ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА

в форме дипломной работы

«Авторский стиль в колумнистике»

СОДЕРЖАНИЕ

Введение

1. Роль и способы выражения авторского «я» в колумнистике

1.1 Личность журналиста в системе журналистики

1.1.1 Структура творческой индивидуальности журналиста

1.1.2 Форма выражения творческой индивидуальности журналиста

1.2 Инструменты журналистского творчества

1.2.1 Функции факта

1.2.2 Искусство анализа

1.2.3 Процесс обобщений

1.2.4 Рациональное и эмоциональное в журналистике

1.3 Языковой стиль журналиста

2. Специфика телевизионной колумнистики

2.1 Цели телевизионной «колонки»

2.2 Авторское «я» в телевизионной колумнистике: его место и роль

2.3 Способы выражения авторского «я» в телевизионной колонке

2.4 Качества телевизионной «колонки»

3. Практическое изучение авторских приемов колумнистов

3.1 Наиболее часто используемые Максимом Соколовым приемы

3.2 Наиболее часто используемые Львом Рубинштейном приемы

3.3 Разбор передачи «Однако» и авторского «я» Михаила Леонтьева

3.4 Разбор передачи «Настроение» с Евгением Гришковцом

Заключение

Список использованных источников

Введение

Главной целью данного исследования было определить способы выражения авторского «я», создающего неповторимый стиль колумниста. Под колумнистикой в этом исследовании будет подразумеваться совокупность журналистских материалов, представленных в виде колонок, появляющихся с определенным постоянством в тех или иных СМИ. Проще говоря, это журналистика в колонках. Журналистов, имеющих постоянное место на газетной полосе или в журнале, теперь и по-русски называют, на английский манер, колумнистами — от англ. column (колонка). «Именное» место колумниста обычно связано с определенной тематической областью, рубрикой, например, «экономика», «новые книги», «спорт», «судебная хроника» и т.п. Благодаря постоянному появлению, колумнисты становятся намного более знакомыми читателю, чем эпизодические авторы. Особенно, когда ведут свои рубрики годами. Так, например, колумнист газеты «Нью-Йорк Таймс» (общепринятое сокращение — NYT) Томас Фридман (трижды был награжден Пулицеровской премией) хорошо известен читателям своей газеты. Его мнение уважают. Фридмана читает не только основной круг подписчиков NYT, состоящий, главным образом, из либеральной просвещенной интеллигенции Америки, значительная часть которой — евреи, но и читатели сотен провинциальных газет США и заграничных изданий. Говорят (может быть, сам Фридман говорит), что президент Буш начинает знакомиться с прессой с чтения его колонки.

Колумнистика, являясь ярким проявлением авторской журналистики, представляет собой необычной способ влияния и взаимодействия с аудиторией. Авторское «я» в колонке выражается предельно открыто, создается эффект авторского монолога в задушевной беседе с читателем. И, соответственно, у читателя возникает доверие к изданию. А значит, формируется новое направление, которое, возможно, в будущем станет одним из главных в журналистике. Благодаря наименьшей степени «обезличенности», постоянной публикации, авторскому стилю, выраженному в ней, колонка привлекает внимание аудитории.

Колумнистика - это не далеко отстоящее от журналистики явление, а непосредственный подвид журналистики. Сама по себе колумнистика, являясь ярким примером авторских стилей, не подразумевает определенного жанра. Его выбирает журналист, ведущий колонку (в этом тоже проявляется авторский стиль). Собственно, вся колонка представляет собой плод авторского труда журналиста: начиная от темы колонки и заканчивая знаками препинания.

Колумнистика – теоретически мало изучена, поэтому ее исследование само по себе ново. Авторское «я» в колонке выражается предельно открыто, создается эффект авторского монолога в задушевной беседе с читателем. Благодаря наименьшей степени «обезличенности», постоянной публикации, авторскому стилю, выраженному в ней, колонка привлекает внимание и вызывает доверие аудитории. Предназначение авторского стиля - показать авторскую картину восприятия действительности и, тем самым, воспитать, повлиять на самого читателя. Поэтому исследование способов выражения авторского «я» в колонке может помочь практикующим и начинающим журналистам познавать и применять секреты мастерства ведущих колумнистов.

Чтобы достигнуть этих целей, нужно было решить ряд задач:

1. Изучить уже имеющиеся теоретические материалы, которые разрабатывали различные аспекты, касающиеся проявления авторского «я» журналиста;
2. Изучить роль каждого инструмента колумниста в создании авторского стиля;
3. Проанализировать примеры творчества современных колумнистов;
4. Выявить проблемы, влияющие на выражение авторского «я» в колонке;
5. Выявить основные приемы, используемые современными колумнистами для создания авторского стиля.

Объектом исследования является авторский стиль журналиста как способ выражения авторского «я». Предметом является колумнистика, отражающая проявления авторского стиля. В качестве материала были использованы тексты и передачи современных колумнистов.

Гипотезой данного исследования является мысль о том, что авторский стиль колумниста создается из различного соотношения и использования одних и тех же инструментов разными журналистами.

По ходу практического анализа появилась еще одна небольшая гипотеза: проанализировав объемный текст, возможно выявить не только литературные приемы автора, но и приемы его мышления. Однако большого развития в этой дипломной работе гипотеза не получила.

В теоретической части инструментами колумниста мною названы факт, анализ, обобщения, эмоции и образы. Эти инструменты являются общими для колумнистов, работающих во всех видах СМИ. Особо для колумнистов, работающих на ТВ, мною были выделены дополнительные инструменты такие как имидж, его составляющие, и речь. Хотя на ТВ контакт максимально приближен, но присутствие человека на экране телевизора не сразу вызывает нужный эффект доверия. Для того, чтобы впечатлить и убедить, журналист, он же телеведущий, создает себе определенный образ за счет манеры разговора, своего поведения пред экраном, сопутствующей визуальной информации и ее подачи, и прочего.

Под телевизионной колумнистикой в этом исследовании будет подразумеваться совокупность авторских небольших по объему продуктов телевизионного творчества, которые регулярно появляются на телевидении. Почему выделено такое качество как небольшой временной объем? В большинстве случаев, передачи, длящиеся больше 5 минут предполагают не одного автора, а нескольких, и представляют собой сотворчество нескольких человек. В колумнистике же первым ее признаком является главная роль журналиста, который всегда выходит на первый план. Разумеется, в телевизионной колумнистике без помощи других людей (оператора, например) не обойтись, но их роль в выпуске и создании передачи не является главной.

В теоретической части обозначен важный аспект деятельности современных колумнистов. Особой проблемой, влияющей на проявление авторского «я» и создания собственного стиля колумниста, является зажатость журналиста между чужими интересами. В колонке журналист нередко выражает не свое личное мнение, а взгляд политической партии или определенной группы, к которой он принадлежит. Чистота авторского «я» размывается, на него накладывается посторонний отпечаток и, получается, что журналист и его колонка являются лишь инструментом чьего-то влияния. Яркой иллюстрацией этой проблемы в дипломной работе является исследование творчества Михаила Леонтьева, представляющего в своей колонки взгляды правительства. Ничего провокационного против русского государства Леонтьев не говорит, поддерживая имидж канала и того же государства. Наоборот, многие из его монологов звучат как апологетика российской внешней политики, оправдание или растолковывание «простых истин». Особенно это касается передач, посвященных проблеме войны с Грузией.

В практической части были исследованы приемы современных колумнистов, создавших свой стиль. Среди них мною были выбраны Максим Соколов, Лев Рубинштейн, Михаил Леонтьев и Евгений Гришковец. В этой части особенность моего исследования заключается в том, что представлены стили не только деловых журналистов (Соколова в печати, Леонтьева на ТВ), но и журналистов-писателей (Рубинштейна в печати, Гришковца на ТВ).

Глава 1.Роль и способы выражения авторского «я» в колумнистике

1.1 Личность журналиста в системе журналистики

1.1.1 Структура творческой индивидуальности журналиста

Творческая индивидуальность журналиста есть особое качество личности, которое она приобретает и выявляет в конкретном виде данной деятельности. Способности и другие свойства личности выступают при таком подходе как заданные условия формирования творческой индивидуальности, условия, определяющие формы, способы и динамику этого процесса. Формируя в себе творческую индивидуальность, личность «использует» свои природные качества в целях успешного выполнения деятельности[1].

Творческая индивидуальность обладает собственной структурой, то есть совокупностью функциональных элементов и их отношений, необходимых и достаточных для достижения поставленных целей.

Из каких же элементов она складывается?

Любому действию человека должно предшествовать образование двух психологических феноменов, имеющих сложную структуру и отражающих все затрагиваемые данным действием или его результатом стороны индивидуального сознания. Одним из этих феноменов является способность действовать, а другим – готовность действовать[2]. В способность действовать входят знания о том, как нужно действовать, и умения эти знания применять.

Готовность к любому действию предполагает желание действовать соответствующим образом и отсутствие противоположных желаний или их значительно меньшее влияние. А желание действовать выступает основной формой проявления активности человека, опосредованной его личными убеждениями.

Таким образом, необходимыми и достаточными для достижения поставленной цели компонентами творческой индивидуальности являются знания, умения и желания журналиста. Естественно, у разных журналистов содержательное наполнение этих блоков может быть чрезвычайно разным, но в структурном смысле обязательны все три. Именно в этих компонентах сливаются и преобразуются как психологически-интеллектуальные, эмоциональные и волевые качества человека, так и требования журналистики как вида деятельности.

Рассмотрим эти компоненты несколько подробнее.

В системе знаний журналиста должны гармонично сочетаться общекультурные и профессиональные, а также теоретические и эмпирические знания.

Следующая подсистема творческой индивидуальности – умения – исследована значительно хуже, чем рассмотренная выше.

Совокупность всех следов прошлых взаимодействий, используемых для оптимального осуществления журналистской деятельности, и имеет смысл назвать опытом. Опыт журналиста состоит из образов реальной действительности (содержательный опыт) и из устоявшихся, отложившихся в памяти способов совершения действий по ее преобразованию (операционный опыт). Эти способы совершения действий различаются по степени их усвоенности и закрепляются в привычках, навыках и умениях.

Под навыком понимается такое и овладевание способами деятельности, которое позволяет журналисту хорошо ориентироваться в знакомых ситуациях и быстро и сознательно находить соответствующие данному типу взаимодействия решение или способ деятельности.

Привычка – это автоматизированная деятельностная реакция журналиста на знакомую ситуацию. Без критического к ней отношения привычка может сделать журналиста рабом определенных схем деятельности.

Умение – это наиболее универсальная характеристика журналистского опыта, предполагающая ориентацию, как в знакомых, так и в незнакомых ситуациях. То есть умение означает не только использование уже усвоенных знаний, привычек, но и самостоятельный творческий подход к решению новых задач. Умения журналиста можно дифференцировать в соответствии с типами творческих процессов (сбор информации, ее интерпретация и изложение).

Желание есть особая форма выявления в сознания человека какой-то потребности. Именно в потребностях скрыты «энергетические кладовые» личности, определяющие силу ее влечений и страстей. Эти объективные потребности вне зависимости от того, правильно или неправильно они осознаются, выступают действительными двигателями индивидуальной журналистской деятельности.

Пройдя через внутренний мир журналиста, потребности могут выявить себя в сознании человека в форме мотивов, предопределяющих различную степень активности по отношению к объекту деятельности – реальной действительности, объекту воздействия – аудитории и к самой журналистской деятельности. Можно выделить три основных степени интенсивности мотива: интерес, желание, страсть. Они достаточно сильно отличаются друг от друга по степени воздействия на поведение человека. Интерес является просто осознанной потребностью, желание выявляет себя как активно-волевое сознательное отношение человека к предмету, способном удовлетворить потребность, а «страсть – это энергично стремящаяся к своему предмету сущностная сила человека», то есть высшая форма концентрации всех сущностных сил личности.

В любом виде творчества и, разумеется, в журналистике, эффективность деятельности в значительной степени опосредуется личным пристрастным, а точнее, страстным отношение к предмету деятельности. Поэтому одним из необходимых журналистских качеств является умение перевести поставленную задачу в личностно значимую, найти в любом редакционном задании, каким бы неинтересным оно ни казалось, такие повороты, которые вызовут заинтересованность журналиста, включат в действие такой могучий побудительный фактор, как желание разобраться в ситуации, добиться справедливости и т.п. [1]

Журналиста-профессионала характеризует весьма разветвленная мотивационная сфера, в которую входят как желание достичь своими действиями определенных социальных эффектов, так и стремление к выражению самого себя в этой деятельности. В силу того, что любое творчество представляет собой процесс, в ходе которого человек, достигая каких-то целей, одновременно реализует самого себя, разворачивает свои сущностные силы, журналистика выступает для журналиста не только инструментом воздействия на реальную действительность, но и способом его существования как личности, таким способом, который приносит ему удовлетворение. Эффективность журналистской деятельности во многом зависит от того, насколько прочно слились в сознании журналиста желание достичь определенных целей с помощью журналистского воздействия и желание творчески проявить себя в этом виде деятельности.

1.1.2 Форма выражения творческой индивидуальности журналиста

Таким образом, если сущностью творческой индивидуальности журналиста считать совокупность присущих ему знаний, умений и желаний, позволяющих эффективно трудиться в избранной сфере, требующей постоянного обновления средств, форм и методов достижения целей, то возникает вопрос – в каких формах проявляется эта сущность?

Анализ показывает, что есть две таких формы: индивидуальный стиль деятельности и образ автора.

Индивидуальный стиль деятельности по своему содержанию является личностным, опосредованным системой знаний, умений и желаний журналиста проявлением объективных закономерностей, регулирующих журналистскую деятельность. Характеризуя понятие «индивидуальный стиль деятельности»,которое еще не получила категориального статуса в теории журналистики и требует дополнительных объяснений, следует указать, что оно обозначает не только специфические, характерные для того или иного журналиста особенности выполнения общепринятых действий, но и всю совокупность нормативного знания – принципов, норм и правил – предопределяющего взаимодействия журналиста с реальной действительностью, издателем, аудиторией и т.д. И хотя в различных индивидуальных стилях есть немало общего, каждый индивидуальный стиль представляет собой уникальную систему, которую характеризует нормативность, системность и историчность. Первый признак фиксирует то положение, что индивидуальный стиль является совокупностью методологических и методических предписаний, которыми журналист руководствуется в своей деятельности, второй – что различные положения, требования, рекомендации и предписания, входящие в эту совокупность, взаимоувязаны; третий – что эта совокупность возникает и развивается во времени.

Кроме того, характерными признаками индивидуального стиля деятельности можно считать следующие:

1. устойчивость системы используемых приемов и способов деятельности;
2. обусловленность этой системы определенными личными качествами;
3. эффективность данной системы как средства приспособления человека к объективным требованиям.

Индивидуальный стиль деятельности формируется в результате взаимной «притирки» индивида и журналистской деятельности, которая предъявляет к нему вполне определенные требования.

Отмечая существование объективных требований к журналисту, следует помнить о то, что окончательно комплекс этих требований определяется в процессе взаимодействия конкретного человека с конкретной разновидностью журналистского труда. Поэтому невозможно указать требования к «человеку вообще», то есть окончательное формулирование этих требований возможно только при условии определения стойкой индивидуальности конкретного человека, к которой предполагается предъявить те или иные требования.

Мнение, согласно которому профессия журналиста требует какого-то единственного, наиболее удачно приспособленного типа личности, не учитывает высокой пластичности человека, позволяющей ему компенсировать недостающие качества и свойства другими, имеющимися в его структуре. Психологи давно уже отметили, что «… в основе успешного выполнения всякой деятельности могут лежать чрезвычайно разнообразные сочетания способностей» [3].

Все это говорит о том, что единственного, лучшего стиля деятельности, как и единственного, оптимально приспособленного человека, по-видимому, не существует. Поэтому наряду с попытками выработать общую модель процесса журналистского творчества, следует обратить внимание на реально существующие разные типы творческих процессов и их зависимость от структуры личности журналиста. Научное исследование и обобщение индивидуальных стилей деятельности позволило бы предложить журналисту-практику, как начинающему, так и опытному, оптимальные именно для него способы и приемы деятельности.

Индивидуальный стиль деятельности выявляет себя на текстовом уровне в оригинальной творческой манере, то есть в тех устойчивых идейно-содержательных, композиционных и лексико-стилистических особенностях произведений, которые позволяют читателю идентифицировать различные тексты данного автора, дают аудитории основание для определения журналиста как творческой индивидуальности.

Именно на этом аспекте – творческой манере – акцентируют свое внимание большинство исследователей, вероятно, потому, что он легче поддается анализу и представлен ученому в наиболее объективных формах. Но, несмотря на важность этого аспекта рассмотрения творческой индивидуальности, он все же является производным. Творческая манера журналиста зависит от очень многих факторов, в частности, от аудитории и типа издания.

Можно предположить, что творческая индивидуальность управляет своей манерой, меняя ее в зависимости от типа информационного потока, типа издания и других факторов. Следует учесть также и то, что в текст, как правило, вносятся различные поправки и изменения различными людьми. Именно в социальном эффекте как конечном результате деятельности – в типе и характере изменений, происходящих в самой действительности или в сознании аудитории, - журналист полностью выявляет свою творческую индивидуальность.

Очевидно, что творческий процесс журналиста во всех его проявлениях и на всех этапах, а стало быть и его творческая манера запрограммированы в определенной степени ориентацией на тот или иной тип социального эффекта.

Ориентация на аудиторию предопределяет тяготение к активному использованию художественно-публицистических средств воздействия. Ориентация на организационный эффект стимулирует повышенный интерес к тем сферам действительности, которые требуют немедленного вмешательства.

Другой формой существования творческой индивидуальности является так называемый «образ автора». Эта категория тщательно разработана в литературоведении; в различных аспектах рассматривалась она и в теории журналистики, поэтому я коснусь здесь лишь некоторых моментов. Прежде всего следует отметить, что образ автора – это не вся личность журналиста, а лишь какой-то ее срез, аспект, уровень отражения. В первую очередь в этом образе выделяются интеллектуальные, душевные качества. И вместе с тем, случаи, когда слово расходится с делом, когда журналист пишет одно, а думает и ведет себя по-другому, свидетельствуют о нормативности образа автора, его нетождественности личности журналиста. В сущности, образ автора выступает для читателя как образ-эталон.

Говоря о влиянии образа автора, следует видеть и другую сторону этого процесса. Речь идет о том, что в тексте, а через него и в сознании аудитории отпечатываются нет только интеллектуальные и душевные качества автора. Читатель, осознанно или чаще неосознанно, воспринимает ту систему знаний, умений и желаний, которая является содержанием творческой индивидуальности данного журналист. Передача этих компонентов осуществляется посредством использования определенных аргументов, специфической логикой рассуждений и др. Происходит своеобразное «наложение» творческой индивидуальности журналиста на сознание и стиль мышления читателей. В силу этого современные средства массовой информации, обладающие огромной мощью, могут, при определенных условиях, стать фактором стандартизации сознания и мышления многомиллионных масс.

Функции «образа автора» не исчерпываются воспитательным воздействием на читателя. Эта форма выявления творческой индивидуальности журналиста играет важную конструктивную роль в структуре публицистического текста. Именно образ автора зачастую связывает воедино разнородные элементы произведения. Кроме того, образ автора (выраженный ли в форме непосредственных заявлений –«я видел…», «я слышал…», «я подумал…» и т.п., или же «растворенный» в системе рассуждений» является мощным катализатором восприятия заложенной в тексте информации, поскольку создает ситуацию диалога. Читатель, реконструируя способы мышления, чувствования, оценки явлений действительности, характерные для данного автора, как бы вступает с ним в спор, проверяя в этом споре собственные и способы мышления, чувствования, критерии оценки. Внешнее восприятие перерастает во внутреннее, обогащая личность читателя.

1.2 Инструменты журналистского творчества

В этой главе речь пойдет не об авторских приемах журналистов, но о некоторых составляющих, без которых не могут быть воплощены эти приемы. Речь пойдет об использовании фактов, обобщений, анализа, рационального и эмоционального в журналистском произведении (в контексте исследуемой темы – в материале, представленном в колонке).

1.2.1 Функции факта

Термин «факт» указывает несколько значений. В одних случаях о указывает на достоверность события, в других – под ним понимается событие. Еще различают такое значение термина: «Статистическое резюме ряда непосредственных эмпирических данных, полученных в эксперименте». Итак, применительно к публицистике под фактом надо понимать информацию, сообщение об отдельном событии, о том, что произошло вчера или ранее, но имело место однажды.

Факты в публицистике имеют различные функции, по-разному используются. Скажем, факт может определить смысл, цель выступления. Иногда на нем строится весь материал. Дело в том, что убеждать читателя, укреплять правильное понимание им явления жизни можно различными средствами. Но во всех случаях большое значение имеют факты, доказывающие истинность высказывания журналиста.

Часто факты подбирают по тем или иным темам, проблемам. Такая организация их имеет свой смысл: внимание читателей концентрируется на определенном явлении жизни. Когда же материал дается вне единой темы, создается разнообразие выступлений[4].

Нередко факты используют в сочетании с фотоматериалом. Речь идет не о текстовках к фотографиям, а фотоинформации, которая в сочетании с текстовым сообщением придает особое качество публикации, повышая уровень ее достоверности, убедительности.

Таким образом, существует ряд способов использования фактов и данных в газете, позволяющих каждый раз добиваться высокой эффективности выступления.

Факт получает то или иное звучание в зависимости от позиции автора, от того, как он относится к событию, к ситуации, которые представляет читателю. Позиция автора включает в себя ряд элементов. Главнейший из них – общественный, политический прицел, точка зрения, с которой пишущий смотрит на факты действительности.

Итак, очень большое значение имеет точка зрения, ее объективность и зрелость.

Весьма важное условие правильной оценки факта – деловая компетентность, знание предмета, того, о чем пишешь. Чтобы заметить новое явление в технике, в методах работы, в нравственном воспитании, необходимо знать соответствующую область практики и теории. Это элементарное требование к автору.

