

ОСОБЕННОСТИ ОТРАЖЕНИЯ ПРОБЛЕМЫ ЛИЧНОСТИ И ОБЩЕСТВА В ДИСКУРСЕ ЗАРУБЕЖНЫХ ЖУРНАЛОВ СОВРЕМЕННОЙ КУЛЬТУРЫ

В статье рассматриваются особенности освещения проблемы взаимоотношений личности и общества в зарубежных изданиях нового типа, которые определяются в западноевропейской теории журналистики как “журналы современной культуры”. Анализируются коммуникативно-информационные подходы указанных журналов в исследовании данной проблемы: внимание к идейным и культурным предпочтениям молодежных субкультур в условиях глобализации, приоритет индивидуальных ценностей, влияние на жизнетворчество читателей.

Введение

Отношения личности и общества остаются тем вечным вопросом, который встает перед каждым поколением. Явно или неявно пути разрешения этой коллизии предлагают средства массовой информации, особенно те, которые выполняют не только информационную, но и социально-ориентирующую и культурологическую функции.

Собственный подход к этой проблеме предлагают широко известные за рубежом издания, которые можно классифицировать как журналы современной культуры. К ним относятся британские “i-D”, “Dazed & Confused”, “POP”, “Tank”, “Nylon”, американский “The Black Book”; издающиеся в нескольких странах “Vice” и “WAD” (“We Are Different”); небольшие журналы, которые выпускаются в одной стране на ее языке, такие как “People” (Швеция), “Juice” (Сингапур), “Gar” (Австрия) и др. [1, с. 55].

Основными аксиологическими и философскими концептами изданий подобного типа являются: индивидуальность (зачастую намеренно акцентированная, даже утрированная), “культур-центристский” стиль жизни; внимание к выражению социальных изменений в обществе, различных видах искусства, организации свободного времени, моде.

В силу относительной новизны и специфики распространения эти издания изучены мало, однако представляют несомненный интерес как тип издания,

который, сочетая в себе характеристики как качественной, так и популярной прессы, оказывает заметное влияние на формирование мировоззрения и стиля жизни своих читателей.

Целью проведенного анализа, основанного на изучении обширного журнального материала за два последних десятилетия, является выявление особенностей отражения проблемы взаимоотношений личности и общества в дискурсе рассматриваемых изданий.

Основная часть

Учитывая многозначные трактовки понятия “дискурс” [2, 3], следует определить, что в данном исследовании термин “дискурс” понимается как комплексный многоуровневый процесс создания вербального и невербального содержания журнала и его воздействия на читателя.

Отношения личности и общества представлены журналами современной культуры через совокупность образов мышления, способов самоидентификации, стиля жизни, привычек и жизнеорганизующих практик определенной части современного общества – в основном молодежи и людей творческих и близких к творческим профессиям, которые выступают реципиентами журнальных текстов. Несмотря на многообразие журналов современной культуры, им присущи общие концептуальные установки, сформировавшие подход к рассмотрению взаимоотношений личности и общества и их нетривиальный дискурс. Среди данных особенностей:

1. Отражение идейных и культурных ценностей молодежных субкультур.
2. Акцентирование приоритета и ценности индивидуального.
3. Влияние на жизнетворчество своих читателей.
4. Содействие в развитие глобальных субкультур.
5. Интертекстуальность.

История возникновения журналов непосредственно связана с поиском наиболее активными слоями творческой молодежи адекватных средств выражения своих идей и взглядов. Крупнейшие из журналов современной культуры – “i-D” и “Dazed & Confused” – появились в Великобритании на волне популярности наиболее развитых молодежных субкультур панка и new wave (новая волна).

Субкультура панка, “интеллектуально изощренная сторона” которого стала источником эстетического вдохновения для создателей журнала “i-D”, была выражением позиции критически настроенной молодежи по отношению к социальным и политическим реалиям того времени, в первую очередь усугубленному консерватизму, экспансии философии американских яппи, проповедующей культ потребления и богатства.

Панк- и рок-группы, не стесняясь в выражениях, высказывали свою точку зрения в песнях, самиздат-журналах, в стиле поведения и одежды. Философия субкультуры, особенно ее интеллектуальная сторона, нашла выражение в текстах, визуальном оформлении журнала и положила начало формированию его уникального в то время дискурса [4, с. 197].

Наиболее яркие представители, “герои” этой субкультуры – группа Sex Pistols и дизайнер Виввен Вествуд (Vivienne Westwood), – с журнальных страниц заговорили с читателями на их языке, высказывая собственные мысли о мире, обществе, жизни. Идеи о социальном и политическом устройстве, этике, самоидентичности высказывались с использованием провокационной лексики и

иллюстраций. Номера журнала наполнили фотографии персонажей с улицы в цепях, клетчатых рубашках, рваных джинсах, кожаных жилетах и булавках, которые являются отличительными атрибутами панк-рокеров и в настоящее время. Ранний "i-D" отличала хаотичная и коллажная верстка, включающая вырванные из тетради исписанные листы, вручную написанные и нарисованные заголовки и пр.

