПОВЕСТКА ДНЯ СОВРЕМЕННЫХ СМИ	108
<i>Василова А.Ш., Жень Чун.</i> Лингвокультурные особенности фаунонимических фразеологизмов в русском и китайском языках	108

Василова А.Ш., Ли Цинцин. Семья в русской паремиологической картине мира	116
Вакурова Н.В., Московкин Л.И. Итоги года литературы – надежды и разочарования	121
Вакурова Н.В., Московкин Л.И. Импортозамещение праздников	130
Вольф О.А. Внутренний имидж города в период экономических проблем (по материалам прессы)	138
Зверева Е.А., Шахаева Е.В. Приоритетное значение гуманитарной составляющей в российской версии журнала «Esquire»	142
Иовва Н.И. Публицистика как важнейшая составляющая СМИ	150
Крылова Н.В. Медиареальность, медиапространство, система российских СМИ: понятийный аспект	154
Куличкина Ж.В. Медиаобраз композитора в региональной массовой общественно-политической печати на примере пермского композитора Валерия Грунера	157
Наговицина Т.А. Гуманитарная повестка СМИ пенитенциарной системы: теоретический аспект и журналистские практики	163
Никитина Т.Н. Этнокультурные процессы и практики СМИ	169
Пачина А.Н. Языковые средства выражения оскорбления: частотность употребления и границы инвективности (на примере текстов СМИ, представленных в газетном корпусе национального корпуса русского языка)	177
Пекарская И.В., Шпомер Е.А., Шпомер Ю.А. Информационное пространство Республики Хакасия: от речевой агрессии к гуманизации и толерантности языков и культур	186
Писаревская Н.С. Особенности воздействия женских глянцевого журналов на современных читателей	194
Сабирова Л.Р. Экономическая журналистика в Республике Татарстан	199
Соколова И.С. Книга воспоминаний ученого-естествоиспытателя как средство гуманизации естествознания	203
Фомина Д.А. Миссия – быть журналистом: к портрету Ю.П.Щекочихина	208
Хамидуллина П.Н. «Портрет» человека в районной прессе (на примере газеты «Нива»)	212
Хорольский В.В. Гуманизм и дегуманизация в западных СМИ: противоречия объективизма	216
Шахаева Е.В. Профессиональные качества современного журналиста в аспекте гуманизма	219
Шакирова А.Ю. Информационно-культурное пространство в формировании ценностей современной сельской молодежи	223
Шайхитдинов Т.В. Типология текстов трансцендентного общения в Исламе	230
Юзифович В.А. Образное слово в очерке Я.Гуревича «Мать»	239

ГУМАНИЗМ КАК СОДЕРЖАНИЕ ЦИФРОВОЙ КОММУНИКАЦИИ: ВЫЗОВЫ МУЛЬТИМЕДИЙНОГО МИРА	248
<i>Дорошук Е.С.</i> Мультимедийность и культурная безопасность в аспекте гуманизации медиапространства	248
<i>Литвинова Н.В.</i> Интернет-архивы журналистских расследований: опыт становления	252
<i>Вольф О.А.</i> Мобильное приложение как инструмент развития информационного пространства вуза	257
<i>Градюшко А.А.</i> Содержательная и жанровая специфика новостных интернет-порталов Республики Беларусь	262
<i>Кужугет А.Х-К.</i> Вклад интернет-СМИ Республики Тыва в популяризацию и сохранение тувинского языка	269
<i>Симкачева М.В.</i> Социальная проблематика в сетевых СМИ глазами будущих журналистов	271
<i>Старовойтова Т.С.</i> Структурные особенности интернет-представительств медиа РТ (на примере интернет-представительств газеты «Казанские ведомости» и ГТРК «Татарстан»)	286
<i>Чельшева И.В.</i> Аудиовизуальные произведения медиакультуры: телезрители и телеобразы	289
<i>Якунина М.Л.</i> Развитие жанра «открытого письма» в интернет-коммуникации как проявление гуманизации современного мультимедийного мира	296
 ТЕЛЕВИДЕНИЕ И РАДИО: КУЛЬТУРНО-ПРАВСТВЕННЫЕ ОРИЕНТИРЫ	 306
<i>Арсентьева Г.Л.</i> Языковая стилистика регионального радиовещания в рамках речевых тенденций последнего десятилетия	306
<i>Бушков Р.А.</i> В роли Мустафы	311
<i>Галимова Р.Р.</i> Развитие национального интернет-телевидения в Татарстане	317
<i>Ганеева Ф.Г.</i> Знаковая природа слова в телевизионных программах	319
<i>Гуськова С.В.</i> Культурно-просветительский проект «Как стать русским?» на радио «Маяк»: дискуссионный аспект программы	324
<i>Даутова Р.В.</i> Феномен ностальгии на российском телевидении	327
<i>Мясникова М.А.</i> Культура телесмотрения как научная проблема	335
<i>Смирнова К.И., Спирчагова Т.А.</i> Тематика культуры в новостных выпусках телеканалов «ТНВ» и «Эфир»: языковые и стилистические особенности подачи	343
 ТАТАРОЯЗЫЧНОЕ ИНФОРМАЦИОННОЕ ПРОСТРАНСТВО: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ	 349
<i>Галиева Р.М.</i> Гаяз Исхаки и периодическая печать начала XX века	349
<i>Галиева Р.М.</i> Г.Тукай в татарской периодической печати	354

Гусейнова А.А. Языковые и стилистические особенности эссе «Остаз» («Наставник») М.Магдиева	358
Зиганишина С.М. Проблемы образования в журнале «Сююмбике» в начале XX века	365
Назипова Х.С. Воспитание личности как актуальная задача дня	368
Нигматзянова Г.Н. Использование произведений татарской литературы в воспитательной работе в детском саду	373
Низамов И.М. Талгат Минлебаев – переводчик	376
Низамов И.М. Наставник, обучавший на личном примере	385
Садретдинов Р.Р. Особенности рекламы для детей.....	395
Фаттахов И.Ф. Флорид Агзамов – мастер сатиры	400
Шигабутдинова Р.А. Медиа́текст в татароязычном радио	405

ISBN 978-5-00019-649-6



9 785000 196496 >