Когда в произведении используется группа фактов, комплекс материалов фактического характера, естественно возникает необходимость в их правильной классификации, чтобы установить, дает ли фактический материал общую картину процесса.

Мы не всегда до конца используем возможности представить факт во всей полноте его значения, во всей его специфичности. Возникает штамп, он и становится психологическим барьером восприятия читателя. Штамп – это выраженная в литературной форме схематичность мысли. Корень порочности такой литературной формы – в поверхностности, неконкретности содержания. Штамп есть мышление готовыми фразами, ведущее к обеднению языка.

Существенная причина рождения штампа – раскрытие в поведении людей, в ситуации только типического и игнорирование индивидуального, своеобразного, неповторимого, характерного для данного человека, для данного дела. И когда мы изо дня в день возвращаемся к определенным темам, повторяем общие для тысяч людей и ситуаций признаки и при этом обходим своеобразное, личностное, мы ослабляем интерес читателя к выступлению. Между тем следует в каждом факте находить не только то общее, что определяет его типический признак, но и то, что отличает данный факт от множества других. Тогда своеобразное усилит впечатление от факта в целом[4].

В ходе развития темы произведения факты вступают в связь друг с другом, и с общими положениями, и с данными, выраженными цифрами и другими средствами. Но эти связи не однозначны. Существуют две группы их. Первую назовем логико-событийными связями. Вторая группа – ассоциативные связи. В больших материалах (статьях, рецензиях), в художественно-публицистических выступлениях (очерке, фельетоне), часто в корреспонденциях функции фактов усложняются. В одних случаях факты играют роль иллюстраций, когда позволяют убедительно аргументировать суждения автора, в других – дают возможность понять сущность каких-то социальных явлений. Связи между ними также усложняются. Сохраняются логическое начало, событийная обусловленность перехода от одного к другому, но способы связывания фактических элементов и общих положений, цифровых выкладок различные.

Как я отмечала, часто факты играют иллюстративную роль в произведении. В ходе подготовки выступления работа над фактами есть процесс накопления доказательств верности выводов, к которым придет журналист. А в готовом произведении роль доказательств берут на себя данные, цифры, а отдельные факты только иллюстрирую мысль, не более того. Но иллюстрации очень важны в публицистике. Иллюстрация – способ приблизить идеи, выводы к сознанию читателя, облегчить восприятие обобщений, а также теоретических истин должна занять постоянное место. Проблем рассмотрена. Но авторы считают нужным проиллюстрировать мысль примером, чтобы закрепить идею в сознании читателя. Тогда теоретические положения обретают ясность, зримость. Порой, казалось бы, рядовой факт становится основой проблемного выступления, ведет читателя к серьезным обобщениям.

Менее распространенный тип опосредствования факта в публицистическом произведении – это ассоциативная связь. Ассоциативность заключается в том, что соединяются факты, которые не имеют друг к другу никакого событийного отношения, не связаны ни во времени, ни в пространстве. И тем не менее в конечном счете они оказываются причастными к какой-то проблеме.

1.2.2 Искусство анализа

Эрозия штампа неизбежно поражает произведения, в которых необходим анализ, а его нет. Искусство анализа – пробный камень мастерства публициста. В анализе кА к в фокусе сходятся и идейная зрелость, и эрудиция, и знание жизни, наконец, совесть публициста – кровная заинтересованность в деле или равнодушие «отбывающего должность». И никакие обобщения – подлинные, а не трескучие, фразистые – не выстроятся в статье, в которой анализ фактов и явлений примитивен, бескровен, произволен.

Этот анализ не может быть нейтрален, потому что публицист – политический боец, представитель определенного мировоззрения. Идейная зрелость, теоретическая подготовленность, образованность, житейский опыт – совокупность этих качеств обуславливает правильность позиции при анализе явления, отдельного факта, намечаемой в действительности тенденции.

Правильная позиция, с которой осмысляются факты, ясно определенная социальная цель их изучения – обязательное исходное условие достижения необходимого результата.

Проделать путь от видимого, кажущегося к его сущности возможно только через всесторонний анализ. Между тем, нередко в газете появляются выступления, в которых анализ неполон, и поэтому выход на дорогу практических выводов, широких обобщений оказывается затрудненным, а то и вовсе закрытым[4].

Проанализировать собранные факты означает познать какой-то кусочек жизни, какое-то явление, тенденцию в определенном аспекте. Это должно явиться результатом изучения непосредственной действительности в ее многосложных причинно-следственных связях, отбора свидетельств, данных, работающих на обобщения. А размышления над фактами, зафиксированными в блокноте, - второй, завершающий этап анализа, питаемый множеством впечатлений, полученных ранее, в процесс наблюдений, почерпнутых из жизненного опыта, оплодотворяемых теоретическими посылками, политическими документами и т.д.

За последние годы в практике публицистики все шире и плодотворнее используется материал конкретных социологических исследований. Но он, переводя множество конкретных фактов, индивидуальных настроений и оценок на язык статистических табличек, создавая масштаб, при этом снимает личное, отдельное в пределах определенного ряда явлений, мнений и т.д. Думается, имея материал социологических исследований, публицист не может ограничиваться только его данными: десятки отдельных фактов, конкретных жизненных ситуаций должны быть перед его глазами. Они помогут вскрыть многоликость внутреннего смысла цифр, статистики, множества оттенков явления, притушенных общими суммарными данными. И от этого выигрывает полнота анализа.

Строгий анализ объективных и субъективных факторов в их совокупности – необходимое условие проникновения в сущность явлений, их причинных связей. Движение анализа вширь, по фронту, позволяет показать масштаб явления, его характерность для данного предприятия. Автор стремится ответить на вопрос, почему так, а не иначе складываются обстоятельства – идет движение анализа вглубь явления, выясняются причины. развертывается цепная реакция анализа. Она очень важна. Это означает, что нельзя довольствоваться суммой примеров, факты, данные должны находиться в связи, весь ход анализа – представлять собой логически цельный процесс, при котором одно объяснение вытекает из другого. Таким образом, автор должен уметь доходить до истоков явлений. Цепная реакция в анализе важна тем, что позволяет выяснить причинные связи, следствия поступков и ситуаций, логику жизненного процесса[4].

Необходимо разобраться в том, каким образом происходит процесс изучения фактов, событий разного рода, как журналист их использует в своем материале. И тут надо вспомнить, что большое значение имеет в его творческой работе фантазия. Обратимся теперь к вопросу о роли фантазии, догадки в процессе анализа причин и следствий явлений, событий, фактов. Анализ предполагает использование гипотетических методов исследования действительности. Поиск истины начинается с гипотетических построений. Но первая трудность – нужно знать, какие гипотезы выдвинуть, знать дело, предмет, над которым бьется мысль. Здесь сказывается огромная роль эрудиции, теоретической подготовленности, житейской опытности.

В каких-то случаях журналист – обычно без недоброго умысла, по неразумению- обрубает связи данного, наугад выхваченного факта с другими, превращает часть ситуации в нечто автономное.

Таким образом, процесс анализа всякий раз таит в себе реальную опасность искаженного отражения действительности.

1.2.3 Процесс обобщений

Под обобщениями следует понимать логический переход от менее общего и менее широкого по объему понятия к более общему и более широкому понятию путем исключения признаков, характеризующих видовые отличия.

В публицистике же не решается глобальная задача, потому что в ее компетенцию не входит отыскание закономерности, сформулированной как обобщение, обладающее силой всеобщности. Истина в ней рождается путем избирательного изучения материала жизни. Публицист пользуется научными выводами, установками, при решении своей задачи. Он вникает в материал, отобранный для изучения темы в определенном объеме, не стремясь к большему. Обобщения в публицистике связаны, как правило, с ограниченной совокупностью фактов[4].

Процесс анализа идет одновременно с процессом обобщения, синтеза. Объясняя в ходе анализа причины явления, двигаясь «по вертикали», мы обобщаем. И часто переходим от обобщений одного ряда к обобщениям другого, более высокого.

В больших жанрах аргументациях часто строится на статистическом материале, на обобщенных данных, поскольку в этом жанре ставятся вопросы крупного масштаба.

Нередко в качестве аргумента выступает аналогия – то историческая, то иного свойства, например аналогия, основанная на сходстве субъектов действия, объектов анализа или на сходстве изучаемых методов работы.

Аргументы различных видов позволяют накопить материал, способный убедить читателя в верности выводов, в правильности позиции автора. Аргументы возникают в ходе анализа, а также в результате привлечения теоретических суждений.

Обобщения различают по степени абстрактности суждений, а также по мере убедительности. В каких-то случаях обобщение оказывается оторванным от жизненных данных. Оно как бы повисает в воздухе, не имея никакой опоры в конкретном материале. Опыт убеждает: обобщение должно быть связано с фактическим материалом, и лишь постепенное удаление от фактов и данных позволяет сохранить убедительность изложения. Постепенный переход придает изложению динамичный характер, помогает читателю двигаться от элементарного, эмпирического к более сложным, широким явлениям, от фактов – к умозаключениям большой емкости. Необходимая постепенность удаления от фактов и данных бывает различных видов. В одних публикациях вначале идут фактические данные, аргументы или иллюстрации, а затем разных уровней обобщения, в других – факты, цифры следуют за весьма широкими обобщениями. Возможен и третий случай – комбинированное использование обобщений и фактов.

Типы обобщений

1. Наипростейший тип обобщений – констатирующий. Особенность его в том, что он служит определению свершенного, его содержания, значения. Эти обобщения носят порой теоретический характер и могут оказаться привнесенными в публицистику из науки – философии, химии, физики и т.д. Произведения, которые ограничиваются констатацией явлений, фактов, данных, вероятно, во все меньшей степени отвечают потребностям времени, задачам, которые публицистика призвана решать сегодня в нашем обществе. Констатирующее произведение может выяснять причины определенного состояния дела.
2. Все большее значение приобретает публицистика, отличающаяся прогностическими свойствами, в которой такие выводы, обобщения занимают превалирующее место. Это прогнозирование на основе стратегических данных, позволяющих определить тенденцию развития. Прогностические обобщения отражают поисковый характер материалов, важность их выводов, свидетельствуют о глубоком изучении проблемы.
3. Еще один тип обобщений – гипотетический. Он близок к прогностическому. Но при прогностических обобщениях читатель имеет дело с бесспорными выводами, с категорическими утверждениями, а при гипотетических – с предположениями, догадками, с небесспорными мыслями, выводами. Собственно, гипотетические обобщения как бы приглашают читателя к участию в поиске решений.
4. Существует такой тип обобщений – императивный. Он носит призывный, приказной характер. Когда-то такого типа обобщения были весьма распространены в советской журналистике. Сейчас они встречаются реже и, как правило, используются эффективно

Таковы типы обобщений в журналистике. Все они помогают выразить необходимые мысли точно, прийти к выводам, сформулированным в полном соответствии с содержанием[4].

1.2.4 Рациональное и эмоциональное в журналистике

Нет никаких оснований возводить стену между эмоциями и рациональным началом. Дело в том, что и то, и другое имеет отношение к процессу познания. Этот процесс рационален по своему назначению, целям, а также по методам достижения их. Но он не мыслим без эмоций. Рациональное – это относящееся к разуму, установленное и обоснованное им, проистекающее из него, доступное его пониманию. Эмоции нельзя определить однозначно. В широком смысле это переживание человеком его отношения к окружающему миру и к самому себе, в более узком – настроения, аффекты. Здесь речь будет вестись об эмоциях в широком значении этого слова.

В публицистике рациональное начало, несомненно, господствует, хотя и не выступает в одиночестве, потому что его сопровождают эмоции. Это начало проступает в различных аспектах. Очевидно, без особых доказательств, что идея, замысел произведения могут быть осуществлены только в результате твердого расчета, деловых размышлений, учета различных факторов. Весь процесс анализа основан на рациональных началах. В нем сказывается понимание принципов выделения причин и раскрытия их содержания, умение создавать опору для суждений о типичности того или иного анализируемого явления и т.д.

Какое же выражение получают эмоции на письме? По мнению одних – в образе. И только. Несомненно, образ как форма отражения действительности – человека, природы, обстановки – заключает в себе эмоции. Это, вероятно, наиболее эффективная форма выражения эмоций, но не единственная. Эмоции могут быть порождены необычностью действующих в сообщениях лиц. Сильные эмоции вызывает также необычность ситуаций, объекта описания, действия и обстановки. Вызовет эмоции и публикация, в которой особый интерес представляют причины явления. Не оставят равнодушными и информации, в которых особо подчеркивается следствие каких-то начинаний, мероприятий. Независимо от образных средств возможна эмоциональная реакция. Такие тропы, как метафора, эпитет, аллегория, сравнение, метонимия, ирония, гипербола и другие, имеют широкое применение в публицистике, служат средством выражения и возбуждения эмоций. Итак, художественная стилистика позволяет много достичь с точки зрения возбуждения эмоций. Но неумелое обращение с ее приемами порой оборачивается против автора[4]. Большое место в системе эмоциональных средств занимают также художественно-публицистические жанры. По своей структуре, назначению, они несут в себе наряду с понятиями образы, т.е. решение творческой задачи предполагает сильные эмоции.

Каковы взаимоотношения рационального и эмоционального в журналистике, в каких формах, в каком воплощении они предстают? Эмоциональное, неразрывно связанное с процессом познания, выступает чаще всего в составе понятий, как их элемент, дающий то тепло, без которого понятия журналистики были бы мертвы. Любое понятие, возникшее в процессе познания, непременно содержит в себе эмоциональный элемент. Но эмоции, порой довольно сильные, вызывают и публикации, в которых обобщения на более высоком уровне, где конкретное, зримое проступает не столь явственно, где, наконец, нет кричащих фактов.

Мы изучили случаи, где эмоция внутри понятия. Нередко эмоциональные элементы существуют еще рядом с понятиями, как бы приобретают некое самостоятельное бытие. Но в журналистике у эмоций подчиненное положение по отношению к понятиям. Просто в ряде случаев они выступают компактно, в большом количестве или приобретают такую яркость, что создается впечатление, будто они превалируют над понятиями. Следовательно, можно считать, что эмоциональный элемент в журналистике существует в различных видах – и в составе понятия, и наряду с ним. При этом рациональное начало ведущее.

1.3 Языковой стиль журналиста

Сам термин "стиль языка" требует уточнения, потому что его нельзя смешивать с термином "стиль речи", если признавать необходимость разграничения понятий языка и речи. Термин "стиль языка" и определение стилей как разновидностей языка, как "частных" систем внутри "общей" системы языка побуждает представлять их по образу и подобию языковой системы.

Стиль языка иногда понимается и в ином смысле, как совокупность "более или менее устойчивых комплексов языковых средств, соответствующих определенным жанрам, типам речи и обусловленных их содержанием и назначением". С этой точки зрения анализ и понимание языкового стиля не должны опираться на сумму "изолированных элементов языка", но и не должны выходить за пределы общеязыковых категорий и понятий - изменений значений слова, способов употребления слов и грамматических конструкций. Все, что не может быть непосредственно выведено и объяснено из таких элементов языковой системы, объявляется "неязыковым", хотя от этого не становится несомненно и "нестилистическим". Термином же "языковой стиль" ("стиль языка") только подчеркивается, что стили речи понимаются и изучаются в "плане языковом", т. е. в пределах элементов языковой системы, лишь с точки зрения качеств и применений этих элементов. "Стиль языка" понимаются в этом случае не как содержащиеся в самой языковой структуре обособленные и замкнутые круги разных выразительных средств, а как обнаруживающиеся в разных формах и видах общественно-речевой деятельности коллективно осознанные способы соотношения и комбинирования различных стилистических элементов.

Различия между "стилями" заключаются не только и не столько в материальном составе языковых средств и не только в принципах соотношения и приемах объединения различных элементов языка, но также и в их функциях. Понятно, что стиль речи не всегда формируется непосредственно самими элементами языка. Иногда он обусловлен сложными образованиями, возникающими из сочетания этих элементов и представляющими синтезированные смысловые единства. Эти сложные стилистические явления художественной речи (например, сравнения, олицетворения и т. п.) не могут быть понятны на основе анализа только отдельных относящихся сюда слов.

Стиль - это общественно осознанная и функционально обусловленная, внутренне объединенная совокупность приемов употребления, отбора и сочетания средств речевого общения в сфере того или иного общенародного, общенационального языка, соотносительная с другими такими же способами выражения, которые служат для иных целей, выполняют иные функции в речевой общественной практике данного народа. Стили, находясь в тесном взаимодействии, могут частично смешиваться и проникать один в другой. В индивидуальном употреблении границы стилей могут еще более резко смещаться, и один стиль может для достижения той или иной цели употребляться в функции другого. Степень индивидуального своеобразия стилей речи неодинакова. В таких разновидностях письменно-книжного речевого общения, как деловая бумага, техническая и служебно-административная инструкция, информационное сообщение в газете, даже передовая, индивидуально-стилистическое отступает перед стандартом, типической нормой или основной тенденцией привычной, установившейся формы словесного выражения.

Кроме смешения и даже отождествлений понятий "языковой стиль" ("стиль языка") и "речевой стиль" ("стиль речи"), часто наблюдается также наивное приравнение речевого стиля к "форме языка" и своеобразно понимаемой "разновидности языка" (например, устный и книжный "стили", диалогический и монологический "стили", "стили" просторечный и литературный и т. п.).

Отбор языковых средств. Процесс речевого общения осуществляется в различных конкретных формах - форме диалогической или монологической речи, в форме устной или письменной речи, с их дальнейшими разновидностями. И уже эти различия в коммуникативной форме речи обусловливают собою известный отбор языковых средств, преимущественно грамматических. Отбор определенных' языковых явлений типичен для разных коммуникативных форм речи, но не имеет абсолютного характера.

Наличие различных коммуникативных форм речи вызывает к жизни известный отбор языковых средств, который, однако, не ведет к превращению этих форм речи в замкнутые языковые системы.

Значительное влияние на отбор языковых средств оказывают и такие факторы, которые коренятся не в общих условиях коммуникации, а в подходе пишущего к своему высказыванию, в его индивидуальной установке. Конечно, сама эта индивидуальная установка имеет объективный характер, во-первых, потому, что она порождена объективными социальными факторами, а во-вторых, потому, что ее языковое выражение в силу социальной природы языка неизбежно должно отлиться в определенные объективные и закономерные формы, допускающие, правда, огромное количество частных вариантов.

В самой индивидуальности этой установки говорящего (с точки зрения ее влияния на отбор языковых средств) существует множество градаций. Если в некоторых случаях установка говорящего отличается значительной сложностью и своеобразием и выражается в чрезвычайно сложном отборе языковых средств, то в других случаях она оказывается более простой, носит более обычный, типический характер и выражается в более типичных и устойчивых, постоянно повторяющихся формах отбора языковых средств.

Таким более устойчивым характером отличается отбор языковых средств, осуществляющийся на базе эмоциональной установки говорящего, т. е. на базе различного эмоционального наполнения речи. Здесь, конечно, также возможны самые разнообразные индивидуальные формы и разновидности отбора, но за ними ясно намечаются определенные типические явления. Так, для повышенно эмоциональной речи особенно характерно употребление эллипсов и инверсий, отсутствие сложных синтаксических построений. Менее постоянным признаком повышенно эмоциональной речи являются лексические средства (существенное значение имеют здесь, например, междометия, определенные типы которых закреплены за этим видом речи).  
Надо подчеркнуть, что отбор языковых средств в зависимости от эмоционального содержания речи перекрещивается с отбором языковых средств, обусловленным другими ранее упоминавшимися сторонами языкового общения.

Значительное влияние на отбор языковых средств оказывает стремление к выразительности и четкости речи. В этом факторе отбора языковых средств также ярко выступает установка говорящего; но и здесь при всем возможном многообразии явственно проявляются общие, типические тенденции, возникающие на основе конкретных черт строя данного языка.

Установка говорящего как фактор, обусловливающий отбор языковых средств, приобретает особое значение при выражении говорящим его познавательно-оценочного отношения к предмету речи, к адресату речи, вообще к действительности. Переплетаясь с различными оттенками эмоциональности, многообразные формы выражения познавательно-оценочного отношения говорящего к предмету речи, определяющегося его мировоззрением и конкретными условиями общения, получают разное выражение путем отбора языковых средств.

На базе познавательно-оценочного отношения говорящего к содержанию высказывания, а также к адресату речи и вообще к ситуации оформляются многообразные типы эмоционально-экспрессивной речи. Отбор языковых средств, преимущественно лексических и синтаксических, особенно интонационных, складывается здесь на основе слитного выражения целого ряда моментов: самой оценки, ее эмоциональной интенсивности, характера "социальной ситуации", не говоря уже о влиянии таких факторов, как коммуникативные формы речи, стремление к выразительности и т. д.

Отбор языковых средств пронизывает, таким образом, всю жизнь языка, составляет одну из сторон его непосредственного функционирования. На основе такого отбора, соответственным образом организованного, в результате взаимодействия между разными определяющими его факторами и возникает то, что называется языковым (или речевым) стилем, т. е. более или менее выдержанное единство языковых средств, которое может характеризовать как отдельное высказывание, так и целый ряд высказываний.

Устойчивость и повторяемость факторов, определяющих отбор языковых средств, ведет к типизации и единообразию языкового оформления целого ряда отдельных высказываний, т. е. к созданию языковых стилей, имеющих не индивидуальное, а общее значение. Положение об отсутствии общих языковых стилей равно положению о полной несистемности и хаотичности факторов, вызывающих отбор языковых средств, о случайности их действия. А между тем эти факторы определяются самой природой языка, его социальной функцией, обладают устойчивостью, и поэтому на их основе обязательно должны вырастать устойчивые типы языкового оформления речи - "общие" языковые стили[16].

