

Секция «Журналистика»

Журнал "Esquire" как пример СМИ креолизованного типа

Алексеева Мария Олеговна

Студент

Астраханский государственный университет, Филологический факультет,

Астрахань, Россия

E-mail: exquisitelittlething@yahoo.com

Ни для кого не секрет, что мы живем в век информационных технологий, что самым популярным продуктом в мире является информация, а лучшим другом человека постепенно становится интернет, как высший гибрид всех возможных средств подачи и получения, собственно, самого популярного в мире продукта. Многие пророчат интернету скорое мировое господство, утверждая, что ни телевидение, ни радио и у ж тем более печатные СМИ не способны будут выдержать конкуренцию со всеильной паутиной. Однако, пока это «светлое» будущее еще «за горами», традиционные СМИ живут, здравствуют и как могут пытаются сохранить свою аудиторию, совершенствуя и развивая способы подачи информации, насколько это возможно.

Мы не зря начали разговор с интернета – именно в сети, а точнее, в таком явлении, как блог, образовался и развился феномен креолизованного текста, впоследствии перебравшегося на страницы печатных СМИ в целом и на страницы журнала «Esquire» в частности.

Креолизованный текст есть текст, фактура которого состоит из двух разнородных частей: вербальной (языковой/речевой) и невербальной (принадлежащей к другим знаковым системам, нежели естественный язык). Такая структура подачи информации, в которой вербальные и визуальные элементы объединяются в единый семантико-функциональный информационный поток, позволяет комплексно воздействовать на реципиента информации. Примерами креолизованных текстов в СМИ сегодня могут служить тексты рекламы, комиксы, афиши, плакаты и т.п.[1]

«Иллюстрирование ныне все шире становится элементом текстообразования. Уровень интегрированности всех изобразительных средств, равно как и других знаковых образований, в единое текстуальное пространство печатных и электронных изданий весьма высок». [2]

Изменение способа общения человека и мира, становление медийного общества с клиповым, объектно-образным сознанием ведут к кризису классической рациональности, основанной на слове. «Визуальное» же мышление трактуется учеными как тип мышления, основанный на неклассической рациональности. На практике – в журнале «Esquire» и растущем большинстве других печатных СМИ – мы видим, как сочетание текстовой и иллюстративной информации влияет на формирование ценностей и мировоззрения, которое должен разделять современный человек, «настоящий» мужчина или женщина, декларируя систему современных и «гожих» для того или иного общественного пласта идей и взглядов [3, С.39-54].

Журнал «Esquire» является продуктом процесса визуализации мышления и уже почти классическим примером креолизованного языка. Около 45% материалов представляют собой подборки фотографий с небольшими комментариями вербального текста в одно-два предложения. В сорок девятом номере русского «Esquire» (за ноябрь 2009

года) мы видим четыре полноценных проблемных материала, состоящих из фотографий с небольшими текстовыми комментариями. Среди них, к примеру, материал «При всем желании» фотографа Пола Клоуза, проехавшего на мотоцикле Африканский континент. Фото-журналист снимал местных жителей, предлагая им ответить всего на один вопрос: «Что могло бы сделать вашу жизнь лучше?». Силу психологического посыла данного проекта нет смысла озвучивать – уверена, что у каждого читателя он вызовет целую цепь ассоциаций и мыслей о глобальных проблемах современности. И таких материалов в журнале большинство: фотографии только что вернувшихся с работы шахтеров с их никогда не спускавшимися в шахту семьями под названием «Жил-Добыл» китайского фотографа Сунн Чао; уникальное интервью с семьей консервативными мусульманками на предмет их отношения к вере, семье и жизни в целом; модная фотосессия, рекламирующая не только определенный стиль одежды, но и определенный жизненный стиль – модной и «ролевой» моделью в ней стал режиссер Александр Мизгирев; фото-акция, запечатлевающая любого желающего в самостоятельно выбранной одежде... Информационный повод последнего фото-материала не указан, но в случае с креолизированным текстом это и не требуется – читателю предложено проявить «фантазию», потренировать ассоциативное мышление и стать как бы соавтором материала, предложив свой повод и сделав собственные выводы. В современном обществе, основанном на полимышлении и плюрализме мнений, последнее является несомненным преимуществом креолизованного текста перед классическим.

В остальных материалах иконические компоненты (иллюстрации (фотографии, рисунки), схемы, таблицы, символические изображения, формулы и т. п.) также присутствуют и в 100% случаев так или иначе являются если не информационным поводом для написания текста, то, по крайней мере, идейным дополнением к нему, несущим не менее половины смысловой нагрузки. Примером данному утверждению послужат многочисленные интервью мировых знаменитостей, говорящих с нами со страниц «Esquire» не столько ответами на вопросы журналистов, сколько своими фотографиями, на которых недоступный словесному воспроизведению внутренний мир героя отражается в его взгляде, в естественном языке его тела.

Можно сказать, что сама действительность, а именно глобальный масштаб современной человеческой деятельности и, как результат, расширение кругозора современного человека, подталкивают общество к созданию универсального языка, отвечающего основным потребностям современного человека в отношении информационного продукта. Среди них, во-первых, потребность оптимизации человеческого взаимодействия для достижения более высокого уровня эффективности обмена информацией. Во-вторых, потребность преодоления скрытых стереотипов и некоторой ограниченности языка литературного для достижения максимальной точности в описании тех или иных событий современности, которые порой невозможно ни «пером описать», ни понять, не увидев «своими глазами». Таким универсальным средством передачи информации и становится креолизированный язык.

Литература

1. [http:// www.wikipedia.com/](http://www.wikipedia.com/)
2. Березин В.М. Массовая коммуникация: сущность, каналы, действия. М., 2003г.

3. 3. Зенкова А. Ю. Визуальная метафора в социально-политическом дискурсе: методологический аспект. Многообразии политического дискурса. Екатеринбург, 2004.
4. 4. Анисимова Е.Е. О целостности и связности креолизованного текста. К постановке проблемы. Филологические науки. - 1996. - № 5.

Слова благодарности

Выражаю искреннюю благодарность моему научному руководителю и наставнику Донской Юлии Викторовне.