Все эти элементы помогли сформировать своеобразный дискурс внутри и вокруг журнала, который органично вписался в коммуникативную ситуацию, сложившуюся в молодежной среде. Свежесть подачи материалов, отсутствие запретных тем, новая стилистика, эффектная верстка сразу же сделали журнал популярным и породили его последователей.

Одним из них стал журнал "Dazed & Confused". Он появился на волне субкультуры new wave, которая нашла выражение в творчестве музыкальных групп Blur, Oasis, дизайнеров Джона Галльяно, Александра МакКуина и была вдохновлена философией постмодернизма [5, с. 251-253].

New wave стала для молодежи манифестом индивидуальности и многообразия жизни. Субкультура выражала новое мировоззрение, созвучное философии панка, но в то же время более сложное и разностороннее. Для философии new wave характерен индивидуалистично-отстраненный взгляд на мир, свойственный философии и литературе 1920 – 1930-х гг., и фрагментаризация вкуса.

Стиль и дискурс "Dazed & Confused" формировались последовательно – от выражения идей сначала в плакатной форме (изначально журнал выпускался в форме постера), а потом и в текстах. Расплывчатый и несколько иррациональный контекст new wave особенно точно отражается в фотосессиях, наполненных ироничными, интертекстуальными или просто абстрактными снимками, активизирующими ассоциативное мышление читателя. Типичной для журнала является фотосессия, размещенная в номере за май 1999 г. ("Dazed & Confused". – 1999 – № 5. – С. 50-56). На фотографиях запечатлены участники группы The Pavement, одетые в строгие классические костюмы, которые с помощью деревянных палочек поглощают блюдо из игрушечных ягуаров, что подтверждают установленные на столе плакаты с текстом: "Салат из ягуаров" (Jaguar salad). Такой же несколько ироничный подход прослеживается и в фотосессии из июльского номера журнала того же года под названием "Meltdown", которое можно перевести как "расплавление" или "нервный срыв". На фотографиях изображены "расплавляющиеся" модели, производящие соответствующий эффект, созданный при помощи грима ("Dazed & Confused". – 1999 – № 7. – С. 55-62).

Подобные фотосессии вызывают ощущение дискомфорта, схожего с тем, который испытывает личность в жестком современном мире с его бешеным темпом жизни. Их цель – спровоцировать читателя к размышлениям путем представления необычного, неожиданного и не соответствующего общепринятым социальным нормам объекта в соответствующем ракурсе.

Одним из основных тематических и концептуальных источников рассматриваемого типа изданий является потребность пробудить у читателя стремление к жизнотворчеству и саморазвитию. Социальная тематика в большинстве случаев прослеживается в статьях, для которых характерен серьезный подход к освещению проблемы, обилие фактического материала и явно выраженный призыв к изменению ситуации.

Так, весь номер журнала "i-D" за январь 1994 г. посвящен теме антирасизма ("i-D". – 1994. – № 124, Special Anti-Racist Issue). В выпуске содержатся

материалы о поп-певце Apache Indian – представителе индийского этнического меньшинства в Великобритании (с. 11); статья о Веронике Вебб (Veronica Webb) – одной из первых темнокожих моделей в рекламном бизнесе (с. 12); интервью антирасистского характера с Мэтти Хэнсоном (Matty Hanson) – представителем хип-хоп субкультуры африканского происхождения.

В журнале “i-D” за февраль 2007 г. отведено много места разноплановым публикациям об американской антивоенной субкультуре. Ее представители – музыканты, художники, фотографы, журналисты, издатели, владельцы модных клубов – противостояли американскому вторжению в Ирак (“i-D”. – 2007. – № 278. – С. 163-169). Материалы о творчестве и общественной деятельности каждого из этих людей имеют одну основную цель – активизировать антивоенное движение в США. Призывая присоединиться к такой деятельности, журнал информирует о месте и времени проведения тематических концертов, выпусках музыкальных альбомов, фотовыставках антивоенной направленности и пр.

Со временем журналы современной культуры претерпели естественную концептуальную и идейную трансформацию, которая привела к оформлению современного подхода к отражению взаимоотношений индивидуального и общего. Эта трансформация во многом связана с изменением геополитической ситуации и одним из ее важнейших последствий – глобализацией субкультур, вовлекающих в свои орбиты людей из разных стран.