Стили речи, употребляемые в журналистике. Стиль публичной речи обслуживает разнообразные потребности, связанные с политикой, наукой, литературой, административной и хозяйственной деятельностью и т. д. Речевое общение в таком случае охватывает неограниченно большое количество участников, например, передачи по радио, газетные статьи, книги обращены к миллионам слушателей и читателей, которые имеют различное общее развитие и различную осведомленность в излагаемом вопросе; этим обусловливаются высокие требования к полноте, ясности и точности речи. Сложность освещаемых вопросов требует их развернутого, систематического изложения; поэтому для публичной речи типичной формой является монолог в виде статей, лекций и т. п. По преимуществу публичная речь пользуется письменным изложением (книги, газеты, деловая переписка и т. д.), между автором и читателем, особенно массовым, нет непосредственной связи; кроме того, письмо лишено ряда выразительных средств устной речи (интонации), что опять создает необходимость особенно тщательно обдумывать, как яснее и точнее выразить излагаемый вопрос. Для этого стиля и характерно использование в подавляющем большинстве полных предложений, а также разнообразных типов сложного предложения.

Стиль бытовой, или разговорной, речи, наоборот, обслуживает потребности речевого общения по текущим жизненным вопросам. Это общение протекает в форме устной речи между людьми, связанными общностью их опыта в семье или на производстве. Типичной формой такого общения является диалог, при котором участники речи непосредственно связаны между собой и могут без труда делать дополнительные разъяснения и исправлять допущенные неточности или пояснять что-либо непонятное своим собеседникам. К тому же обсуждаемые вопросы обычно не отличаются сложностью. Поэтому в разговорной речи нет особой заботы о точности и ясности речи; в ней нередки неполные предложения, собеседники довольствуются намеками, недомолвки угадываются и, наоборот, полнота речи выступает как излишнее отяжеление речи, неуместный педантизм.

Как в стиле книжной речи, в стиле разговорной речи также есть разновидности в зависимости прежде всего от того, представляет ли она диалог с короткими репликами или более развернутые, связные высказывания одного лица, а затем от того, имеются ли в ней только сообщения, обмен сведениями по вопросам, не вызывающим расхождений, споров между собеседниками, или же на первый план выступает оценка говорящим событий, лиц, отстаивание им мнений, которые могут не разделяться собеседником, стремление убедить слушателей; в этом случае речь приобретает экспрессивный характер. Помимо того, в стиль разговорной речи включаются просторечные элементы.

Лицами, владеющими литературным языком, элементы просторечия употребляются нарочито и создают впечатление, что говорящий не стесняет себя нормами литературной речи и позволяет себе употребление элементов, имеющих экспрессивную окраску грубоватости.

Стиль художественной речи имеет целью создавать средствами языка художественные образы, в связи с чем в нем в широчайшей степени используются живописующие, экспрессивно, эмоционально окрашенные элементы речи, например лексика, выражающая отношение автора к изображаемому (уважение, восхищение, сочувствие, теплота, шутливость, пренебрежение, стремление дискредитировать); из морфологических средств — суффиксы оценки (домик, домище, домишко), такие формы, как подышать, погулять, потише, повеселее; из синтаксических конструкций широко используются восклицательные предложения. В то же время для этого стиля характерно широчайшее использование самых обычных, общеупотребительных слов, которые создают простоту, естественность, помогают рисовать самые живые картины и выражать глубокие и искренние чувства. Для достижения живости и естественности речи также широко применяются элементы разговорной речи (например, разные виды неполных предложений). Наоборот, избегаются элементы, характеризующиеся деловой холодностью и сухостью, например, в этом стиле почти отсутствуют термины. Стремление к яркой образности побуждает избегать речевых трафаретов, облекать мысли в новую, выразительную языковую оболочку, нередко употребляя слова в необычном значении (метафоры, метонимии). Самая естественность и простота является результатом настойчивых поисков нужных слов, оборотов речи, всего строя предложений.

В этом стиле также наблюдается выход за пределы норм литературного языка. Это бывает тогда, когда даются языковые характеристики персонажей, изображаемой среды пли эпохи; в этих целях вводятся просторечные элементы, диалектизмы, архаизмы, иноязычная лексика.

Стиль публицистической речи имеет целью агитировать, организовать массы, вести их на борьбу. Его задача не только излагать и разъяснять важные политические вопросы, но и убеждать слушателей, делать их активными участниками в разрешении очередных общественных проблем. Четкость, ясность, простота и доступность языка также служит предметом постоянных забот в отношении к этому стилю. Этот стиль совмещает приемы и средства интеллектуальной и художественной речи. Публицистика в ее лучших образцах сочетает систему развернутых доказательств, убеждающих слушателей и читателей строгой логичностью, и художественную яркость и эмоциональность изложения, заражающие их горячим сочувствием или негодованием и побуждающие принять участие в развертывающейся борьбе[17].

Содержание понятия “журналистский текст” определяется с точки зрения сочетаемости функциональной специфики и социокультурных моделей журналистики. Тексты представляют собой модели мира, а совокупность текстов репрезентирует культуру определенного периода: текст – не только “генератор” новых смыслов, но и “конденсатор культурной памяти”. Тексты массовой коммуникации отличаются от других видов текстов тем, что в них используются, систематизируются и сокращаются, перерабатываются и особым образом оформляются все другие виды текстов, которые считаются “первичными”. В результате возникает новый вид текста со своими законами построения и оформления смысла. Журналистский текст обладает целым рядом признаков, содержащих информацию об особенностях интерпретации окружающего мира журналистом, и представляет собой не отражение мира действительности, а отражение мира, созданного субъектом (журналистом). Журналистский текст социален, и рассмотрение текстов СМИ позволяет получить информацию о состоянии культуры общества.

“Социо” для СМИ значительно важнее прочих характеристик. Результаты социолингвистического анализа прессы показывают, что наиболее эффективно воздействует на психику читателя стилистическое единство рубрики, заголовка, текста. Это вызывает необходимость выявления и описания лингвостилистических позиций, определяющих семантико-стилистическое соответствие элементов внутренней структуры газеты ее типологическим признакам и социально-психологическим особенностям аудитории издания.

Существо индивидуального стиля может быть выявлено при экспертизе авторства текста на основе методики количественного анализа квазисинонимических лексем. Результаты анализа позволяют выявить специфические языковые особенности, которые проявляются на различных уровнях лексической системы языка и отличают стиль произведений конкретного журналиста и/или издания.

К стилеобразующим единицам языка, формирующим индивидуальность стиля, можно отнести:

1. Единицы языка, образованные автором: семантические неологизмы, словообразовательные новации, индивидуально-авторские метафоры, оригинальные сочетания форм слова (двух, трех слов), своеобразное построение синтаксических конструкций.

2. Единицы языка, имеющие высокую частотность употребления.

3. Единицы одного из уровней, создающие своеобразие стиля: словообразование, метафорическое употребление слова, синтаксические конструкции. 4. Оригинальность построения стилистической системы, то есть своеобразная доминанта стиля автора.

Язык журналиста в целом есть форма человеческой деятельности с выходом в реальную социально-культурную практику. Текст каждого журналиста есть воплощение его языковой системы, ограниченной целым рядом допущений.

Глава 2.Специфика телевизионной колумнистики

2.1 Цели телевизионной «колонки»

Как уже говорилось ранее, в колумнистике авторское «я» максимально выражено, оно представлено не опосредованно, а прямо, точно. Таким образом, личная точка зрения автора, его мнение по тому или иному вопросу переданы верно, именно так, как того хотел сам колумнист. В телевизионной колонке зритель не только узнает мысли журналиста, но и видит его, слышите его речь – то есть можно сказать, что из всех электронных СМИ телевидение максимально приближено к зрителю по критерию передачи авторского мнения, ведь оно использует весь спектр средств. Конечно, такой продукт телевизионного творчества будет иметь сильнейшее воздействие, особенно, если будет подкреплен «сочной» содержательной составляющей.

Такой эффективный метод воздействия и использует журналист. Зачем? Конечно, передачи сами по себе не в силах решать проблемы, которым посвящены (иначе, как легко улаживали бы мы возникающие коллизии посредством телевидения и кино!). Но они способны привлечь общественное внимание к беспокоящему явлению. Способны заставить учреждения и организации, в чьей власти изменить положение, заняться не терпящим отлагательств делом. Способны подключить, наконец, к экранному разбирательству «мозговой резерв» огромной аудитории[8]. Надо прогнозировать реакции зрителей на то, что мы им показываем. И понимать, какое существует «последействие» сильных кадров. Не может человек у телевизора переключаться так же быстро, как мелькают кадры и эпизоды. Только путем прогнозирования реакции зрителя может быть осознана ценность (или бесполезность) любой информации. К сожалению, довольно часто вместо учета интересов зрителя журналисты думают лишь о том, как угодить начальству. Расчет на сотворчество, соавторство зрителя встретишь не часто. Чаще – стремление утаить «неудобную» информацию, чтобы опять же шаг вправо, шаг влево – ни-ни! [9] Роль коммуникатора возрастает по мере увеличения тиражей, а характер выступления не может не учитывать масштабов аудитории. Воспитания требуют не столько зрители, сколько ведущие (не говоря уже о руководителях этих ведущих). Но для них совершенно дико звучит догадка о том, что ответственность ведущего перед зрителем важнее, чем его зависимость от зарплаты или ангажированности канала[7].

В колонке свое мнение может высказывать не только журналист. Такого рода ответвление телевизионного жанра нередко используют для своих целей политические деятели, олигархи, сама дирекция канала, так как именно телевизионная колонка позволяет коротко, емко и доступно донести нужную информацию через третье лицо – журналиста. При этом, если нужная информация облечена в хорошую форму, выбран наилучший для данной аудитории формат, подобран ведущий, придумано содержание, то эффективность использования этого жанра повышается вместе с рейтингом. «Хочу сразу сказать, что некоторые «самопроявления» нынешних властителей экрана я бы предпочел оставить за кадром. «Широк человек... Я бы сузил», – как говорил один из братьев Карамазовых в том романе, что нынешним читать недосуг» [9] - говорит Г.В. Кузнецов. Получается, что за личностью колумниста как создателя телевизионной колонки нередко стоит кто-то еще. Бизнес вытесняет журналистику, а извлечение прибыли из СМИ становится главным смыслом существования ряда телекомпаний. Происходит сращивание журналистской верхушки с властями и финансово-промышленными группами, идет процесс переливания журналистских кадров из творческой сферы в иную, политическую, область деятельности, умножаются случаи манипулирования общественным мнением, что также ведет к снижению профессиональных критериев[10].

Появление и массовое распространение телевидения открыло для политиков невиданные ранее возможности воздействия на сознание и поведение людей, на формирование их политических предпочтений. Отсюда и стремление контролировать телевидение со стороны официальной, легитимной власти и нелегитимных реальных властей политизированного капитала, мафиозных структур и др. Рост взаимозависимости телевидения и политики привел их к своеобразному симбиозу.

В этих условиях характер политических процессов, политическое сознание, политическая культура в огромной мере зависят от того, как телевидение осуществляет политическую коммуникацию, какую политическую информацию оно несет (а на долю телевидения приходится до 90% политической информации), носителем каких качеств политической культуры являются сами работники телевидения, какие политические функции оно выполняет. Современное телевидение не ограничивается ролью посредника в политическом процессе, предоставлением трибуны для политических сил. Все чаще телевидение берет на себя функции основных субъектов политической жизни – государства, партий, общественно-политических движений, политического лобби. Правда, как правило, оно — вторичный субъект политики, исполнитель, а не инициатор политических акций, инструмент политики. На практике, выполняя волю реальных властей, телевидение нередко становится субъектом агрессивной политической пропаганды, особенно в напряженные периоды политической жизни, например, во время политических кризисов, предвыборных кампаний.

В наши дни те, кто контролируют телевидение, контролируют политическую власть в стране. Кажется, мы возвращаемся назад. Журналистика на ТВ начинает все заметнее отказываться от прямого и равного диалога с аудиторией — основного своего завоевания конца 80-х — начала 90-х, — того самого «телеобщения», когда хозяином прямого эфира был сам зритель, и все чаще берет на себя проверенные методы пропагандистского давления[10]. Можно сказать, что личность журналиста не отходит на второй план, она переходит в новую форму – становится элементом той игры, которую затеяли в «верхах», а сам журналист – своего рода марионетка. Это напоминает советское телевидение.

Само выражение СМИ – «средства массовой информации» – несло в себе печать неблагонадежности. Гораздо чаще употреблялось СМИП – «средства массовой информации и пропаганды». При этом пропаганда всегда считалась первичной, а информация – только средством. Сторонники СМИПа не допускали, что информация сама по себе – без ее пропагандистского назначения – представляет какую-то ценность. Их не смущало публичное выражение – «пропаганда врет всегда, даже в тех случаях, когда говорит правду».

Тоталитарное начало обнаруживало себя не только в аппаратной структуре Гостелерадио и его госбюджетной экономике, но и в самом сознании тележурналистов. Самоценность факта считалась понятием буржуазным, а значит лживым. Кадры телехроники отражали не реальную жизнь общества, но, скорее, ритуалы, посредством которых режим утверждал себя – парады и празднества, торжественные заседания и вручение наград, нескончаемые чествования и перманентные юбилеи.

Номенклатурное телевидение породило особый вид теленовостей – информацию, независимую от фактов, которым запрещалось противоречить передовому мировоззрению. А если они все же противоречили, то тем хуже для фактов – они оставались за кадром. Не имело значение то, что действительность на экране мало чем походила на действительность вне экрана, – именно ее и надлежало считать реальностью. Известное сравнение Останкинской телебашни со шприцем для идеологических инъекций (Андрей Вознесенский) в этом смысле вполне отвечало сути. Хотя эта формула и принадлежала поэту, она воспринималась не метафорой, а диагнозом.

Объектом номенклатурного телевидения выступали не зрители и не публика, но манипулируемое массовое сознание. Если вы вооружены шприцем, человек перед вами – не собеседник, а пациент. А если шприц высотой в телебашню, которая посредством «Орбиты» усаживает к экрану аудиторию от Москвы до Владивостока, то пациентом становится вся страна. Информационные программы превращаются в идеологические инъекции.

Номенклатурное телевидение и кино, демонстрирующие «достижения» в экономической, общественной и культурной жизни, постоянно порождали ликователей-хроникеров. “Приятные новости” формировали поколения граждан с зажмуренными глазами и катастрофической степенью близорукости. Но наступление гласности изменило ситуацию радикально: очень скоро оказалось, что фиксировать бедствия ничуть не труднее, чем отмечать достоинства. Поначалу это даже выглядело как смелость. Реестр достижений трансформировался в перечень недостатков. Ликователи превратились в катастрофистов. (К тому же, если первые действовали, скорее, по принуждению, то вторые все чаще – по убеждению). Выяснилось, что ликовать можно даже по поводу катастроф. Так родились криминальные новости.

Однако совершенно иной результат принесло совмещение коммерческого телевидения с тоталитарным. Российские телекоммерсанты, поставившие себе целью догнать Америку, успеха добились, – они ее перегнали, впопыхах не заметив, что преследуемая ими модель вещания в самой Америке мало помалу, похоже, уходит в прошлое.

Находясь на более архаичной ступени вещания, мы решили перескочить через не пройденную нами фазу развития, и оказались в абсолютной власти коммерции. Презрительное отношение ко всякого рода критике («Не учите нас отношению к классике и культуре»), привело к резкому сужению кругозора. Представление о том, как проблема соотношения коммерции и культуры решается мировым телевидением в разных странах, в сознании наших реформаторов, кажется, просто отсутствует. Как и представление о том, как эта проблема решалась в самой России до всякого появления телевидения.

Основоположник российской книжной критики Н.Карамзин вместе с Н.Новиковым в свое время совершили переворот в книгоиздательском деле. Альтернативам «просвещение или коммерция», «хорошая книга или доходная книга» они противопоставили обратную логику – «хорошая и доходная», «высококультурная и коммерческая». Подчеркивая, что книгоиздательское дело – честь национальной культуры, Ю.Лотман напоминал слова Чернышевского о том, что «если от каждой книги требовать дохода, то астрономические справочники не будут изданы никогда».

Когда за наших телезрителей платило само государство, они были лишены информации, от лица которой на общество воздействовала пропаганда. Теперь же, когда расходы на вещание оплачивает рекламодатель, мы лишились культуры, от лица которой торжествует массовая культура. И чем откровеннее коммерсанты от телевидения преследуют материальные интересы, тем слабее звучат в их душах нравственные суждения.

Но общество, лишенное информации или культуры, теряет себя как общество. Оно превращается в объект манипуляций политиков либо в толпу любителей «мыльных опер», когда у каждого зрителя «будут глаза размером с дыню и никаких мозгов».

По существу, централизованная пропаганда и попса – явления, одного порядка. И то, и другое – безотказное средство стандартизации. В одном случае на выходе – пресловутые люди-винтики, в другом – единообразные куклы Барби. Первая ситуация возникает в результате давления сверху, вторая – с нашего собственного согласия и желания («по заявкам зрителей»).

Сейчас можно услышать: «Не диктуйте нам, как следует поступать. Не навязывайте свой взгляд. Не ссылайтесь на то, что вы знакомы с предметом, а мы не очень. Не покушайтесь на нашу гласность. Запрещается запрещать». Такого рода аргументация с одинаковой легкостью ссылается как на принципы гласности, так и на коммунистические доктрины. Но при этом за гулом полемики, как правило, исчезает сама проблема[7].

– Мы не можем вводить цензуру, – говорили начальники канала ОРТ, когда им указывали на неприличие выступлений некоего С. Доренко. – Это же авторская программа, его личное мнение, а у нас ведь свобода слова и демократия.

Скандалист, как и следовало ожидать, исчез из эфира, едва его «личная» позиция перестала совпадать с политическим заказом. Цензура? Вовсе нет. Согласно словарям, цензура – это «система государственного надзора за средствами массовой информации». Обыкновенная редакционная политика, без которой наше дело просто немыслимо. Вопрос лишь в качестве, в нравственной составляющей политики.

Слово «цензура» часто употребляется и в переносном смысле, имеется в виду внутренний контроль в СМИ. Вот он-то был, есть, будет и – должен быть. Все дело в том, какой контроль и ради чего.

По своим сегодняшним студентам вижу: многие покорно следуют всем правилам, заведенным в телекомпании, искренне разделяя их. «Вот приобретем имя и тогда будем иметь право сказать свое слово». Правила нынче не менее жесткие, чем в старые времена. Но пусть об этом напишет тот, кто работает в эфире сегодня. Если не боится, понятное дело, лишиться работы.

Явно недостает четвертой точки зрения: какие передачи нужны в интересах общества. Вгонять страну в депрессию во имя рейтинга и прибыли – безнравственно[9].

2.2 Авторское «я» в телевизионной колумнистике: его место и роль

В телевизионной колумнистике журналист совмещает роль автора и ведущего, он не просто пишет текст и придумывает сценарий, но появляется перд зрителем, чтобы рассказать о том, о чем он считает нужным сказать. Роль колумниста в таком произведении превалирует над ролью оператора, звукорежиссера, и других, так как именно на журналисте лежит половина ответственности за производство данного телевизионного продукта. Вместе с этим усиливается его роль как автора. Он не просто «говорящая голова», он автор этих строк, он несет за них ответственность в представлении зрителя.

Телевизионный колумнист должен обладать политической культурой. Такой журналист сможет создавать интересные, глубокие и злободневные колонки. Он будет бороться за то, чтобы его текст не был пропагандой чужой идеи, не служил чужим целям, как это было сказано выше. Политическая культура предполагает наличие у людей политических знаний, информации, но она совершенно не сводится к знаниям и информации. Между знанием и пониманием, порой, дистанция большого размера («многознание уму не научит»). Политическая культура — умение мыслить на основе знания, умение нравственно оценивать поступки людей, действие социальных групп. Отношение людей к политике во многом определяется личным и социальным политическим опытом, включает в себя опыт. Если культура, по Гегелю, — накопленный социальный опыт, то политическая, по аналогии, — накопленный политический опыт. Говоря о политической культуре мы также предполагаем умение (или неумение) переводить знания, убеждения в действие, в политическое участие, т. е. способность, волю действовать на основе знаний, ценностей, установок.

Глубокий системный кризис российского общества порожден не только непосредственно бездарной (если, конечно, говорить о ней с позиций национальных, а не частных интересов политики руководителей страны), но и, опосредованно, плачевным состоянием политической культуры общества. Неспособность политических лидеров трезво оценить ситуацию в стране, понять подлинные интересы и намерения тех или иных политических сил, чрезмерная политическая доверчивость населения, равнодушие многих граждан к судьбе страны и народа, низкий уровень политического участия, слабая способность населения к политической самоорганизации и многие другие слабости политической культуры российского общества поставили страну на колени. Не снимая ответственности за эту «драматическую ситуацию» (В.В. Путин) с реальных властей, надо признать, что политическое невежество стало важнейшей причиной того, что страна оказалась, по словам академика Н.Я. Моисеева, «на краю пропасти».

Состояние политической культуры можно считать, на мой взгляд, главной слабостью современного российского общества и, одновременно, его главным неиспользованным ресурсом. Достаточно очевидно, что возрождение страны невозможно без серьезных сдвигов в политической культуре общества.

В российских условиях здоровой может считаться такая политическая культура, которая проявляет уважение к традициям (уважение к традициям предполагает и их обновление), национальному менталитету народа, способствует сбережению населения, сохранению национального суверенитета, укреплению позиций страны на международной арене, выходу страны из глубочайшего кризиса и т. д[10].

Нужно отметить, что нередко телевизионным колонкам не хватает авторского присутствия, личного взгляда на жизнь.

ТВ не отменило старый закон восприятия:

«Мне случалось наблюдать, что читатель редко вкушает удовольствие от книги, пока не узнает, каков собой написавший ее – темные ли у него волосы или белокурые, кроткого ли он нрава или желчного, женат или холост и прочие тому подобные сведения...».

Это написал в первом номере журнала «Зритель» английский эссеист и романист Джозеф Аддисон. Дело было в 1711 году, но мне кажется, что с тех пор природа человеческого восприятия не слишком изменилась. Мы, конечно, не англичане. Советская власть приучила нас: сидите тихо, не высовывайтесь – это нескромно, да и опасно. Авторы были удобны такие, чтоб их легко можно было заменять. Что кроткий, что желчный... [9]

Типаж современных ведущих держится на принципе построения телевизионного имиджа: четкие рамки поведения, внешности, речи. Получается, что ведущий – это не тот человек, которым он является, это – тот образ, который он создает на экране. Именно этой человечности не хватает, на мой взгляд, современным ведущим телевизионных колонок.

Ведущий – это такое лицо, на которое хочется посмотреть еще раз. Человеческое лицо, говорят, самая интересная поверхность на свете. Но не ко всем лицам это изречение относится. На одно лицо можно смотреть долго, стремясь разгадать приятную и внушающую спокойствие личность. Другое же необъяснимо раздражает, и этот эффект усугубляется, если «лицо» заговорит. Один из проницательных театральных критиков А. Свободин справедливо заметил: «Чтобы стать телевизионным ведущим, не то чтобы нужны какие-то особые черты личности, скорее необходимо отсутствие некоторых черт, которые телеэкран неизменно обнажает» [11].

Ведущий не красавец, он «один из нас», но, так сказать, в улучшенном издании. Он держится свободно, но не развязен. Уверен в себе, но не самоуверен. Голос и взгляд – инструменты, на которых он мастерски играет. На телевидении пренебрежение законом контакта глаз особенно часто подводит начинающих дикторов и ведущих. Многие стараются, произнося длинный текст, не отрывать взгляда от объектива камеры. Но «не в этом смысл телевизионного общения... – полагает Ю. Фокин. – Вот мы с вами сидим, беседуем. Все ли время я смотрю вам в глаза, ловлю ваш взгляд? Так и взгляд телезрителя не надо искать. Его можно ощущать затылком, плечом, всем своим существом. Даже если ты находишься в студии один, ты постоянно чувствуешь на себе взгляд передающей камеры. Иной раз, когда ты внутренне не подготовлен, то прячешься от этого взгляда. И не тем, что опускаешь глаза! Можно сколько угодно смотреть людям в глаза и ничего при этом не думать. Ты отворачиваешься внутренне» [8].

Ведущий объединяет, консолидирует аудиторию, будь она общенациональной или областной, глобальной или микрорайонной. «Человек-якорь» не отталкивает никого, он всех притягивает.

Некоторые телекомпании США пытались сделать ставку на молодых ведущих, но потом пришлось вернуться к людям среднего возраста – тут зрители видят более надежный «якорь». У нас пожилые ведущие ассоциируются с политикой прошлого, и то, что они уступили место молодым, – правильно. Только хотелось бы, чтобы молодые журналисты были интересны выполнением точной профессиональной задачи, хорошенько понимали, для чего они появляются на экране. Кто-то из остроумных французов сравнил телеведущего с манекенщицей, которая выходит на помост показать платье, а не себя. И все же она себя показывает! Ведущий работает ради передач, интервьюер выводит на люди своего собеседника, шоумен организует массовое действо, и каждый из них интересен именно выполнением точной профессиональной задачи[9].

Многие журналисты, ведущие колонки о событиях в мире, берут на себя роль комментаторов. Комментарий – это точка зрения на факты, но не сами факты. В роли комментатора выступает опытный журналист, владеющий историей вопроса, специализирующийся на данной теме, имеющий моральное право выступать с прогнозами и оценками. Но и он стремится упомянуть о существовании других точек зрения, возможно, подвергнув их сомнению или критике. Итак, комментатор появляется, когда необходимо разъяснить какую-либо сложную политическую проблему, допустим, поставить только что сообщенный в новостях факт в определенный историко-политический контекст. Считается, что комментарий должен облегчить слушателю формирование собственного мнения. И поскольку в аналитических передачах должны найти отражение все основные политические направления страны (кроме экстремистов, желающих не совершенствовать, а свергнуть существующую власть, поменять общественный строй), задача редакции состоит в том, чтобы «предоставить слово комментаторам, придерживающимся различных точек зрения». Аудиторию убеждает логика, темперамент, некоторая дистанция по отношению к материалу (невовлеченность в конфликт), за исключением общедемократических ценностей, связи политики с моралью. Безусловно, комментарий должен апеллировать к рассудку и благоразумию, а не разжигать эмоции. Комментаторы существуют на экране ради их взглядов, суждений, эрудиции. Их личность знакома и интересна зрителю. Тот и другой, как правило, люди зрелого возраста, имеющие солидный жизненный опыт как основу для обобщений, сравнений, выводов. Они блестяще владеют словом, и способны артистично произносить публицистические монологи.

Что касается актерских данных, комментатору они нужны не в меньшей, а, пожалуй, в большей степени, чем репортеру: ведь личность комментатора, весь его облик на протяжении всего выступления (3–5 минут и больше) служат важнейшим элементом аудиовизуального сообщения и могут либо усилить впечатление от произносимых слов, либо, наоборот, перечеркнуть весь эффект. Ведущему телевизионную колонку требуется, может быть, больше актерской игры перед камерой: зритель должен чувствовать, что человек на экране понимает то, что говорит в эфир. Пользуясь определением К.С. Станиславского, писавшего об «излучении», идущем от хорошего актера в зал, можно сказать, что именно такое «излучение» отличает ведущего от диктора[12]. Как считают авторы германского пособия, «журналист, сознающий, что ему надо выступать перед миллионной аудиторией и испытывающий при этом трепет, безусловно, произведет лучшее впечатление, чем тот, кто выступает с ощущением, что все только его и ждали. Тот журналист, который начинает переоценивать себя, делает первый шаг к профессиональной деградации». Впрочем, некоторые телекомментаторы в противовес этой рекомендации предпочитают думать в момент выступления не о «миллионной аудитории», а об одном человеке, сидящем у телевизора, о таком, чьим мнением комментатор дорожит, на кого рассчитывает свое выступление. Умение видеть вместо телекамеры живого реального человека и обращаться к нему, а не в пустоту – один из признаков профессионализма на телевидении.

О тексте зритель не должен догадываться: выступление выглядит как импровизация (опять-таки лишь в том случае, если перед нами телевизионный профессионал). Еще древние греки полагали, что искусство оратора состоит из трех частей: написание речи, разучивание ее и произнесение. В наше время предприняты серьезные попытки опровергнуть древних. Так, большой мастер экрана Ираклий Луарсабович Андроников утверждал, что всякая заранее написанная бумажка вредна для телевыступающего, что, вспоминая ее, он словно заглядывает к себе за лобную кость. Вместо текста Андроников предлагал проговаривать тему будущего выступления про себя или вслух. Сам он «обкатывал на слушателях» свои великолепные устные рассказы. Но следует учесть: метод Андроникова, как, впрочем, и древних греков, не универсален; все зависит от конкретной задачи, решаемой журналистом, от уровня его мастерства. Вероятно, текст не нужен, если есть уверенность, что в строго заданное время комментатор уложит все, что хотел сказать, не мучаясь над поиском формулировки, пользуясь яркими словесными образами, что найдется отточенная, захватывающая внимание первая фраза, будет обеспечена логика и четкость мысли и, наконец, эффектная запоминающаяся концовка. Ведь комментарий – это помимо прочего влияние на умы и сердца, это форма политической деятельности[11].

2.3 Способы выражения авторского «я» в телевизионной колонке

Авторское «я» проявляется в колонке многогранно, используя при этом самые разные средства: от одежды журналиста и декораций в студии до того, о чем он говорит. Чтобы не вдаваться в дебри исследования всех тонкостей телевизионных жанров, остановимся на самых важных качествах телевизионного продукта. В это части данного исследования мы поговорим об имидже колумниста-телеведущего, его речи, а также об адресности, авторской завершенности, востребованности, жанре, изобразительно-выразительных средствах языка в телевизионной колонке.

В переводе с английского имидж – это образ, изображение. В самом же деле – это непосредственно или преднамеренно создаваемое визуальное впечатление о личности или социальной структуре. Именно впечатление, а не оценка. Имидж чаще всего заканчивается такой предварительной операцией нашего познания, каковой признано представление. Имидж, как правило, «располагается» в низших этажах нашей психики – в подсознательной её сфере или в пластах обыденного сознания, в чём и состоит его необычайная доступность для восприятия людьми и цепкость присутствия в их сознании. Если об имидже говорить как о конкретной психологической продукции, то он выступает как социальная установка, как ценностный стереотип, как модный символ. Не исключена возможность его одновременного проявления во всех названных сферах психики человека.

Если обратиться к «Толковому словарю» Владимира Даля, то в нём наряду с понятием образ даётся и понятие облик: «оклад и черты лица, внешность вида и выражение лица, физиономия».

В политической рекламе и шоу-бизнесе имидж часто выступает как образ, наделённый характеристиками, которые лежат за пределами душевной сущности личности. Не случайно имидж понимают как «легенду» или как идол времени.

Проблемой имиджа и технологий его реализации занимается научно-прикладная отрасль человековедения под названием имиджелогия. Главное предназначение имиджелогии – научно обосновать, как создавать привлекательный имидж, как выстраивать модели достойного поведения, адекватные тем жизненным ситуациям, в которых мы оказываемся.

Сегодня трудно найти крупного политического деятеля, который специально не обращался к имиджмейкерам. Имидж таких личностей отшлифован буквально до мелочей. Например, на лицах пожилых людей мимика сильнее фиксирует возрастные изменения, поэтому во время телепередач их лица подаются на определённом расстоянии от съёмочной камеры. Или такой факт: весьма важен фон, на котором представлена личность. Маргарет Тетчер было трудно получить политическое признание в стране со столь консервативными порядками. Поэтому её имиджмейкеры пристальное внимание уделяли выбору интерьеров: большинство её телевыступлений были отсняты в домашней обстановке на фоне зажжённого камина.

Особенности телевидения сегодняшнего дня: многоканальность, использование различных способов телевизионного общения, жанровое разнообразие телепрограмм, возможность творческого воплощения самых невероятных проектов, наличие большого количества выразительных средств и способов их осуществить. Однако при всём этом по-прежнему успех у зрителей той или иной программы во многом определяется обаянием личности телеведущего.

По мнению П.С. Гуревича, зрителю интересна «личность, нестандартный человек, индивид, захваченный идеей, человек, обладающий даром общения» [13].

Итак, телевидение обладает особым характером общения, главная роль в котором отводится ведущему. Он должен быть наделён даром коммуникабельности: создавать контакт со зрителями, вызывать у них ощущение того, что он видит аудиторию, умеет улавливать её настроение и ожидания.

Ещё одно важное качество телеведущего: он должен быть обязательно заинтересован в том, что делает, и делает он это не потому, что так надо, а потому, что это ему нравится, он получает огромное удовольствие от своей работы. Телеведущий в первую очередь сам должен профессионально ответственно подходить к созданию личного имиджа на экране. «Грустно, когда внешний облик, телесность остаётся единственным и самодостаточным средством персонификации», – пишет П.С. Гуревич[13].

В книге «Имиджелогия. Секреты личного обаяния» В.М. Шепель пишет: «Благоприятные внешние данные являются тем природным достоянием, которым следует умело распорядиться. Как в личной жизни, так и в профессиональной деятельности... Вне всякого сомнения, красивым людям легче создать эффект личного обаяния. На кино- или телеэкране наш взор выхватывает и запечатлеет в памяти образы внешне привлекательных людей. Не однажды проводя эксперименты, психологи убеждались, что из десяти случаев, по меньшей мере, в восьми наше первоначальное впечатление о других складывается по их внешности» [14].

Каковы же эталоны внешней привлекательности или, как говорят имиджмейкеры, смотрибельности телеведущего? Многие специалисты по этому вопросу выделяют следующие эталонные качества:

* Здоровый вид.
* Гармония черт лица.
* Красивые волосы.
* Стройная и пропорциональная фигура.
* Белые и ровные зубы.
* Приятно звучащий голос.
* Выразительность жестов.
* Живой ум.
* Доверительность.

В самом деле, когда мы включаем телевизор и видим на экране телеведущего, то прежде всего нам бросаются в глаза такие конкретные атрибуты его внешнего вида, как лицо, причёска, одежда, руки. Часто незаметно для себя мы вслушиваемся в голос ведущего и невольно соотносим тональность и тембр его голоса с состоянием лица, энергетикой движения тела и рук. Таким образом, при создании имиджа и в целях повышения эффекта своей смотрибельности на экране телеведущему следует иметь в виду эту логику зрительского восприятия телевидения, а потому придавать должное значение выше названным качествам.

Обратимся к перечисленным качествам телеведущего:

Здоровый вид. Это первое по значимости качество внешне привлекательного образа телеведущего. Его внешний вид должен излучать здоровье и оптимизм.

Телевидение требует от ведущего большого напряжения эмоциональных, умственных и физических сил. Поэтому забота о здоровье – обязательное условие успеха работы на телеэкране. Здоровые люди наиболее работоспособны, предрасположены к творчеству, им свойственны общительность и чувство юмора. Нездоровый, уставший человек не сможет выглядеть на экране эффектно: глаза, поза, мимика обязательно выдадут его подавленное внутреннее состояние.

Гармония черт лица. Это качество имеет особое значение для всех телеведущих, но особенно для работающих в информационных программах, выпусках новостей, где поза статична и неподвижна и основное внимание телезрителей приковано к лицу. Этих телеведущих часто показывают крупным планом.

Что касается ведущих авторских, шоу и других программ, то здесь обязательное условие – отсутствие явно выраженных недостатков на лице. Однако во всех случаях при работе на телеэкране полезно ориентироваться в своих физиогномических характеристиках и, используя визаж, подбор причёсок, эффект аксессуаров, проводить необходимые корректировки лица.

Красивые волосы. Это весьма желательная составляющая имиджа телеведущего. Но если природа не оказалась щедра, недостаток можно компенсировать хорошо уложенной прической, которая, соответствуя типу лица, «работает» на ведущего.

Стройная и пропорциональная фигура. Далеко не все наделены хорошей фигурой. Но это не должно быть предметом особых переживаний. Наличие стройной и пропорциональной фигуры желательное, но не категоричное требование к работе телеведущего. Поэтому честолюбивому телеведущему следует уделять больше времени поддержанию своей физической формы, заниматься шейпингом, верховой ездой, игрой в теннис, чтобы эффектно смотреться на экране.

Белые, ровные зубы. Это категорическое требование. Если у телеведущего больные дёсны, а зубы не здоровы, это обязательно будет видно на экране, особенно если передача идёт крупным планом. Белые ровные зубы дают возможность телеведущему красиво улыбаться. Вспомним пресловутый «эффект смайла», широко используемый в американской и японской практике деловых людей и средствах массовой информации.

Приятно звучащий голос. Вокал – это главнейшее вербальное средство телеведущего. Он играет важную роль в создании имиджа. Обладатель резкого, визгливого, «деревянного» голоса профессионально исключается звучать в кадре. Голос телеведущего должен обладать приятным тембром, быть гибким, пластичным, нагруженным эмоциональной теплотой.

Выразительность жестов. Жесты так же, как и лицо, активно участвуют в создании имиджа. Они несут огромное количество информации. Жесты – это необходимый коммуникативный инструмент телеведущего, а потому владеть техникой жеста – обязательное требование к работе таких профессионалов. В обычной речи жест предшествует слову. Почти сливается с ним в моменты горячности, как бы выделяя его курсивом. Бывает, спешит за словом вдогонку (разведенные руки после «ну что ты на это скажешь?» добавляют: «Ведь нечего...»). Жест играет со словом, то заряжая его одним значением, то вдруг придавая обратный смысл[8].

Живой ум. Человек, обладающий живым умом, всегда интересен и собеседнику и зрителю. Богатое воображение, дар импровизации, умение нестандартно мыслить, живо реагировать на события, происходящие вокруг, – великолепные качества, которые желательно иметь телеведущим.

Доверительность. Это качество бесценно для телевизионного общения. Ведущий призван демонстрировать своё искреннее отношение к тому, о чём он рассказывает с экрана. Важно, чтобы он был уважительным по отношению к своему собеседнику по телепередаче, тактично воспринимал его мнения и переживания.

Главные характеристики имиджа в сфере деятельности СМИ можно описать, учитывая три обстоятельства:

- во-первых, имидж коммуникатора всегда упрощен по сравнению с объектом;

- во-вторых, этот имидж как бы живет самостоятельной жизнью в сознании аудитории, значит, динамичен и может изменяться;

- в-третьих, он находится между реальным и желаемым, восприятием и воображением.

Сам же процесс формирования имиджа можно разбить на этапы:

- Выявление целевых групп, с которыми журналист, в первую очередь, собирается взаимодействовать.

- Изучение (хотя бы эмпирическое) пристрастий читателей, радиослушателей, телезрителей, с которыми индивидуальный коммуникатор предполагает взаимодействовать: образ, который он собирается создавать, должен отражать ожидания реальной и потенциальной аудитории.

- В качестве доминирующих, как показывает практика СМИ и наши опросы журналистов, можно назвать три составляющих «работающего» имиджа:

• умение говорить «на языке» своей аудитории;

• знание того, что именно сегодня ее волнует;

• острота ума и чувство юмора.

- Подбор журналистом и «примеривание» адекватного типажа, называемого еще «социальной ролью» коммуникатора.

- Привлечение внимания к персоне журналиста. Психологи по этому поводу замечают: говорить мы начинаем прежде, чем произносим первые слова. Следовательно, внешность, одежда, манера держаться и еще многое другое определяют едва ли не с первых мгновений коммуникативного контакта перспективность взаимоотношений коммуникатора и коммуниканта.

- Вербальный (текстовой) ряд – что и как излагает журналист, насколько аргументировано, убедительно. Казалось бы, на экране происходит полная самоотдача героя. Но отдача чего? Не того ли, что было уже «наработано» прежде? Рассчитано на внешнее впечатление? На создание «образа» человека непринужденного и чуждого всякой скрытности? (Конечно, уже и сама эта артистичность – свойство незаурядное. Но свойство, скорее, темперамента, а не личности.).

Мы очень часто помним не то, что с нами в действительности происходило, а то, как мы впервые об этом рассказали. От повтора к повтору эти рассказы шлифуются, обрастают деталями, обретают литературную завершенность (не она ли и выдает их мнимую безыскусность?) [8].

- Способность вызывать доверие у своей аудитории, а также у потенциальных реципиентов (тех, кто мог бы быть вашим читателем, телезрителем, радиослушателем, но по каким-то субъективным причинам не стал им). Здесь можно говорить о незаурядности личных качеств журналиста, профессионализме, компетентности, может быть, даже определенном «стандарте на героя» у той или иной группы аудитории СМИ.

- Самый главный этап. Журналист (коммуникатор) должен для себя сам или с помощью профессиональных имиджмейкеров дать ответы на четыре простых вопроса:

• Чего я хочу добиться как профессионал?

• Что я могу (природой мне даровано лишь это)?

• Кто я сегодня как личность (воспитание, образование)?

• Что я должен сделать для того, чтобы добиться результата?

В профессии телеведущего приоритетный фактор успеха – умение нравиться публике. Не многие ведущие имеют персональных консультантов по имиджу, поэтому им следует уделить особое внимание технологии самопрезентации, т.е. технологии подачи себя, привлечения внимания телезрителей к своим лучшим личностным и профессиональным качествам.

Она помогает овладеть реальным механизмом эффективного воздействия внешнего облика людей друг на друга. В.М. Шепель в книге «Имиджеология: Секреты личного обаяния» пишет: «Чем значительнее замыслы и претензии личности, тем более она озабочена своим имиджем. У такой личности стремление к созданию яркого имиджа – мощный внутренний мотиватор, побуждающий её на огромную работу над собой, на преодоление в себе всего того, что мешает быть лидером или звездой... Отсутствие внешних данных не перекрывает дорогу к личному имиджу. Только надо хотеть или уметь наилучшим образом самовыразить свои сильные личные качества. Более того, в каждом имеется дарование нравиться людям... чем больше прилагается усилий нравиться людям, тем ярче высвечиваются интеллектуальные, художественные, телесные и информационные характеристики личности» [14].

В технологию самопрезентации В.М. Шепеля входят четыре мини-технологии: визуализация облика, коммуникативная механика, флюидное излучение, вербальный эффект.

Самая выразительная часть личного имиджа – лицо. Создать привлекательную мимику – одна из важных профессиональных проблем телеведущего. Обозначим основные приёмы решения проблемы «строительства внешности» телеведущего.

Гигиена кожи лица. Лицо любого человека, требует постоянного и тщательного ухода. Телеведущему, как человеку публичной профессии, необходимо следить за кожей лица. Не у каждого есть время и возможность посещать косметический салон. Поэтому необходимо знать особенности своей кожи и уметь за ней ухаживать. Хорошо использовать комплексное воздействие на кожу (очищение текстуры, тонизирование, увлажнение, защита), которое даёт хороший результат, помогает держать кожу в тонусе, не затрачивая на это много времени.

Макияж. Как женщины, так и мужчины на телевидении должны пользоваться косметикой, чтобы хорошо выглядеть. В студию необходимо приезжать заранее. Нельзя появляться перед камерой без профессионально сделанного макияжа. В этом процессе большая роль отводится тонированию лица. Хорошо, если на студии есть визажист, который поможет ведущему справиться с этой задачей. Однако многие телеведущие предпочитают это делать сами, зная особенности своей кожи и конфигурацию лица. Для этого необходимы следующие средства: тональный крем, корректирующие или нейтрализующие маскирующие средства, высветлитель, компактная или рассыпная пудра.

Ведущие должны учитывать, что крупный план позволяет увидеть самые незначительные недостатки, подчас даже их усиливая.

Причёска. Привлекательная причёска жизненно необходима для создания хорошего имиджа на экране. Ведущему важно уметь оценить, насколько форма, цвет и структура причёски «работают» на него перед глазом телекамеры. Волосы должны быть не только причёсаны «волосок к волоску», но выглядеть естественно и быть к лицу. Нет проблем, если на канале или в передаче работают опытные стилисты и парикмахеры, что сразу становится заметно. Сложнее, когда приходится обходиться своими силами. В этом случае нужна причёска, за которой было бы легко ухаживать между визитами к хорошему парикмахеру.