Глобальные субкультуры, которые находятся нередко на грани между несколькими видами деятельности, в основном музыки, спорта и моды (например, Gothic Lolita, скейтбординг, клубная культура), также являются постоянными тематическими полями журналов современной культуры. Эстетика, философия субкультур, связанные с ними события, такие как музыкальные фестивали, молодежные спортивные мероприятия, серфинг-турниры, кинофестивали и т.п., находят отражение на страницах рассматриваемых изданий. Их показ осуществляется “изнутри” – при помощи интервью, фоторепортажей или статей, написанных непосредственными участниками событий.

Это четко прослеживается и в текстах интервью, в материалах, посвященных тем или иным персонажам из мира музыки, моды, кино, изобразительного искусства и т.п. Например, в журнале POP за осень – зиму 2009/2010 опубликовано интервью с Тави Гевинсон (Tavi Gevinson) – звездой модной блогосферы (“POP”. – 2009. – № 21. – С. 220-232). В свои 14 лет Тави является одним из самых популярных блоггеров “о моде” – одного из тех комьюнити, которые особенно разрослись в интернет-пространстве в последние два года с появлением таких порталов, как Chictoria.com и Lookbook.nu. В журнале размещены интервью с несколькими блоггерами, но только Тави как феномен блогосферы (статистика посещений ее блога достигает 500000 в месяц) получила возможность быть снятой в фотосессии. Таким образом, Тави представлена как образец глобальной субкультуры – “модной” интернет-тусовки. При этом не только основной интерес – в данном случае мода, – но и язык, манера общения и иные элементы имиджа блоггера важны для адекватного представления ее личности. Этот подход присущ и другим материалам, т.е. является особенностью дискурса журнала в целом.

Средствами отражения индивидуальной философии и эстетики являются персонифицированный стиль подачи материалов, основанный на таких жанрах, как гонзо-журналистика, построение материалов по модели “перевернутой пирамиды”, а также авторская манера повествования, прослеживающаяся в статье

ях и интервью. С точки зрения вербальной стилистики это проявляется в использовании лексики, характерной для окружения авторов материала или адаптированной ими для создания более яркого образа.

Значительно разнообразилось содержание журнальных текстов, которые отличаются высоким уровнем интертекстуальности, обилием цитат, явных и завуалированных намеков и аллюзий, декодировать которые неподготовленному читателю не так-то просто. Сотрудничество с известными в мире культуры личностями, высокий процент визуальной составляющей каждого номера, качественная полиграфия обусловили высокую стоимость журналов. Вместе с тем этот весьма элитарный журналистский продукт имеет широкое распространение и немалые тиражи.

Заключение

Итак, отражение взаимоотношений личности и общества занимает одно из центральных мест в содержании журналов современной культуры. При этом журналами сформирован своеобразный, привлекающий читателей дискурс. Его особенностями являются акцент на ценность индивидуального, внимание к ярким творческим личностям, приобщение читателей к молодежным субкультурам, стимулирование их личной активности, жизнелюбия. Издания разнообразят и усложняют виды связей между людьми, вплоть до участия в создании глобальных субкультур, стремятся к формированию у личности активного отношения к обществу.

Применение опыта журналов современной культуры в белорусском контексте с учетом национальной специфики может содействовать созданию отечественными периодическими изданиями собственного, привлекательного для молодежи дискурса, развитию белорусской журналистики по пути интеграции в мировой контекст, отвечая в то же время вызовам современного белорусского общества.

Баланс между интеллектуальным и вместе с тем актуальным и привлекающим читателя отражением проблем социального и культурного развития общества стал успешной находкой рассматриваемых в данной работе журналов. Не пренебрегая уважением к читательскому уровню интеллектуального развития, эти издания не ударяются в журналистский снобизм – и это, на наш взгляд, именно то, что могло бы эффективно дополнить спектр современной белорусской журналистики.

ЛИТЕРАТУРА

1. **Поварич, П.П.** Британские молодежные журналы современной культуры как тип издания: медиакритический аспект / П.П. Поварич, Л.П. Саенкова // Веснік БДУ. Сер. 4. Філалогія. Журналістыка. Педагогіка. – 2008. – № 3. – С. 54-58.
2. **Руднев, Ю.** Концепция дискурса как элемента литературоведческого метаязыка. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.zheltiy-dom.narod.ru/literature/txt/discours_jr.htm. – Дата доступа: 11.03.2010.
3. Ревзина, О.Г. Язык и дискурс / О.Г. Ревзина // Вестник Московского университета. Сер. 9. Филология. – 1999. – № 1. – С. 25-33. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://danefae.org/lib/ogrevzina/jazidis.htm>. – Дата доступа: 11.03.2010.
4. **Хиллер, Б.** Стиль XX века / Б. Хиллер. – Москва: Слово, 2004. – 240 с.
5. **Niall, L.** Postmodern literary theory: an anthology / L. Niall. – London: Wiley-Blackwell, 2000. – 464 с.

Поступила в редакцию 01.03.2010 г.