Глаза. При макияже глаз важно учитывать форму глаз и их цвет. Лучше не использовать голубые и зелёные оттенки теней. Наиболее естественно выглядят мягкие коричневые оттенки.

Одежда. При выборе одежды ведущему необходимо исходить из жанра передачи. Ведущие развлекательных программ могут позволить себе стилевое и цветовое разнообразие. В одежде имеет значение шейный вырез. Если у ведущего шея короткая, то лучше не закрывать её высоким воротником. Идеально подойдёт V-образный вырез. Если шея длинная, то лучше использовать высокие воротники, надевать шарф под жакет, носить более длинные волосы. Важно, чтобы цвет одежды гармонировал с цветом кожи, тоном волос, он должен идти ведущему и не контрастировать с общим оформлением студии. Кстати, обратим внимание на то, как нелегко ведущим новостей канала «Культура» вписаться в новое оформление студии, где использованы яркие контрастные тона.

Выбирая цвет одежды, лучше избегать крайностей, например очень светлых и очень тёмных оттенков. Чёрный цвет подавляет, белый – ослепляет. Насыщенный цвет, от цвета фуксии до красного, в большинстве студий не поддаётся контрастированию. Такие цвета кажутся «кровоточащими», ибо контуры расплываются, будто краска.

Самые приятные тона одежды, которые могут использовать мужчины-телеведущие, это средне-синий, мягкий угольный, серовато-коричневый и зелёный. Белые рубашки на экране обесцвечивают лица белокожих людей, выглядят на них бледными и неинтересными. Предпочтительны светлые пастельные тона. При выборе галстука надо помнить, что не следует использовать галстуки цветов от насыщенных розовых до красного.

Язык жестов. По мнению В.М. Шепеля, имидж без выразительного языка взглядов и языка жестов маловыразителен. Жесты и мимика выдают весьма наглядную информацию о человеке, поскольку имеют рефлекторную природу. Поза, жест и мимика есть опредмеченное проявление чувств и мыслей людей. Телеведущий всегда должен помнить, что поза, жесты говорят часто гораздо больше, чем слова. Они должны соответствовать содержанию того, что происходит на экране.

Речь — средство человеческого общения, носитель опосредованного смысла сообщений между людьми обычно в звуковой форме (речь устная), строится на основе языка (алфавит + словарь + набор правил лексики, орфографии и синтаксиса). Устная речь имеет характерные особенности: обилие вводных слов и междометий, инверсии, повторы, возвраты к предыдущей мысли, купюры как бы очевидных промежуточных посылок и т.п. Поскольку наличие указанных особенностей устной речи на экране значительно снижает зрелищность и зрительское восприятие, в телевизионной речи приняты определенные нормы, приближающие ее к письменной, и при подготовке интервью или выступления в кадре к эфиру приходится его «чистить» (хотя делать это не всегда правомерно и иногда просто нежелательно). По стилю телевизионная речь преимущественно разговорная и воспринимается в контексте видеоряда, при сочетаемости с ним по смыслу или наоборот, контрапукте слова и изображения[15].

Телевидение воспитывает не только, когда выступает в функции воспитателя. Оно воздействует на аудиторию языком повседневно звучащей с экрана речи, манерой поведения в кадре ведущих и участников передач, присутствием в эфире людей, воплощающих наши представления об истинной интеллигентности. Или, напротив, – отсутствием всякой интеллигентности.

Но именно такое отсутствие демонстрирует журналист, не дающий себе труда задуматься о последействии передачи для жизни его героев.

Репутация едва ли не каждого человека, попавшего в кадр, может пострадать от неосторожного замечания или прозвучавшей с экрана реплики. Само появление в кадре способно стать губительным для невольных "героев" – жертв насилия или подростков, подозреваемых в преступлении. Показывая лица и обнародуя имена, телевидение делает их двойными жертвами, способствуя известности, в которой они меньше всего нуждаются.

«Профессия моя – тележурналист, сама по себе греховна, – признавалась одна из старейших сотрудниц «Авторского телевидения» Татьяна Гобзева. – Мы бесцеремонно вмешиваемся в жизнь людей, провоцируем неожиданными вопросами, подстроенными ситуациями «с подвохом», заставляем прилюдно обнажать души... Сама бы для себя небось такого не захотела бы... Ты оставляешь их в одиночестве, бросаешь тобою же прирученного человека».

Подобное признание из уст журналиста – редкость.

Телевидение несет не только социальную ответственность перед обществом, но и этическую ответственность перед личностью. И до тех пор, пока оно не станет считаться с достоинством каждого отдельного человека, мы не вправе говорить о достоинстве самого телевидения[7].

Владимир Саппак 40 лет тому назад писал: «Мы открыли телевидению двери своего дома, мы, можно сказать, приняли его в свою семью, и мы вправе предъявить ему определенные требования — да, в том числе и по кодексу нравственности». Демократизм предполагает интеллигентность и скромность. Развязный тон с экрана невыносим (свободное поведение, но не амикошонство). Сегодня с помощью телевизора в наши квартиры часто входят люди, которых в дом обычно не пускали

Есть известное латинское изречение: «Не должно быть пороков в речи тех, кто воспитывает». Лев Толстой говорил: «Язык — душа нации». А сегодня мы все чаще слышим с телеэкрана блатной жаргон, непристойности и просто мат. Это, конечно, не свобода слова, не демократизм, это грубое нарушение элементарных норм нравственности.

Помня о гигантском «тираже» телевидения, необходимо следить за чистотой речи, не допуская «мусора», который потоком идет с экрана: «доказали нам о том...», «как бы слушаю» («как бы руководитель»), «типа того» и многое, многое другое[10].

2.4 Качества телевизионной колонки

Авторское творчество — фигурально выражаясь, глубоко интимный процесс стабилизации работы мозга, сопряженный с созданием некоего авторского продукта в форме допускающего копирование и тиражирование произведения. Из-за высокой конкурентной агрессивности творческой личности авторство не может быть групповым за исключением участия в многоролевой социальной игре типа телевидения с устоявшимся распределением ролей актера, корреспондента, модератора, оператора, режиссера, сценариста и т.д. Особенность творческой личности такова, что возникающие в процессе релаксации мозга в качестве вторичного продукта идеи вкупе с формой их выражения могут оказаться неповторимы, но при возможности их фиксации и документирования, например, в виде экранного или литературного текста, могут вызывать аналогичный эффект «успокоения» тревожного сознания уже при восприятии в качестве произведения искусства и не только у самого автора. Сложная логическая конструкция сворачивается в сверхкраткое выражение Федора Достоевского «Красота спасет мир», так как альтернативный путь личного успокоения негативен, деструктивен для общества. Заметим, что форма выражения идеи более склонна к неповторимости и ценнее самой идеи в завершенном произведении (идеи эволюционируют параллельно и легко заимствуются), поэтому человеку творческого настроя рекомендуется записывать все и сразу, даже то, что он сам не в состоянии оценить. С другой стороны, попытка творить на заказ может вызвать негативную эмоциональную реакцию отторжения у автора в отношении своего произведения, поэтому и необходим институт продюсерства[15]. Необходим не единственный продюсер в роли этакого плантатора на съемочной площадке или в роли диктатора литературной поденщины, а именно высококонкурентный институт с механизмом рейтингообразования.

Многоролевую игру создала человеческая конкурентность, стремление к самовыражению — расчета или целенаправленности в использовании непредсказуемой творческой агрессивности не было. Престиж авторства подняло все то же авторское начало и в результате некоторая технологичность снизила уровень стихийности творчества. Так же, как это произошло с типологией ТВ–жанров, типология авторства отражает усложнение и разнообразие его типов. Причем типологию авторства можно допустимо строить по «эволюционному происхождению» произведения как авторского продукта. Можно выделить тип произведения собственно авторский, компилятивный и версификацию. Что м.б. оценено и в критике, но в любом случае окончательным ответом на вопрос о типе произведения является его судьба после публикаций и отчуждения от авторского начала. Наиболее непредсказуема судьба первого типа, такие произведения чаще могут оказаться преждевременными, несвоевременными или вообще вневременными, оказаться вне моды, и для кассового успеха требуют менеджерской коммерческой «раскрутки» — это прежде всего продукт некогерентного поиска, разработка проблемного поля и тематического пространства. Интересно, что в собственно авторском типе авторства можно выделить своеобразные аналоги двух половых типов (что похоже на разницу в пороках развития, описанных для мальчиков и девочек) — совершенно непредсказуемые формы и вариации, подсказанные эволюционным прошлым. Другие указанные формы авторства более технологичны и скорее позволяют творить на заказ, иногда представимы как перенесение сюжета на иные носители текста или как переписывание с использованием иных изобразительно-выразительных средств. Версификация (экранизация, перевод кино- в телеверсию) и компиляция всегда «найдет своих читателей», расширит аудиторию, но и мир скорее всего не перевернет. Успех компиляций может быть обусловлен новой свободной нишей, как популярность Эрнста Хемингуэя в СССР — массовый советский читатель не был знаком с классиками заимствованных им жанров, здесь читали произведения Джона Дос Пасоса и Френсиса Скотта Фитцджеральда только специалисты и немногочисленная элитарная прослойка, которым могли быть доступны либо литературный американизированный английский или ранние раритетный переводы. Варианты версификации — пародия, например, комедийная на трагическое или наоборот, также использование как фабулы биографии известной личности, когда сюжет наполняется согласно фантазии автора. Встречается как бы обратный вариант, когда автор вставляет в произведение отображение конкретных жизненных эпизодов, исключая из них привязку к конкретности времени и места. Зрительское восприятие освобождается от кабалы первичности использованных автором образов, но если они имели определенный смысл, то именно наличие смысла и сохраняется, именно так происходит любая адаптивная эволюция. На экране же получается то, что называется «элитарное кино» или «кино не для всех». Жизнь советского периода в восприятии из другого времени кажется столь гротескной, что прекрасный «фантастический» фильм можно составить целиком из конкретных жизненных ситуаций, отображая их со всей возможной точностью и ничего не выдумывая, как это сделал Михаил Калик в последней своей работе «И возвращается ветер». Однако автор может пользоваться указанными приемами, как и вообще любыми другими, затрудняющими зрительское восприятие, для искусственного повышения интереса к своему творчеству — известная теорема из области теории информации утверждает, что наличие помех (затруднения восприятия) вкупе с избыточностью (повторами) приводит к резкой поляризации множества приемников (зрителей). То есть аудитория как бы разваливается на захлебывающихся от восторга и плюющихся в сторону экрана, причем ажиотаж по поводу произведения может составлять единственную цель его автора. Существует почти противоположный механизм создания труднодоступного для интерпретации экранного продукта, что теперь модно обозначать неологизмом «виртуальное». Способ впрочем вполне старый — попытка отображения внутреннего образного языка человеческого мозга минуя реальность. Реальные образы могут быть использованы и служат либо для создания своеобразного потустороннего эффекта, либо буквально как некое обрамление не всем доступного содержания. Так, например, сделан фильм «Парад планет», причем подобные произведения, пусть они далеко не всем интересны и с трудом поддаются объективной критической оценке, но в отображении внутреннего образного человеческого мира с их помощью искусство достигает гораздо больших успехов и точности, чем строгие лабораторные исследования и научные теоретические построения. При одном существенном условии — если произведение не искусственно, но действительно является произведением искусства. То есть несет хоть искру авторского таланта, чье наличие или отсутствие не имеет прямой зависимости от типа авторского творчества или используемого автором жанра.

К сказанному об авторстве необходимо добавить, что избранный человеком личный путь самовыражения может быть удачным или наоборот, сделать его в одночасье знаменитым или запереть во тьме забвения исключительно по причине занятия не своим делом, но сравнительная оценка авторских продуктов в искусствоведческой критике или научном исследовании, а еще лучше зрительское восприятие показывают — плохое и хорошее, талантливое и гнусное, яркое и скучное можно обнаружить в произведениях буквально всех существующих жанров, во всех ветвях любой типологической схемы.

Адресность — свойство большинства творческих произведений в текстовой форме, обладающих внутренней или явной диалогичностью в связи с реактивной потребностью ответа в качестве побудительного мотива творчества; так многие художественные произведения мировой известности являются скрытыми пародиями или версиями («Повелитель мух» В.Голдинга, «Дама с собачкой» А.Чехова, «Маленький лорд» Юхана Боргена, «Трехгрошовая опера» Бертольда Брехта, «Фауст» Гете). На телевидении адресность возникает в связи с переходом от стадии технического эксперимента, когда «все для всех», к форме рутинного регулярного вещания, с целью привлечь к экрану предметным интересом различные социально–демографические группы аудитории. По критерию адресности на телевидении, так же, как и в редакции прессы, возникают творческие структуры — редакции, рубрики, передачи (молодежные, детские, сельские, женские, для учителей или врачей, для военных и т.п.). В связи со сложными вариантами востребованности возникает виртуальная адресность, когда как эфир, так и InterNet может забивать «информация», никому в отдельности конкретно не нужная. Не следует забывать и о том, что иногда уже давно привычный в большинстве семей телевизор не выключают именно потому, что привычен и не мешает, в вовсе не потому, что передача интересна.

Востребованность (жанра, темы, рубрики, произведения, образа, имиджа, общественного движения, словесного выражения истины) — совокупность причин и механизмов, обеспечивающих тиражируемость, например, проявление эффекта необходимой истины. Возможна не менее чем в трех вариантах. Авторская, когда яркая личность самовыражается в отчуждаемом произведении или собственном образе (поступке), не представляя наперед, кому это может быть нужно, как создатели многих талантливых или просто необычных передач на отечественном ТВ. Основана на сочетании стремлений личности к самовыражению и необычности, оригинальности. Так, фильм «Великий диктатор» эклектичного по форме жанра позволил Чарльзу Чаплину высказать и тиражировать отвергнутую миром в глобальном безумии истину, для чего в популярный постановочный жанр была инсертирована публицистика — шесть минут монолога! Впрочем, востребованная роль клоуна, шута или трикстера говорить людям то, чего в устах обличенной властью фигуры они не потерпели бы. 2. Аудиторная, почти всегда выражающая явление необходимой истины (прежде это называли «социальным заказом»). Например, пишущие в газету или звонящие на радио часто просят негативных материалов (вопреки очевидному улучшению среднего уровня жизни). Напротив, интервьюируемые «на раскрытие личности» работники творческих профессий РВ и ТВ (то есть реализованные профессионально) еще чаще выказывают самоубеждаемость в личном благополучии вопреки выявляемому душевному дискомфорту. Аудиторная востребованность детализируется согласно скрытой или открытой популярности (см.) и т.д. 3.Востребованность на основе социального синергизма без заданного наперед адреса в аудитории (например, обильное распространение в острое время пророков и проповедников), обеспечивает существование абсолютной истины в системе идеологии как бы «навязанной» аудитории благодаря конформности последней, ксенофобиям, расхождению публично высказываемого с собственными мыслями и потребностями человека, а также другим причинам на уровне кооперативных эффектов психики. Вне этого явления невозможно понять продленное и многообразное влияние на российскую действительность произведений, очевидно отстающих от эстетического и интеллектуального уровня аудитории. Совмещение востребованностей различного рода случается достаточно редко и приводит к синергизму, экстенсивно повышая тиражируемость.

Существование указанного третьего варианта востребованности объясняет зависимость гражданина общества от системы СМИ и возможность превращения прессы в мощный механизм власти. Человек в своем состоянии зависим от собственной потребности в информации определенного типа и формы ее подачи. Было бы ошибкой считать, что его потребность сводится именно к тем предлагаемым конкретным сведениям, которыми заполняется информационное пространство. Личностное информационное ожидание сводится к набору сведений, начиная от состояния здоровья главы государства до прогноза погоды на завтра. Журналистская конкуренция использует зависимость гражданина от СМИ, даже если он относится к не-аудитории вообще или данного конкретного источника (канала, органа СМИ) в частности. Любопытно, что заведомо зависимые потребители навязываемого публичного текста, эфирного или прессы, часто искренне полагают, что достаточно нажать на соответствующую кнопку приемника или не покупать газету, чтобы чувствовать себя свободным в стране с мощной государственной машиной. Навязываемость «информации, которая стряпается для народа» в горизонтальном слое различных ветвей власти есть результат востребованности информации определенного типа, которая успешно тиражируется при условии биологической своевременности подачи и адекватности ее формы текущему состоянию общества. Таким образом, вследствие сложных кооперативных эффектов самоорганизации в катастрофической фазе преобразования общества население страны интенсивно поглощает информацию, которой люди чураются в личной беседе.

Союзником журналиста в личной борьбе за внимание рядового потребителя его продукции служит широкое распространение базовой тревожности. Можно сказать что потребности человека возрастают лавинообразно и экстенсивно (не просто интенсивно усиливаются, то есть современный человек просто не знает, чем может быть компенсирована его тревожность и потребность в общении). Фактически тревожность такова, что малейшая угроза ущемления личного «права на информацию» воспринимается как эмоциональная депривация вплоть до развития изоляционного синдрома. Иными словами, пока будет существовать форма «человека современного» с его тревожностью и ростом неосознанных потребностей, зависимости от журналистики ему не избежать — каковой бы она ни была. Журналистика со своей стороны будет генерировать потоки бумажного и экранного текста, обрушивая лавину «истин», логотипов и образов, потребляемых исключительно вследствие полного отсутствия конкурентного исключения. Говорить о журналистике острого времени с применением категорий объективности — фактически завести проблему генерации нового в тупик узкопрофессиональной этики (пример истины без персонифицированной адресности, за исключением может быть преподавателя курса журналистики — любые ограничения деятельности журналиста так или иначе ограничивают источники и экранируют потребителя)[15]. С другой стороны, правда не в журналистской информации, а в том, что каждый конкретный телезритель может думать одно и тоже — если этим экран заполняют, значит это кому-нибудь нужно. Что и означает третий тип востребованности.

Третий вариант востребованности, тиражирующий то, что никому в отдельности не нужно, показывает в ином ракурсе, насколько наши сограждане склонны буквально каждую проблему считать глубоко личной, даже если именно эта проблема так или иначе затрагивается интересы каждого. Отсюда рождается иллюзия о достаточности выключения кнопки, чтобы чувствовать себя свободным. Напомним, что сказанное не является перманентным атрибутом человеческого существования, а имманентно времени повышения базовой тревожности, и все вместе приводит к мощному синергизму всплеска общественной активности: нагруженные нерешенными проблемами, люди еще более зависимы от возможности выхода на уровень общественной жизни.

Третий вариант востребованости как форма зависимости человека от СМИ не интерпретируется как потребление внешней информации, лучше — как вхождение в виртуальный надличностный мир. Для человека, самоидентифицирующегося на уровне рядового члена общества, пассивная некритичная востребованность в предлагаемой журналистской продукции есть одна из форм потребности в высшем авторитете для оформления и ограничения социальных амбиций в личном общении. В принципе неопределенная неограниченность социальных амбиций и ее нарастание характерны для времени, но особенно выражено данное явление для нашего общества. Без внешнего авторитета человек способен потерять круг личного общения и оказаться в изоляции. Иными словами данное явление может быть интерпретировано как продленная инфантильность, личностная социальная незрелость, в общем-то поддерживаемая отечественными властными структурами вообще и журналистикой в том числе. В указанном ключе макросоциальная сфера, в которой рядовой гражданин общества пребывает пассивно да и то фактически в ее виртуальном имижде журналистского творчества, не замещает живое общение, а возвращает человека в него и даже лечит. Однако зависимость от СМИ усиливает. Далее можно рассматривать услышанное, увиденное и прочитанное как эстетическую информацию относительно которой происходит поляризация и структурирование аудитории. Как и по восприятию культуры вообще, люди вступают в общение по принципу общих книг, фильмов статей и их оценки, позитивно или негативно.

Зависимость потребителя информации от ее производителя усиливается отсутствием в открытой публикации ключевой информации, создающим эффект отчуждения «приобщенных» к общественной игре от «живущих на общих основаниях». Стремление передавать некую управляющую информацию в настоящее время даже не маскируется — она внедряется в такое заполнение эфира, которое даже на престижной, с высокой оплатой журналистского труда радиостанции «Эхо Москвы» может напоминать радиоузел пионерского лагеря. Явление зависимости личности от навязываемой информации не может быть оценено однозначно. Можно сказать, что система СМИ, творя некую виртуальную «общественную жизнь» в процессе личного конкурентного самоутверждения составляющих ее многоролевую игру журналистов, создает для общества некое описанное будущее и тем приводит в действие механизмы развития цивилизации. Первичной причиной перемен является нарастание базовой тревожности общества, которая сама по себе не находит естественного выхода кроме очевидной деструктивности. В исторической действительности есть и примеры, когда как пресса, так и само государство выполняли деструктивную функцию, обеспечивая незадержанность и эффективность катастрофического перехода. Однако эта самостоятельная тема выходит за рамки настоящей работы (см. также «типологическая структура»).

Язык телевидения — изобразительно–выразительные средства: слово, звук, изображение. Изобразительный ряд формируется на основе трех основных компонентов — кадра, плана и ракурса с помощью монтажа. Развитие телевизионных жанров, детализация их структуры и дивергенция вариантов позволяет наглядно продемонстрировать, насколько эклектично–богатым конгломератом изобразительных средств владеет телевидение, включающее чисто журналистскую деятельность, сближающую его с прессой и тем породившее понятие «электронные СМИ», и художественно–творческую деятельность, сближающую его с театром и кино. Разумеется, одновременно телевидение использует и семиотическую систему в любой форме эволюционно–творческого текста — знак и символ, сочетаясь в ненавязчивых последовательностях, путем ассоциативной игры параллелизмов и контраста создают мощные, эмоционально активные в зрительском восприятии инвариантные относительно времени и места стереотипические мифы и символы. Каждый конкретный символ в высокой степени условен в зависимости от индивидуального опыта личности зрителя и лишь суперпозиция образов от многих использованных знаков создает в восприятии зрителя богатый содержательный образ.

В последнее время все больше говорят и пишут о том, что сложные проблемы нашего общества усугубляются постоянным увеличением показа сцен насилия на экране, и напрямую связывают с этим разного рода эксцессы и беспорядки в общественной жизни. Министр внутренних дел России Борис Грызлов в обращении к студентам и преподавателям факультета журналистики МГУ («Российская газета», 7 июня 2002 г.) писал, что «чрезмерное насилие на экранах ведет к насилию в жизни». По его словам, «создается впечатление, что человек в России рождается только для того, чтобы совершить преступление или его раскрыть. Психологи уже заговорили о «криминализации массового сознания».

Потоки информации приобрели новые пространственно-временные формы. Они стали носить внеисторический и внегеографический характер. «Виртуальный мир» глобальной власти повсеместно вытесняет из сферы принятия решений локальные сообщества, лишает их самобытности и внутренней ценности (см.: Castells M. The Information Age: Economy, Society and Culture. Oxford, UK, 1996)

Тип хронотопа - специфика телевизионных жанров заключается в пространственно–временной организации, которая связана с возможностью одновременности показа события и его восприятия, то есть то, что называется сиюминутностью и вне телевидения невозможно в форме жанровой атрибутики всеобъемлющих изобразительных средств. Например, прямой репортаж возможен и на радио, но там он идет без изображения (видеоряда). В этом понятие телевизионного жанра непосредственно соотносится с понятием хронотопа. Типология хронотопа разработана в литературоведении, но применима к любому виду искусства с текстовой формой творческого продукта, в чем прослеживается прямая связь телевизионной драматургии с филологическими закономерностями.

Жанр(фр. genre) — формально–содержательная категория, разработанная в литературоведении с целью классификации творческих продуктов текстового характера (произведений) по их типу. Здесь нет противоречия — формальная как единица классификации, т.е. продукт соответствующей формализованной процедуры, и одновременно типологически содержательная. В основе понятия жанра лежит классификация по типологии или конкретно по диагностическим характеристикам, которая, как и любая классификация, достаточно условна: так, репортаж может включать интервью, как документальное произведение — использовать элементы игрового (постановочного, художественного) искусства. Равновозможно жанр может быть определен как исторически сложившийся тип произведения, имеющий общие характеристики и закономерности. Каждому жанру можно приписать как минимум четыре характеризующих признака: 1. функциональную направленность, 2. степень обобщенности повествования (глубина анализа в интерпретации фактов и связей данного события с другими), 3. оценка события, или эмоционально–аксиологическая направленность, 4. характер использования тех или иных изобразительно–выразительных средств в различной степени и соотношении. В восприятии произведения зрителем большую роль играет форма «заявленного жанра», определяемая коммерческим названием экранного продукта или анонсом. Заявленный жанр может повысить кассовый зрительский успех через влияние на адресность и психологическую установку[15].

Композиция — творческий синтез целого из частей с получением эффекта гармонии в восприятии, что является единственным общеприменимым критерием полноценности, завершенности авторского произведения. Для действующих систем возможен критерий конструктивной конкурентности, для действующих технологических систем с производством продукции (в т.ч. экранной) — по гармонии продукта. Наличие гармонии идентифицируется по эстетической эмоциональной реакции зрителя или слушателя и т.о. красота предмета, явления или коммерческого продукта становится его виртуальным свойством. Не следует забывать и то, что не поддается количественной оценке и доказательной статистике, не может служить критерием, но тем не менее является конструктивной основой высказывания Достоевского «Красота спасет мир»: сам творец–композитор (любой, не только музыкальный) в процессе творческого акта получает столь завершенное эстетическое удовлетворение, что уже это само по себе позволяет существовать в мире несбалансированной личности. Кроме того остается еще и продукт, позволяющий вести с внешним миром диалог в форме искусства. Однако композиция все же не таинство и научному исследованию поддается. Композиция в литературоведении — принцип составления (структура сюжета) произведения, традиционно включающая вступление (зачин), развитие действия, кульминацию (высшая точка конфликта), развязку (заключение). Аналогично строится драматургия многих экранных жанров. Указанная структура сюжета в явной форме присутствует в собственно драме (телеспектакле, телефильме и мультфильме), в водевиле, фильме–опере, фильме–балете, оперетте и т.д. Фактически же даже подача новостной информации или программа передач вещательного дня тоже имеют своеобразный сюжет со все той же структурой. По иным законам, но обязательно со своей гармонией, строится композиция зарисовки, очерка, эссе — здесь важнее ассоциативность и ритмика кадров, планов, тем и мыслей соответственно. Авторский коллектив может нарушить законы гармонии, если кассовость превалирует над художественным качеством. Так, импортные дешевые фильмы притягивают зрителя к экрану либо внешними данными актеров в сериале, либо сексуально–активными образами в эротике, либо отвратительностью триллера и в таком случае на сценарии, сюжете и его драматургии продюсер экономит. Как, впрочем, и на экстерьерных съемках.

Глава 3.Практическое изучение авторских приемов колумнистов

3.1 Наиболее часто используемые Максимом Соколовым приемы

Максим Соколов в течение ряда лет вел в газете "Коммерсанть" рубрику "Что было на неделе" (эти материалы и были положены в основу книги «Поэтические воззрения россиян на историю» [5]). Учитывая говорящее название рубрики, перед Максимом Соколовым стояла задача: еженедельно давать новый материал. С другой стороны, благодаря различным новостным выпускам, "факты недели" обычно бывают не столько известны, сколько уже "выучены" читателями:

Итак, нужен "эффект новизны при описании уже известного читателю" . Решает Максим Соколов эту задачу за счет формы изложения, что более реально для еженедельного обзора. Стиль, выработанный в «Коммерсанте», станет постоянным атрибутом творчества колумниста.

Далее я предоставляю подборку характерных фрагментов текста Максима Соколова. Приемы написания отдельных фраз и даже слов (например, М. Соколов пишет "инавгурация"), мной не анализировались.

Искусственное противопоставление фактов, оценок, трактовок терминов. Это помогает журналисту достичь эффекта «объективности», а также, не называя открыто своей позиции, Максим Соколов дает понять читателю свою позицию по тому или иному вопросу. Порой этот прием используется колумнистом для обнаружения несоответствия между словами и делами публичных лиц (чаще всего политиков, так как Максим Соколов печатал свои материалы в «Известиях» в рубрики «Общество» и «Политика».) Благодаря высокому уровню образованности, знанию многих тонких аспектов самого разного масштаба событий журналист может соединить на идейном, а затем и на фактическом уровне, самые различные понятия и происшествия[18]).. Он, анализируя существующую реальность, может сказать, что, по его мнению, послужило причиной, истоком той или иной проблемы, потому что он обладает широким кругозором, который, несомненно, будет давать о себе знать в его текстах. В связи с этим, можно выдвинуть гипотезу: проанализировав объемный текст, возможно выявить не только литературные приемы автора, но и приемы его мышления. И это ярко доказывают следующие примеры из материалов Максима Соколова.

Сведение воедино никак не связанных в реальности фактов, событий: «Служители муз, решив под началом поэтов-пророков Ю.В. Бондарева и А.А. Проханова отпраздновать святки, разгорячились и пошли в гости к собратьям по лире с целью их немножко погромить. Сами по себе святочные визиты с легким мордобоем и употреблением нецензурных выражений, в общем-то, соответствуют истинным русским традициям, так что нельзя не порадоваться тому, что литераторы решили практически овладеть календарными обрядами. Огорчительно только то, что фольклорный праздник изобиловал грубыми, хотя и просветительными, если учесть образовательный уровень его участников, ошибками: "вином и злобой упоенны" литераторы зачем-то сожгли соломенное чучело Е.А. Евтушенко, совершенно не учитывая, что чучела жгут вовсе не на святки, а на масленицу. Эффект получился примерно тот же, как если бы в Прощеное воскресенье Ю.Б. Бондарев и А.А. Проханов пошли купаться в речке с голыми девками, не учитывая, что это надо делать лишь на Ивана Купалу»[19].

«Учение Клаузевица о "тумане войны" не менее насущно и для тумана политики, это тоже такое состязание, где зачастую побеждает не столько великий стратег, сколько та сторона, которая всего лишь сумела наделать меньше глупостей. Ибо состязание в глупостях составляет неотъемлемый элемент политборьбы - что и было доказано судебной тяжбой Г.К. Каспарова с антифашистским движением "Наши". В видах антифашизма те распространили в начале декабря листовку-буклет, где наряду с прочим утверждалось, что Г.К. Каспаров является гражданином США. Очевидно, в том смысле, что где сокровище ваше, там будет и сердце ваше, т.е. в своей борьбе чемпион радеет скорее за интересы своего нового Отечества, что не есть хорошо. По крайней мере, сам sujet de question понял сообщение антифашистов именно так и вчинил им иск на 30 млн руб. за то, что они портят ему политику. [20]»

Сведение воедино противоположных оценок:«Разница было в том, что вместо портрета либерального демократа на ней был изображен портрет загримированного юбиляра, представляющего комдива Котова - героя кинофильма "Утомленные солнцем". Хлебнув комдивовки, триумфатор в сопровождении цыганского хора с подъемом исполнил песню "Мохнатый шмель на душистый хмель", за что был удостоен ордена Сергея Радонежского I степени.

Статут учрежденного Патриархией высшего духовного знака отличия предписывает награждать им лиц, совершивших духовные подвиги I степени. Между тем, в речах и поступках юбиляра наблюдаются признаки совершенно исключительного, напряженного самолюбия и самомнения при отсутствии истинной простоты, прямоты и сердечности - что никак не свидетельствует о смиренном и радостном обладании благодатными дарами. Казалось бы, смирять столь всепоглощающую гордыню новыми знаками духовного отличия - что тушить пожар керосином[21]».

«В критических отзывах касательно решения В.В. Путина возглавить "Единую Россию», приняв предложение о председательстве, наблюдается сильное внутреннее противоречие. С одной стороны, [критики](http://click02.begun.ru/click.jsp?url=4vrJyB1ilengt8lfydweCN6g-MzK0MtvbIvKGGNZDu2Y78NAn-DCpNG*RsYHyNYfTBHeYduEfYOq87xZqP7-iNXqLwM2VHiinfsKQ3oMHnOzkRltN85EggJ9hwjEqoeznBpdnvnQhm3ykGiP9N5PKcKMq9X4FVPXu1d4pQtBe1AcnlFf6r3477v5u6lqnkXACTjQ0b0PRtQknZ0*VYCSL-6KZqM-my3AaWc7CDyZnOKqTdKM19nu4X8YPMEPHTt*im9*Zo6T*0VEdPUvtiboxvdmkKAzHH9KwWz3QcQPMNml7o3mLQ8zJ7OWc*yQNi171gJV8R-b7azdjHqrMKQdYiHaCQvXJdKl9WYs1oFr*MEgor893-s8z8ZrUcImQ0-biZe3uUmS-jyqkcHDof7fRGISDS6EzvNKmBAbW9qFLxwQnWl1Avxi5bP7oizytmnT-*xlHBVB-ruTOj34E1KUeEE4bevxq03ZCbA3zvOxJXtbKlRMcWeS4uYPO3oSN9Sz8-sOLLupAAg) указывают на то, что перед нами сосредоточение в одних руках партийной и правительственной власти - в связи с чем проводятся однозначные аналогии с советской системой. С другой стороны, спешно принятая съездом ЕР поправка, устанавливающая, что можно быть председателем партии, не будучи ее членом, как оно в результате и получилось, вызывает нарекания уже другого свойства. Тут говорят уже не о том, что это похоже на советскую систему, а о том, что это вообще ни на что не похоже[22]».

Различные - вплоть до противоположных - трактовки терминов: «Вечерочный зоил написал, что "москвичам наплевать на урожай" и что "в столице бананы продаются по цене моркови, а импортное продовольствие составляет не менее половины, потребляемого горожанами". Это, по мнению мэрии, "является оскорбительным для столичной администрации, порочащим ее честь, достоинство и деловую репутацию».

«Наплевательское отношение москвичей к урождаю при всей своей прискорбности не может порочить честь, достоинство и деловую репутацию мэрии, ибо умственные воззрения столичных жителей на проблемы с/х производства не является объектом муниципального управления, а потому мэрия не обязана отвечать за неправильные суждения москвичей[23]».

«Не менее яркий художник слова, президент РБ Г. Лукашенко поделился с прессой интимными секретами своей мужской дружбы с Б.Н. Ельциным. Будучи спрошенным любопытными газетчиками, целовался ли он с президентом РФ во время из последнего свидания, А.Г. Лукашенко возразил: "Мы не целовались никогда, вы это бросьте. Просто по-русски, как это называется у православных, лобзались.

Прежде считалось, что различие между глаголами "целовать" и "лобзать" не имеет вероисповедного смысла, а является сугубо стилистическим - последний глагол дается в словарях с пометкой "устар". Возможно, президент РБ является галломаном и настолько привык мыслить по-французски, что его испугала двусмысленная семантика французского глагола baiser, означающего, наряду с лобзаниями, также и много более энергические действия любовного характера, - и вполне искренно отвечал, что никогда ничем таким они с президентом РФ не занимались[24]».

Монтаж различных стилей и цитат. Для языка Максима Соколова весьма характерно достаточно гармоничное сочетание разговорного, высоколитературного и научного стилей речи. Использование различных цитат из накопленного опыта народной мудрости, вставка эмоционально окрашенных слов чаще грубого разговорного стиля помогает автору «снизить» его природный «высокий», порой, непонятно научный язык. Тем самым колумнист достигает эффекта «двойного объяснения» с читателем: одно и то же понятие он описывает пафосным языком, вставляя просторечные объясняющие примеры, цитаты, и подобные этим иллюстрирующие понятия, которые могут помочь читателю без лишних слов понять мысль журналиста. Используя просторечную, разговорную, а иногда и весьма грубую лексику создается авторский образ. Журналист для читателя не просто эксперт, думающий человек, мнению которого можно доверять, но и «свой парень», который вызывает особый род доверия у аудитории, ведь автор говорит на ее языке, который она использует в повседневной жизни. Примечательно, что этим приемом достигается и особая разновидность объективности авторского изложения: Максим Соколов показывает, что в реальности имеют место как высоколитературные оценки, так и просторечные высказывания, которые точнее других слов покажут истинный смысл, который хочет донести автор.

Смешение современной хроники и старославянского языка:

«Пророчество сбылось на пятьдесят лет раньше, а в роли Дружина Гавриловича выступил генерал-майор ГБ А.Н. Стерлингов, под началом которого созванный в Нижнем Славянский Собор сурово анафематствовал заглотных коммунистов, прихлебных плюралистов и, как водится, евреев. Соборовавшие избрали Славянский Синод из трех человек, и теперь б/у генерал КГБ А.Н. Стерлингов, б/у член Президентского совета В.Г. Распутин и практикующий губернатор Сахалина В.Н. Федоров будут олицетворять собой три источника и три составные части славянского патриотизма[25]».

«Ныне условием успешного пиления является как раз талантливое проектирование, когда приходят реализаторы проектов и встречают самое благожелательное к себе отношение. Вероятно, доц. С.А. Марков заразился инновационным духом, господствовавшим на форуме ЕР, где характеристика "новшества возлюбил, в старине не крепок" произносилась не в осуждение, но в качестве высшей похвалы, но воспетое им новшество таковым не является, проходя скорее по разряду почтенной старины[26]».

Смешение языка хроники и жаргонных (реже - иностранных) выражений: «В духе популярных "Старые песни о главном" автомобильное величие державы можно будет практически реализировать в стиле ретро, вспомнив описанный еще Ильфом и Петровым автомобильный проект, загубленный, к сожалению, в годы сталинизма. Тогда, как сообщали писатели, наличествовала группировка национальных производителей, полагающих, что России с ее неоглядными просторами, живописными проселками и душистыми портянками необходим особый тип автомобиля, "автотелега", соответствующая отечественной ментальности - "хрястнет мужичок по мотору, захрюндит машина, ахнет, пукнет и захардыбачит себе по буеракам". Горячие заверения официальных лиц о неизменности курса на преобразования следует, вероятно, понимать в том смысле, что под водительством т. Каданникова и верхом на его продукции Россия еще более успешно захардыбачит по пути реформ. Впрочем, ильф-петровские герои-производители уловили глубинную суть явлений. "Шел я раком по буеракам" - это ведь и в самом деле идеально точная формула российского реформаторства[27]».

«Объявление главы государства черным изменником всегда есть крайнее потрясение для государства и может применяться лишь при крайней же необходимости. Для аналитической же мысли калечащая страну операция - это ровно как в баню сходить[28]».

«В результате поздние коммунисты приблизились к тому пониманию, до которого нынешним властям еще предстоит дойти. К тому, что новации - дело хорошее и творческий гений - тоже, но проблема не в отсутствии замечательных изобретений, а в их приживаемости на родной почве. Да, бесспорно, если в России, чей народ творчески одарен, изобретут коммерчески выгодный философский камень или perpetuum mobile размером с сигаретную пачку при мощности в 5 квт, это будет очень хорошо[29]».

Примечание.

В приложении к книге «Поэтические воззрения россиян на историю» приводится перечень иностранных выражений, используемых автором.

Смешение хроники и смачных цитат (часто не имеющих никакого отношения к фактическому материалу):«Очередные сетования союзных законодателей по поводу спешно сочиняемого в Ново-Огареве союзного договора вызывают в памяти очень своевременную поэму гр. А.К. Толстого "Бунт в Ватикане" - "Взбунтовался кастраты, входят в папины палаты: Отчего мы не женаты, чем мы виноваты?". М.С. Горбачев реагировал на эти жалобы в точности как pontifex maximus - "Говорит им папа строго: Это что за синагога? Не боитесь вы Бога? Прочь, долой с порога!"[30] »

«Строго рассуждая, перевод зерна на моторное топливо начался не столько в видах борьбы с потеплением (как раз США никаких Киотских протоколов не ратифицировали), сколько в связи с подорожанием ископаемых углеводородов, сделавшим производство топливного этанола рентабельным. В повышении нефтяных цен А.Б. Чубайс вряд ли виноват - хотя кто знает? В рамках логики гр. Ф.В. Ростопчина (вар.: сумасшедшего Федьки, как его именовала Екатерина II) - "Вот, ребята, тот мерзавец, от которого погибла Москва и Россия! Руби его! Руби, я приказываю!" - цену барреля до отметки $115 лично Гайдар с Чубайсом и задирали [20]».

«Опять же тут можно заметить, что на встрече, происходившей не где-нибудь, но в Вашингтоне, скорее всего было довольно участников, способных ex officio внести долю надлежащего оптимизма. "Нам не страшно усилье ничье, // Мчим вперед членовозом труда" - такие речи более естественны были бы в устах людей, отвечающих за состояние гибкой и мобильной экономики, тогда как от министра финансов РФ сугубого американского оптимизма никто и не требовал [26]».

Доведение чужой идеи до абсурда. Этот авторский прием Максима Соколова служит тем же целям, что и предыдущие два. Но способ этот своеобразен. Ведь он содержит в себе черты юмора и иронии, которые, несомненно, привлекут внимание читающей публики. Более того, обычно сдержанный Соколов, предпочитающий скрыто показать свою оценку, словно бы преображается: он может открыто и яростно раскритиковать идею, которая чужда его мировоззрению, его позиции. Максим Соколов проявляет свое авторское «я» с другой стороны: он предстает перед читателем более живым, но не менее умным и сознательным. Здесь уже объективная часть идейного уровня текста открывается аудитории через противоположное объективности понятие – абсурд. Стоит заметить, что этот прием, как и другие два, также способствует увеличению уровня доверия читателя журналисту. Но достигается это через внутренне соглашение читателя с позицией автора, с его разгромной критикой в адрес чьей-то мысли, идеи или высказывания.

Доведение чужой идеи до абсурда с опорой на известные факты и тенденциии: «Артист М.А. Захаров предложил военному министру установить в казармах передовую видеотехнику (VCR и TV с диагональю экрана "от 72 см"), а также новейшие компьютеры, подключенные к "Интернету".

Захаров, вероятно, не знал, что с увеличением диагонали экрана цена телевизора возрастает не линейно, а экспоненциально, быстро доходя до четырехзначных цифр в у.е. Появление в казармах видеотехники, стоимость одного комплекта которой равна годовому денежному довольствию ротного командира, вероятно, сильно укрепит нравственность воинов и окончательно положит предел такому распространенному ныне пороку, как склонность армейцев к промотанию военного имущества. Другую проблему представляет оснащение казарм "Интернетом" - как известно, пропагандируемая Б. Гейтсом мировая сеть сильно засорена порнографией, отчего нижние чины вместо сайтов, трактующих аспекты боевой и политической подготовки, могут обратится к просмотру сайтов совершенно иного содержания - и к тому же платных, что может лечь немалым дополнительным бременем на военный бюджет.

Видя, какой ящик Пандоры намерен открыть М.А. Захаров, дугой носитель духовности, артист Р.А. Быков, тут же нашел средство, позволяющее нижним чинам избавится от страстных помыслов, а самому артисту - получить выгодный военный заказ. На деньги военного ведомства Быков намерен снять сериал фильмов для служебного пользования о вреде наркомании, токсикомании и гомосексуализма.

Замысел Быкова использовать армейский бюджет для борьбы против содомского греха вызывает известные сомнения, ибо таковая борьба не относится к числу определенных законом задач, стоящих перед Вооруженными Силами РФ, призванными отражать нападения вооруженных неприятелей, к числу которых содомиты никак не относится, да и вряд ли содомия нижних чинов является главным источником головной боли для военного министра. Единственным прецедентом для инициативы Р.А. Быкова можно считать разве что докладную записку зампреда ОГПУ Г.Г. Ягоды т. Сталину от 13 декабря 1933 года, в которой Ягода сообщал вождю, что, по данным ОГПУ, "педерасты занимались вербовкой и развращением красноармейцев, краснофлотцев, и отдельных вузовцев", - т.е., как и в наши дни, особо домогались личного состава Вооруженных Сил[31]».

«Что адвокат Ю.А. Костанов и сделал, изъяснив, почему иск подан на такую цифру: "30 млн - это та сумма, которая известна с библейских времен. Можете считать, что из-за инфляции с того времени сегодняшний миллион рублей равен сребренику".Сравнивать денежные единицы столь разных эпох трудно, но поскольку 1 сребреник равнялся 4 драхмам, а равно и динариям, а динарий составлял ежедневную плату воина, а также поденного работника, то считать, что сегодня 250 тыс. руб. - обычная плата поденного работника, все же не совсем точно. Возможно, поденная плата защитника была именно такова, но вряд ли стоит так генерализировать[20]».

Умозрительное доведение чужой идеи до абсурда без опоры на факты: «Председатель думского комитета по законодательству А.И. Лукьянов на досуге преобразует родной язык в направлении более истиной русскости - тринадцатый поэтический сборник Анатолия Осенева носит несколько загадочное название "Лучеса".

Сколь можно понять, Анатолий Иванович решил ввести в употребление новую, нерегулярную форму pluralis с флексией "еса" - по образу "небо - небеса". Однако поэт Осенев явно не учел, что к праславянским основам на -s- (откуда и получается неправильное склонение "небо - небеса") принадлежали лишь существительные среднего рода, слово же "луч" до сих пор принадлежало к роду мужскому. Но если презреть этимологические тонкости, нельзя не признать, что А.И. Лукьянов открыл поэтическую золотую жилу - новую, четырнадцатую книгу лирики он может назвать "Звездеса", а сборник трудов по проблемам партийного строительства в соответствии с нерегулярным склонением слов типа "племя, вымя, стремя" логично будет поименовать "Пленумена"[33]».

«Чубайс пообещал избранному радже РФ и действующему радже РФ не менее впечатляющую энергетическую прогрессию: "В 2009 году мы введем в 2 раза больше мощностей, чем в 2008-м, а в 2010-м - в 2 раза больше, чем в 2009 году". При таком умножении мощностей главное - чтобы Земля не превратилась в сверхновую звезду. [20]».

«Премьер-министр Ю.В. Тимошенко указала на то, что инфляцией страна обязана предшествующему правительству В.Ф. Януковича, тогда как она "перед страной взяла обязательство покончить с этим позорным явлением... уже через 5-6 месяцев Украина забудет, что такое инфляция".

Как правило, даже самые свирепые монетаристы, безжалостно зажимающие денежную массу, обещают не уничтожить инфляцию вовсе, но всего лишь сбить ее, введя в какие-то приемлемые рамки. Ибо после расставания с золотым стандартом вовсе забыть, что такое инфляция, не удавалось никому. Но нельзя не позавидовать харизме Ю.В. Тимошенко, позволяющей ей невозбранно раздавать обещания. Посули своим согражданам хоть фрау канцлерин А. Меркель, хоть сам грядущий премьер В.В. Путин, что спустя полгода они забудут, что такое инфляция, результат был бы очевиден - "Волчьим смехом расхохоталось собрание". Обладатель же истинной харизмы может еще и не такое говорить, производя лишь всеобщую радость.[26]»

Выводы:

Максим Соколов обладает своим, хорошо узнаваемым читателями стилем. Основу этого стиля составляют три приема (искусственное противопоставление фактов, оценок, трактовок терминов; монтаж различных стилей и цитат; доведение до абсурда чужой идеи) и их комбинации. Преимущественно за счет двух приемов обеспечивается решение задачи: эффект новизны при описании уже известного читателю. Эти приемы можно выявить в авторском тексте. Данные приемы могут быть использованы и другими авторами. При этом - естественно - знание приемов не освобождает авторов от необходимости знать "фактуру", уметь связно излагать свои мысли, строить композицию материала, вычеркивать лишнее и тому подобное. А также, подводя итог небольшому исследованию, можно выдвинуть гипотезу, что проанализировав объемный текст, возможно выявить не только литературные приемы автора, но и приемы его мышления, но это в данной курсовой работе освещаться не будет.

3.2 Наиболее часто используемые Львом Рубинштейном приемы

Известный поэт и писатель Лев Рубинштейн занимает очень необычную позицию в современной российской журналистике: ему досталась редчайшая роль писателя в журнале» - проницательного и пристрастного хроникера, день за днем наблюдающего и анализирующего социальную эволюцию, которую Россия переживает вот уже два десятилетия. Его многолетний труд – попытка зафиксировать и осмыслить перемены общественных нравов, настроений, морали. Сам автор, избегая жестких жанровых обозначений, называет свои тексты просто «прозой», или более определенно – «прозой нон-фикшн». В этих текстах читатель отчетливо различит приметы рассказа, и документального очерка, и мемуарного фрагмента, и интеллектуальной рефлексии на события современной российской истории.

Исследование авторских приемов Льва Рубинштейна будет сделано на основании материалов, вошедших в книгу этого же автора «Духи времени». В нее вошла проза Рубинштейна публиковавшаяся в последние несколько лет в журналах «Итоги», «Еженедельный журнал», «Политбюро», «Большой город», «Esquire», Интернет-изданиях «grani.ru», «polit.ru», «ej.ru».

Намеренное снижение языка. Язык Льва Рубинштейна весьма узнаваем. Он, как уже было сказано ранее, писатель, поэтому его язык отмечен особой окраской и стилистикой. Для него, как и для Максима Соколова, характерно использование высокой, литературной лексики наряду с разговорной. Но отличие Льва Рубинштейна состоит в том, что он это делает по-особенному. Он тоже создает образ собеседника, но собеседник этот – не просто ученый эксперт, а человек, делящийся своими переживаниями мыслями, постоянно рефлексирующий, анализирующий все мелочи современного бытия. Конечно, в таком случае авторская оценка будет восприниматься по-другому. Не принижая своего интеллектуального литературного дара, колумнист ставит на первое место сближение с читателем. Намеренно использую грубую, порой, близкую к обсценной лексику, автор дополняет ее своим языком писателя. Чаще всего ситуации, взятые из жизни – автор описывает простым, разговорным языком, а общие, иногда, близкие к метафизическим выводы он выражает через литературный слог.

Использование высокой литературной лексики, оборотов, ярких образов и афористичных фраз наряду с разговорными словами: «Почему я про все это вспомнил? А вспомнил я это потому, что достал он меня, этот лед. Достал в буквальном смысле этого слова. Он настиг меня поздним февральским вечером на пустынной московской улице. Он лег мне под ноги, как гадкий шпаненок. Он подбросил меня, как тряпочного паяца, в воздух. Он шваркнул мною оземь и сокрушил мне бока, отомстив за мое к нему отношение.[33]»

«Благоговейная тишина, нарушаемая лишь почтительным шуршанием привязанных к ботинкам тапок и негромким голосом экскурсовода. Странное, загадочное освещение. Странные непривычные вещи. Попадаются вещи и вполне привычные, но вырванные из бытового контекста и помещенные в контекст музейный, они тоже становятся странными, небывалыми. Мечи и доспехи. Пули и ядра. Дуэльные пистолеты и шахматные доски. Столы и стулья. Книжки и тетрадки. Лампы и тарелки. Глобусы и микроскопы. Сапоги Петра Первого. Ночная ваза Екатерины Второй. Телефонная трубка Ленина. Курительная – Сталина. Чей-то университетский диплом. Чей-то простреленный комсомольский билет. Чья-то шинель.[34]»

«И между прочим, никто никому не доказал, что худым быть лучше, чем толстым. Вполне возможно, что все и наоборот. Во всяком случае, наш родной язык на это явственно намекает. Не даром же слово «худой» означает по-русски «плохой, никудышный». А про располневшего человека говорят, что он «раздобрел». А если человек – это сосуд, то решайте сами, какой из двух сосудов предпочтительнее – тот, что полный, или тот, который худой?[35]»

Использование ругательных слов: «В наши дни в товарных количествах и с довольно тревожным постоянством стали возникать идеологически-языковые ублюдки наподобие «суверенной демократии» или, наоборот, «либерального фашизма». Но даже у ублюдков имеются предки[36]».

«Я тоже шел о ночной улице. Я тоже был в ме5ру трезв. Я тоже не знал, который час. Я тоже обратился к одинокому прохожему ровно с тем же вопросом. И он, этот одинокий прохожий, мне сказал: «Слушай, мужик, как же ты меня заебал![37]»

«Жена – крашеная лахудра с невероятно противным голосом. Дочь – сопливая ябеда с крысиными глазками.»

«Девочка Ира учит математику и мечтает о театре. Хотя какой там театр с ее-то задницей?[38]»

Разыгрывание ситуации диалога: «Есть два сезонных бедствия, падающих на наши непокрытые головы, как метеориты. Эти бедствия – урожай и зима. Какой урожай? Откуда? А мы что, что-нибудь сеяли, что ли? И начинается кровавая «битва за урожай» . Зима? Как, опять? Жили себе спокойно, понимаешь. Зима, видите ли. Топить? Так уже ж в прошлом году топили. Ничего себе – топить… Ну ладно… Колян, вставай. Тут пришли, говорят, топить надо, зима там у них какая-то…[39]»

«А вот мне кажется, что это не так уж и обидно и не так уж оскорбительно, ибо упомянутая выше субстанция - все же продукт жизнедеятельности. А лед – это продукт смертедеятельности. И какие там могут быть компенсации? Даже смешно. Сам ведь виноват. Под ноги надо смотреть. Мечтать не надо. И скажи спасибо, что отделался тремя ребрами. Тебе ведь сказали, дураку, что тебе повезло. Ты что, хочешь поскальзываться на банановой кожуре? Или на мокрых осенних листьях? Или – как та берлинская тетка? Тогда меня географию. Или, на худой конец, дождись смены сезона. Если, конечно, дождешься – гарантий администрация не лает. А у нас тут с вами пока что, извините, лед.

У нас – лед. И он повсюду: на тротуаре, под крышей, на подоконнике, не ступеньках, на перилах, в государственных учреждениях. Ты что, против льда? Ты что, забыл, что в жилах наших венценосных особ текла кровь Снежной королевы? Ты забыл, из чего складывается слово «вечность»? Правильно, из ледышек – вроде тех, что в каком-нибудь заграничном баре-ресторане плюхают мне в стакан с водкой, если я не успеваю вовремя завопить: «No ice![33]»

«А то войдет какая-нибудь в вагон метр и изнурительно блажит: «Извините, что мы к вам обращаемся..ночуем на вокзале восемь человек». Это плохо и малоперспективно. Надо как-то побогаче интонировать, что ли. Нельзя принижать роль интонации. Это недальновидно. Нельзя так ужасно ныть на одной ноте. Это раздражает. И вообще надо вносить в свою работу элементы индивидуальности. Живинка нужна. Человечинка. А то какой-то получается типовой проект. Блочная пятиэтажка. Отказать.[40]»

Заимствование композиционных приемов из фольклора и классической литературы. Часто автор использует композиционные приемы, употребляющиеся в определенных жанрах литературы. Например, выдвигание тезиса, а затем подтверждение его примером из житейской, бытовой действительности больше характерно для жанра притчи. Этому же жанру свойственно совмещение в конце идеи и конкретной темы, но он встречается и в сказках. Кольцевая композиция – этот прием используется во многих литературных шедеврах классиков. Для чего это автору? Возможно, дает о себе знать писательская натура, но, что более вероятно, автор апеллирует (невольно) к литературному опыту поколений, обрамляя свое произведение в ставшую классической форму. Но Лев Рубинштейн не ограничивается только старыми приемами, он вводит свои, которые поставлены в противовес. Ведь авторская цель здесь – донести до читателя свои мысли на том языке, который близок ему. Для этого колумнист начинает свои тексты словно бы с середины разговора, это имитирует беседу, уже начатую когда-то и продолжающуюся на глазах читателя. Но этот прием еще и интригует читателя, ему хочется узнать, о чем же скажет автор дальше.

Выдвигание тезиса, а затем подтверждение его примером из житейской действительности: «А в повседневном обиходе все в большую силу стали входить обращения по половому признаку. Эти «женщины» и «мужчины» оскорбляли нежный слух интеллигентных горожан уже и тогда. Но взамен никто ничего предложить не мог.

Явочным путем кто-то как-то все же пытался. Вот, помню давний эпизод. Мы с моим приятелем заходим в гастроном купить бутылку вина. Время – без десяти семь В семь, если кто не знает, заканчивалась в телегендарные времена торговля алкоголем. Тетка за прилавком нам говорит: «Все, закрыт отдел». – «Новедь еще десять минут», - говорю я довольно нервно, что и объяснимо в данной ситуации. «Не знаю ничего, - не менее нервно реагирует продавщица, -мне еще деньги сдавать. Давайте, давайте! Не стойте тут». Мой товарищ говорит: «Подожди. Я сейчас с ней нежно поговорю». «Видите ли, сударыня…» - вкрадчиво начинает мой друг, но продолжить не успевает. «Чего-о? – взвивается тетка. – Сударыня? Милицию, что ли вызвать? Сударыня! Я тебе щас такую сударыню покажу!» Вина мы не купили.[41]»

«Мы наблюдаем расцвет определенной моды, моды на лояльность. И дело вовсе не только в развеселой кучке спичрайтеров, политтехнологов да раскрутчиков всех мастей. Это работа такая. «Быть в оппозиции пошло» - вот что сказал мне недавно один знакомый газетный писатель в ответ на мое осторожное недоумение по поводу его, на мой взгляд, уж слишком безудержного рвения в оценках исторических свершений законно избранного президента. Я не нашелся, что ответить.[42]»

«Когда-то надо все-таки узнать уже и о далеких предках своих. Пора.

У нас теперь история, в четвертом «Б» классе, первого сентября 1957 года. Александра Федоровна встала, празднично сверкнул золотой зуб.

«Наши далекие предки, ребята, были славяне. Гизатулин, спишь. Не выспался за каникулы? Манукян! Что я сейчас сказала? Повтори.»

Толстуха Манукян болтает с Йозинасом, ей не до предков-славян.

Снова: «Наши далекие предки были славяне. Рубинштейн, а тебя не касается? Извертелся весь! Славяне селились…[43]»

Кольцевая композиция в тексте: «В конце лета лучше никуда не ездить. Лучше сидеть дома и по возможности спокойно ждать каких-нибудь очередных августовских пакостей. Готовиться к ним. Запасаться бакалеей, чувством юмора и седативными средствами…»

«…Впрочем, куда это нас занесло? Начали-то мы с того, что в конце лета лучше сидеть дома. Этим и закончим. И попытаемся научиться жить без потрясений. Попытаемся научиться тому, что скучно жить не так уж скучно.[44]»

«Просить надо уметь. Это, между прочим, искусство, а не что-нибудь еще. Хочешь получить подаяние или грант на проведение конференции по червякам – старайся…»

«Мы подаем нищему две копейки и говорим при этом: кажется, он вовсе не слепой, он симулирует. Человек хочет, чтобы за его деньги нищий был действительно слеп и без рук. Между тем, стоять на улице и просить подаяние, симулирую слепоту, приятнее, чем быть на самом деле слепым, но ненамного. Это тоже стоит двух копеек и нашей никчемной жалости[40]».

«От печки, как известно, танцуют. Как в прямом, так и в переносном смысле. Печка – это центр и суть русского жилища….»

«Мы же продолжаем танцевать. Иногда от веселья. Чаще - от холода. И всегда от печки.[39]»

Имитация незаканчивающегося разговора в начале текста: «Теперь мне кажется, что я ненавидел его всегда. Ненавидел и боялся…[33]»

«Сам-то я всегда был худым. Мой вес не менялся с шестнадцати лет. В девятом классе я…[35]»

«Он не хотел меня обидеть, я уверен. Наоборот. Он, старинный мой знакомый, встретившийся мне недавно на …[45]»

В конце текста соединение идеи и конкретной темы: «Хорошо и раздольно чувствует себя государство на льду. Легко и уверенно скользит оно по гладкой поверхности замороженной страны. А граждане? А что граждане? Подданные великого государства неподвижно и терпеливо сидят во льду, как устрицы, готовые к употреблению. А если они и движутся, то движутся осторожно, стараясь смотреть себе под ноги и не делать резких движений. А если не уберегся – пеняй на себя. И молись, чтоб повезло. Ну, хотя бы как мне.[33]»

«Войны и геноциды затевают вовсе не те, кто придумывают и рассказывают смешной анекдот про соседа. И тем более не те, кто обладают счастливым умением смеяться над самим собой. Войны затевают те, кому чудится, что сосед собрался отравить его корову или положил глаз на его жену. А чукча тут не при чем.[46]»

«Улица корчится безъязыкая», - написал поэт. Можно сказать и так. Но можно и по-другому. Улица, даже самая безлюдная и захолустная, всегда зрелищна и этически содержательна. Вопрос лишь в том, умеем ли мы различать театральную, музыкальную и поэтическую составляющую повседневной уличной жизни. Умеем ли мы отдаваться ритмы дворницкой метлы. Умеем ли мы обнаруживать радугу в струях поливальных машин. Умеем ли разглядеть за анонимной физиономией первого встречного экзистенциальную драму. Готовы ли воспринять как поэтическое откровение корявую надпись на ржавом гараже.[48]»

Выводы:

Лев Рубинштейн является примером писателя в журналистике, соединяя в себе черты и журналиста, и писателя. Его авторский стиль узнаваем, потому что все его приемы направлены на одну цель: объяснить что-либо читателю на его языке. Из-за этого происходит снижение языка, заимствование композиционных приемов из фольклора и шедевров классиков. Но писательское «я» сильнее, и это проявляется в его юморе, в его обобщениях и выводах, в его апеллировании к своему личному опыту, благодаря которому мы можем восстановить картину русской действительности, начиная с 50-х годов прошлого века и заканчивая вчерашним днем.

журналист телевизионный колумнистика колонка

3.3 Разбор передачи «Однако» и авторского «я» ее ведущего Михаила Леонтьева

Однако — ежедневная (будничная) информационно-аналитическая авторская телепередача с иллюстрациями и видеосюжетами на наиболее злободневные темы в России и за рубежом. Транслируется на «Первом канале». Изначально выходила после программы «Время», теперь выходит внутри её и практически превратилась в её часть. Ведущий передачи — Михаил Леонтьев — всегда начинает и заканчивает выступление повторяя единственную фразу — «Однако, (здравствуйте/до свидания)».

Авторская программа «Однако» затрагивает в основном геополитические вопросы.

Изначально программа выходила сразу после программы «Время» периодически по будням. Во время Войны в Южной Осетии программа начала выходить внутри её. После она перестала сниматься в отдельной студии. Теперь она идёт в прямом эфире и снимается из студии программы «Время» (Леонтьев сидит сбоку от ведущего на месте, которое иногда используется как гостевое (редко в «Воскресном Времени»)).

В 2008 году поменялись и заставки. Символ программы запятая, которая в старой заставке имела прямоугольные формы и была голубого цвета, в новой стала округлой и малинового цвета.

## Авторы

* Михаил Леонтьев— ведущий, автор материалов передачи.
* Максим Соколов— подготовка видеосюжетов.
* Александр Привалов— подготовка видеосюжетов.

Название передачи само по себе является символом и форматом этой телевизионной колонки. «Однако» - это вводная конструкция, подразумевающая противоположную сторону, возражение, открытие новых фактов. Но это подразумевают субъективизм и комментирующий характер передачи. Закольцованная композиция передачи (начинается и заканчивается этой вводной конструкцией) можно истолковать по-разному: за ней можно предположить и бесконечное разворачивание новых «однако», и разность позиций, и, наконец, даже бессмысленность общения, ведь оно не заканчивается, есть эффект непрекращающегося монолога. Колонка построена по принципу комментария.

Комментарий — жанр аналитической публицистики, разновидность выступления в кадре или закадровый комментарий под конкретный видеоряд, в связи с конкретным событием или проблемой. Транслируется в форме самостоятельной отдельной передачи или входит в состав сложной сценарной композиции, посвященной некоторой общественно–значимой проблеме. В настоящее время широко используется для перебивки новостной информации[15].

Теперь «Однако» стала частью вечерней передачи «Время», она словно бы говорит то, что не говорится там: иронически и провокационно Михаил Леонтьев позволяет себе выражать позицию самыми разными методами (от реплик до видевставок). В своем 5-тиминутном комментарии он успевают охватить самую популярную, острую тему и дать свою оценку какому-либо явлению, связанному с ней. При этом позиция его выражается разговорным, понятным, не лишенным яркости и экспрессии языком. Михаил Леонтьев активно использует иронию, как способ самовозвышения: он позволяет себе шутить над всем, тем самым давая себе право не обосновывать свой статус.

Леонтьев – личность скандальная, изначально настроенная на провокацию. Вот пример общения с ним из учебника Сергея Муратова:

Не менее захватывающей оказалась полемика между Алексеем Венедиктовым (радиостанция «Свобода») и Михаилом Леонтьевым (ОРТ), согласившимся на дискуссию вместо не явившегося на передачу Доренко. Дискуссия развернулась вокруг новообращенных понятий «ангажированность», «манипуляция», «компромат»...

«Я не понимаю, что называется компроматом. Есть факты и есть фальсификация фактов. Журналисты занимаются фактами», – настаивал Венедиктов. Леонтьев был сторонником совершенно другой постановки вопроса. Свобода слова – абсолютная самоценность. Это право на выражение собственных мнений (тот же тезис Доренко), пускай даже эти мнения болезненно воспринимаются обществом. В конечном счете, это даже право на порнографию, в том числе политическую. Факты в такое понимание не вписывались. А единственно верное мнение было всегда своим. («Леонтьев из тех телеведущих, у которых нет вопросов, а есть ответы», – заметил один из критиков). И никогда, заявил Леонтьев, своих взглядов он не менял. Тем более в области экономики.

- Но почему надо критиковать только своих политических противников? – недоумевал Венедиктов. – А какие экономические взгляды, скажем, у господина Шойгу... или у господина Путина? «В первый же день, когда Путин выступил в Думе с некоторыми экономическими взглядами, – запротестовал Леонтьев, – я его назвал неокантианцем хреновым».

Мы живем в цивилизованном обществе, возмутилась присутствующая на встрече Ирина Петровская. На улице, в подъезде, в общественном транспорте мы можем сказать, что кто-то «хреновый. Но в общенациональном эфире... тем более, когда речь идет о премьер-министре...

Удивило ее и утверждение ведущего о том, что свои взгляды тот никогда не менял. Достаточно взять его передачи двухлетней давности... Что же касается порнографии, то под нее в цивилизованном мире отводят специальные места. Эти картинки продают в специально напечатанных конвертиках. Чтобы, не дай бог, дети не имели к ней доступа.

Такие рассуждения вывели Леонтьева из себя. «Все, что я читаю у Петровской, это все время погоня за какими-то пустяками – этикой, чем-то там еще...». Телезрителей не надо считать недоразвитыми людьми, продолжил он свою мысль. Любой из них, если чего-то не понимает, в состоянии нажать кнопку на телевизоре. Мы не должны их воспитывать.

Все те же знакомые аргументы. Дебютанты-ведущие, как правило, полагают, что все, кто их слушают, – люди того же круга, что и они. И демонстрируют очень зыбкое (а, чаще всего, никакое) представление о психологии восприятия, не говоря уже о педагогике массовых коммуникаций (сознают ли сотрудники СМИ эту роль или не сознают)[7].

С недавних пор оформление передачи изменилось: Леонтьев не сидит теперь открыто на стульчек, он не противопоставляет себя зрителю, а, наоборот, позиционирует себя как некий докладчик – сидя за столом в той же студии, где снимается «Время». Разбавляет официоз все та же форма: темная официальная одежда и никакого галстука. «Кроме того, тот мой публичный стеб вышел из моды. Сейчас надо быть более строгим. Графическое оформление и музыкальная отбивка тоже изменились. Думаю, это правильно. Передача «Однако», хоть и «самодельная», но не должна выпадать из общего дизайна ОРТ и программы «Время»."- говорит Леонтьев в интервью[48].

Сегодня он — самая ненавидимая «либералами» публицистическая фигура в отечественной журналистике. Не жалуют его и в верхушке патриотического лагеря. Обе стороны ставят ему в упрёк одни и те же грехи. Среди них якобы его «продажность». Как говорят наши нервные либерасты: «Леонтьев — фашист». На мой взгляд, и те, и другие далеки от истины. Михаил не высокооплачиваемый провокатор, просто он сам «пользует» сегодняшних своих работодателей, хотя последние, как и Березовский, простодушно уверены в обратном. По моим сторонним наблюдениям, Леонтьев по своей психофизической природе классический «миссионер». Причём очень талантливый и результативный в деле политического «окормления» и сплочения своей «телепаствы». Его главная цель — нести людям слово. Не всегда адекватное, но достаточно искреннее и яркое для того, чтобы его слушали миллионы. Право критиков — соглашаться с Леонтьевым или нет. Его позиция по многим вопросам хоть и очень личностная, но вместе с тем она всегда созвучна настроению людей «из очереди». В этом он принципиально неизменен, чтобы в его адрес недруги ни говорили[49]. Возможно, этим он и пытается «взять» - мнением «людей из очереди» он пытается стать проще и доступнее для зрителя, вызвать у него доверие и позиционную слитость. Но, нужно отметить, что ничего провокационного против русского государства Леонтьев не говорит, поддерживая имидж канала и того же государства. Наоборот, многие из его монологов звучат как апологетика российской внешней политики, оправдание или растолковывание «простых истин». Особенно это касается передач, посвященных проблеме войны с Грузией.

Нужно отметить некоторые приемы и особенности стиля Леонтьева. Голос у него хрипловатый, а его вечный эффект 5-дневной щетины создает впечатление, противоположное официальной одежде. Женский голос, начитывающий текст за кадром во время видеосюжетов, тоже немного хрипловат и также официален, но без монотонности, что создает единую звуковую гармонию в восприятии передачи.

Особенности языка Леонтьева: монологическая структура построения речи, изобилующая яркими эпитетами, «сочными» оборотами, эмоционально-окрашенными словами. («Противное слово «дефолт», «особенно разит дефлтом от валютного рынка», «загибающаяся экономика», «пламенные революционер». Аллегоричность: «НацБанк вернул гривну на место», «Вот надо было мерзнуть на Майдане, чтобы теперь родить идею: отменить президентство Ющенко, а вместе с ним и всю оранжевую революцию»).

Особую роль заслуживает ирония, переданная не только в речевых оборотах, но и в видео материалах. Так, в выпуске перед новым годом, посвященным краже Украиной нефти есть вставки из старого фильма «Ночь перед Рождеством», что, конечно, создается определенные аллюзии и помогает домысливанию образа в мышлении зрителя. Таким способом снижает некоторый пафос, создаваемы студией и официальной темой. Кстати, во время выпуска четко видно, как на заднем фоне ходят люди – возможно, это тоже служит упрощению восприятия передачи, ведь показываются некие «закулисные» движения, происходящие в студии.

Наверное, потому, что передача идет вечером и является неким аналитическим дополнением к «Времени», адресатов передачи не так просто определить. Безусловно, это взрослые или сформированные молодые люди, которые являются потенциальными зрителями, в первую очередь, передачи «Время». Но в передаче есть стремление выставить современной российское правительство, как говорится, «белым и пушистым», невиновным, а это значит есть место для того, чтобы создать мифы о российской внешней политике и государственном аппарате. Именно на людей, могущих поддаться этому, рассчитана передача.

3.4 Разбор телевизионной колонки «Настроение с Евгением Гришковцом» и авторского «я» ее ведущего

Эта телевизионная колонка выходила с 2006 по 2007 седьмой год на канале СТС дважды в день по будням. Жтейские монологи культового писателя, актера и режиссера Евгения Гришковца в полутораминутной программе «Настроение с Гришковцом». Человеку, который пишет, как говорит, а говорит, что думает, продюсеры канала предложили высказываться практически на любые темы: от глобальных до частных, от личных до общественных. Гришковец уверен, что может говорить, о чем хочет. Ему нравится обращаться к каждому телезрителю, виртуально входить в наши дома и разговаривать на простом и доступном языке — сбивчиво, запинаясь, но от души. «Настроение» — это, конечно, не шедевр. Для Евгения это просто развлечение. Ему не нужна еще большая популярность за счет телевидения. Просто товарищ предложил — генеральный продюсер СТС Александр Цекало выступил автором идеи и придумывает темы. Снимают партиями, около десяти «Настроений» в день, и Гришковец признается, что на большее сил не хватает[50].

Колонка выходила вечером перед культовым для российского молодого зрителя сериалом «Не родись красивой». Скорее всего, она должна была привлечь внимание зрителя и задержать его до просмотра сериала. Но, возможно, телеканал СТС захотел разбавить свою развлекательную политику новой передачей необычного развлекательного характера. Галерею этих простых истин Евгений Гришковец представляет в свойственной ему лирической, ироничной манере, проникнутой гуманизмом самого неподдельного, непритворного качества.

Нужно отметить, что Александр Цекало пригласил Гришковца в качестве телеведущего в очень выгодное для обоих время – Евгений был тогда уже известен, но его популярность пошла немного на спад. Передача с самого начала получала неплохой зрительский рейтинг, правда, не ясно из-за чего больше:и из-за личности ведущего, то ли из-за его стиля и того, о чем он говорит.

Непонятны цели Евгения. Возможно, он через свои колонки хотел увеличить свою популярность, возможно, хотел напомнить людям о простом и вечном, возможно, хотел внести свой вклад в телевизионную культуру. «Настроение с Евгением Гришковцом» – это особого рода развлечение. Я прекрасно понимаю, что не делаю произведение искусства, зато могу поговорить с любым человеком на том языке, на котором привык,»- говорит Гришковец[51]. Правда, как он признается дальше, «миссийных задач» он перед собой не ставил.

Передача «Настроение с Евгением Гришковцом» - это небольшие монологические зарисовки о фрагментах простой, человеческой жизни, о тех минутах, ситуациях, случаях, которые были и есть у каждого обычного человека. В своих колонках Гришковец рассказывает о том, о чем человек давно забыл, или не привык вспоминать, о том, что при воспоминании вызывает улыбку и тихую радость. Даже названия у колонок забавные: «Про валенки», «Про 3-копеечную монету», «Про дворников», «Про сосульки», «Про варенье». В его произведениях видна печать времени, но не политики или общественных явлений, это печать детства, ушедшего невероятно далеко.

Разговорные жанры вообще и монологичные еще в большей степени требуют особых усилий для придания им зрелищности. С другой стороны, на примере только лишь устного выступления одного человека согласно Буданцеву[10] можно показать обилие жанровых вариаций (приводится без комментария): диатриба — разговор с отсутствующим; солилоквиум — разговор с самим собой; симпосион — застольное слово; плач; призыв; проповедь (лекция, урок); уличный крик (прообраз рекламы); указ (постановление, объявление)[15].

Возможно, создатели хотели сделать цикл из колонок, где каждая передавала какое-то необычное настроение. Видимо этой цели служат декорации, вернее тот фон, которой находится за ведущим. Это нарисованные в детском стиле картинки, квартиры изнутри. Обязательно в таком рисунке есть окно, за ним бывают разные времена года, разная погода, могут быть разные предметы интерьера, но окно есть обязательно. Думаю, это своеобразный символ: окно – это определённый выход в прошлое.

Язык Гришковца прост, стиль его можно назвать разговорным. «Варенье вкусно есть весь год тогда, когда хочется», «Мне не обидно было болеть после того, как я нализался, нагрызся сосулек», «Какой там сон, когда влюбился». И даже его невыговаривание буквы «р» в принципе смотрится в формате колонки.

В монологе Евгений Гришковец позволяет себе делать паузы, запинки, пытаясь создать эффект естественности хода рассказа, может поднять брови, пожать плечами, закусить губы. Может позволить себе неопределенные жесты, заминки, может позволить себе не смотреть в камеру – все, чтобы создать эффект рассказа.

Одежда ведущего проста, но не до фамильярности. Нередко он одет в свитер, либо в рубашку и джинсы, либо повязывает свитер поверх футболки. Так он не выбивается из атмосферы визуально и создает эффект «домашнести».

Но после выпусков этак десяти ты перестаешь видеть отличия между темой про шляпы и про храпящего соседа. Я ловлю себя на том, что программа «Настроение» как-то неправильно называется. Настроение разным бывает - хорошим, плохим. То анекдот хочется рассказать, то в жилетку поплакаться. То видом из окна полюбоваться, то потанцевать. А может, даже наорать на кого-нибудь. А Гришковец стоит и бубнит, всегда одинаково. И иногда представляется страшная картина: камера уже выключена, но Гришковец остается в студии, продолжая тихо сам с собою вести беседу[52].

Это действительно так. Видимо однообразная манера речи, подачи – не для частого показа. Еще один странный факт – везде, во всех выпусках на фоне играет одна и та же музыка. Это не просто создает развлекательный фон и подчеркивает неофициальный формат, но и просто-напросто надоедает – ведь однообразного настроения никто не любит. Возможно, здесь сыграло свою роль то, что выпуски снимались все сразу, «скопом»,а не по отдельности, и от этого автор не мог перестроиться на новую манеру донесения информации.

Заключение

Исследование современной журналистики процесс весьма интересный, многообещающий и полный открытий. В данном исследовании мы познакомились с понятием колумнистики и проявлением в ней авторского «я», его стиля. Мы узнали на основе анализа текстов современных колумнистов об их приемах. Конечно, полностью проанализировать творческую индивидуальность журналиста в тексте невозможно, но на это данная работа и не претендует.

Целью данной работы было приоткрыть завесу над теорией колумнистики. Тема эта еще мало исследована, и пока сложно опереться на чей-то теоретический опыт. Но то, что в колонке авторское «я», авторский индивидуальный стиль проявляется очень ярко по сравнению с другими видами журналистики – доказано. Ведь в колонке автор имеет право выражать свое мнение как хочет, позиционировать себя по отношению к читателю так, как ему нравится. Большое преимущество колумнистики как вида авторской журналистики в том, что колумнист постоянно появляется перед глазами читателя и вместе с ним рассуждает на различные темы. Это вызывает у аудитории определенное доверие, помогает формированию своего мнения о журналисте, «узнаванию» его по его авторскому стилю.

В работе этой не было максимально точно исследована колумнистика. Скорее, автором акцент ставился на ее проявлении как вида авторской журналистики. Именно поэтому теоретическая часть данной курсовой работы посвящена исследованию авторского стиля и «Я», а также инструментам журналистского творчества.

В данном исследовании были рассмотрены роль и место авторского «Я» в телевизионной колумнистике: были затронуты вопросы влияния и взаимодействия телевидения и высших властных структур, были найдены ответы на вопросы о целях телевизионной колонки. Одной из ее основных черт можно назвать краткость, а также большое раскрытие авторского «я». Далее рассмотрела способы проявления автора в телевизионной колонке. К ним можно отнести имидж и речь, а также жанр, композицию, адресность, авторскую завершенность, аудио-визуальные выразительные средства и пространственно-временную организацию.

В заключение нужно сказать о том, что колумнистика имеет перед собой прекрасные перспективы развития. Все больше падает тираж газет и возрастает тираж журналов, рейтинги сайтов СМИ. Колонка же, с ее постоянством появления и особым проявлением авторского стиля, может стать хорошим способом формирования и укрепления читательской аудитории.

Список использованной литературы:

1. Дзялошинский И.М.Творческая индивидуальность в журналистике [Текст] : учеб. пособие для студентов-заочников фак. и отд-ний журналистики гос. ун-тов / И.М. Дзялошинский - М. : Изд-во МГУ, 1984. - 80 с.
2. Парыгин Б.Д. Основы социально-психологической теории [Текст] / Б.Д. Парыгин. - М.: Мысль, 1971. - 348 с.
3. Теплов Б.М. Проблемы индивидуальных различий [Текст] / Теплов Б.М. – М., АПН РСФСР, 1961. – 535 с.
4. Черепахов М. С. Таинства мастерства публициста [Текст]/ М. С. Черепахов. – М.: Мысль, 1984. – 150 с.
5. Соколов М.Ю. Поэтические воззрения россиян на историю. В 2 т. Публицистика, эссе, дневники [Текст] / М.Ю. Соколов - М. Русская панорама, SPSL 1999г. 504 с., 440 с.
6. Рубинштейн Л.С. Духи времени. [Текст] – М., издательство «Колибри», 2008. – 250 с.
7. Муратов С.А.ТВ – эволюция нетерпимости. [Текст] - М.: Б.и., 2000. – 241 с.
8. Муратов С.А. Телевизионное общение в кадре и за кадром. [Текст] : учеб. пособие для вузов / С.А. Муратов - М.: Аспект Пресс, 2003. – 201 с.
9. Кузнецов Г.В.Так работают журналисты ТВ [Текст]: учебное пособие/ Г.В. Кузнецов - М. Изд-во МГУ:, 2004. – 397 с.
10. Сборник докладов «Политическая и профессиональная культура журналиста на ТВ-экране». [Текст]: научное издание. - М., Институт повышения квалификации работников телевидения и радиовещания, 2002. – 79 с.
11. Телевизионная журналистика [Текст]: учебник / Г. В. Кузнецов, В. Л. Цвик, А.Я. Юровский – М., 4-е издание, Высшая школа, 2002. – 304 с.
12. Князев А.А. Основы тележурналистики и телерепортажа [Текст]: учеб. пособие / Кыргыз.-Рос.Слав. ун-т. - Бишкек: Изд-во КРСУ, 2001.- 160 с.
13. Гуревич, П. С. Приключения имиджа: Типология телевизионного образа и парадоксы его восприятия [Текст]: учебное пособие для вузов / П. С. Гуревич – М.: Искусство, 1991. – 221 с.
14. Шепель В. М. Имиджелогия. Как нравиться людям. [Текст] - М., 2002.
15. Вакурова Н.В., Московин Л.И. Типология жанров современной экранной продукции [Текст]: учебное пособие для вузов - М., институт современного искусства, 1997 – 67 с.
16. Культура русской речи. [Текст]: учебник для вузов/ Под ред. проф. Л. К. Граудиной и проф. Е. Н. Ширяева. - М.: Издательская группа НОРМА-ИНФРА М, 1999. - 560 с.
17. А.Н.Гвоздев.Очерки по стилистике русского языка. [Текст] - М., Изд-во АПН РСФСР, 1952. 336 стр.
18. Викентев И.Л. Три приема Максима Соколова [Электронный ресурс]: 2002. - Режим доступа: <http://www.triz-chance.ru/m_sok.html>.
19. Соколов М.Ю. Поэтические воззрения россиян на историю, [Текст] Кн. 2, М.: Русская панорама, 1999, с. 62-63.
20. Соколов М.Ю. Организатор всемирного голода [Электронный ресурс]:2008.-Режим доступа: http://www.izvestia.ru/sokolov/article3115641
21. Соколов М.Ю. Поэтические воззрения россиян на историю, [Текст] Кн. 2, М.: Русская панорама, 1999, с. 152.
22. Соколов М.Ю. Лидерство без членства [Электронный ресурс]:2008.-Режим доступа: <http://www.izvestia.ru/sokolov/article3115323>
23. Соколов М.Ю. Поэтические воззрения россиян на историю, [Текст]Кн. 2, М.: Русская панорама, 1999, с. 206.
24. Соколов М.Ю. Поэтические воззрения россиян на историю, [Текст] Кн. 2, М.: Русская панорама, 1999, с. 288 - 289.
25. Соколов М.Ю. Поэтические воззрения россиян на историю, [Текст]Кн. 2, М.: Русская панорама, 1999, с. 72.
26. Соколов М.Ю. Вот подлинно Минфин, в котором нет лукавства [Электронный ресурс]: 2008. – Режим доступа: http://www.izvestia.ru/sokolov/article3115394
27. Соколов М.Ю. Поэтические воззрения россиян на историю, [Текст]Кн. 2, М.: Русская панорама, 1999, с. 161.
28. Соколов М.Ю. Чтение Основного закона. [Электронный ресурс]: 2008. – Режим доступа: http://www.izvestia.ru/sokolov/article3115621
29. Соколов М.Ю. Русские мелиорации. [Электронный ресурс]: 2008. – Режим доступа: http://www.izvestia.ru/sokolov/article3115507
30. Соколов М.Ю. Поэтические воззрения россиян на историю, [Текст]Кн. 2, М.: Русская панорама, 1999, с. 15.
31. Соколов М.Ю. Поэтические воззрения россиян на историю, [Текст] Кн. 2, М.: Русская панорама, 1999, с. 293.
32. Соколов М.Ю. Поэтические воззрения россиян на историю, [Текст]Кн. 2, М.: Русская панорама, 1999, с. 321
33. Рубинштейн Л.С. Ледовое побоище. // Л.С.Рубинштейн. Духи времени. [Текст] – М., издательство «Колибри», 2008. – с 150.
34. Рубинштейн Л.С. Я поведу тебя в музей// Л.С.Рубинштейн. Духи времени. [Текст] – М., издательство «Колибри», 2008. – с 147.
35. Рубинштейн Л.С. Личный вес// Л.С.Рубинштейн. Духи времени. [Текст] – М., издательство «Колибри», 2008. – с 132.
36. Рубинштейн Л.С. Словарный запас// Л.С.Рубинштейн. Духи времени. [Текст] – М., издательство «Колибри», 2008. – с 87.
37. Рубинштейн Л.С. Всемирная отзывчивость// Л.С.Рубинштейн. Духи времени. [Текст] – М., издательство «Колибри», 2008. – с 54.
38. Рубинштейн Л.С. Коммунальное чтиво// Л.С.Рубинштейн. Духи времени. [Текст] – М., издательство «Колибри», 2008. – с 63.
39. Рубинштейн Л.С. Танцы от печки// Л.С.Рубинштейн. Духи времени. [Текст] – М., издательство «Колибри», 2008. – с 77.
40. Рубинштейн Л.С. Да не оскудеет, или Четыре в самый раз// Л.С.Рубинштейн. Духи времени. [Текст] – М., издательство «Колибри», 2008. – с 237.
41. Рубинштейн Л.С. Разрешите обратиться// Л.С.Рубинштейн. Духи времени. [Текст] – М., издательство «Колибри», 2008. – с 25.
42. Рубинштейн Л.С. Превратности любви// Л.С.Рубинштейн. Духи времени. [Текст] – М., издательство «Колибри», 2008. – с 29.
43. Рубинштейн Л.С. История // Л.С.Рубинштейн. Духи времени. [Текст] – М., издательство «Колибри», 2008. – с 7.
44. Рубинштейн Л.С. Осторожно:август// Л.С.Рубинштейн. Духи времени. [Текст] – М., издательство «Колибри», 2008. – с 10.
45. Рубинштейн Л.С. Апология одного места// Л.С.Рубинштейн. Духи времени. [Текст] – М., издательство «Колибри», 2008. – с 22.
46. Рубинштейн Л.С. При чем здесь чукча// Л.С.Рубинштейн. Духи времени. [Текст] – М., издательство «Колибри», 2008. – с 211.
47. Рубинштейн Л.С. Гуляем// Л.С.Рубинштейн. Духи времени. [Текст] – М., издательство «Колибри», 2008. – с 18.
48. Интервью с Михаилом Леонтьевым. [Электронный ресурс] Режим доступа: http://www.nettv.ru/tv/article/022001/leon.shtml.
49. Справка о М.Леонтьеве. [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://www.pravaya.ru/ludi/451/2340>
50. Кингисепп М. Как настроение, Евгений Гришковец? [Электронный ресурс]: 2006. – Режим доступа: http://www.blogslov.ru/date.php/2006/7/13/13\_14-59-03.xml.
51. Васильева Ю. Саша Цекало предлагает темы, а я говорю. [Электронный ресурс]: 2006. – Режим доступа: <http://www.peoples.ru/art/theatre/producer/grishkovets/interview4.html>.
52. Львова В., Кирсанова М. Гришковец готов беседовать сам с собой? [Электронный ресурс]: 2006. – Режим доступа: http://kp.md/print/article/23746.3/55604.