

Информация отражает развивающуюся действительность, она воздействует на массовое сознание в виде исторических и современных фактов бытия, литературных произведений, различных теорий и других феноменов жизнедеятельности, помогает обмену материальных и духовных благ.

Пресса, распространяя и сохраняя знания, в то же время стимулирует дальнейший прогресс науки, они способствуют новым открытиям и помогают расширить сферы их использования, а также удовлетворяют информационные потребности. Научно-популярная периодика – это СМИ, которые специализируются на освещении проблем науки и техники, помимо этого, сюда же можно отнести публикации материалов в других, неспециализированных изданиях, которые освещают эту тему.

Прогресс науки подразумевает необходимость непрерывного взаимобмена информацией, что возможно достигнуть именно благодаря СМИ. Поэтому вопрос о состоянии и развитии научно-популярной журналистики важен как для развития науки, так и для общества в целом.

Список литературы

1. Концепция развития образования в РК до 2015 г. – URL: <http://www.unesco.kz/rcie/data/koncepciya.htm>
2. URL: <http://koreilbo.com/>

О. П. Ложникова, А. Майлыбаева

Казахский национальный университет им. аль-Фараби
(г. Алматы, Республика Казахстан)

ГОНЗО-ЖУРНАЛИСТИКА В КАЗАХСТАНЕ

Гонзо-журналистика появилась в 1970-м г. после выхода статьи «Дебри в Кентукки: упадочно и порочно» Хантера Томпсона, основателя данного направления. Новая ветвь журналистики появилась совершенно случайно. Хантера Стоксона Томпсона по заданию редакции журнала «Scanlan's Monthly» освещать конные скачки (дерби). И вместо того, чтобы писать о самих скачках, победителе и гонках, он расписывает людей, буйствующих на трибуне, свои трудности приобретения пресс-карты и встречи со своим странным партнером Ральфом Стедманом, рисовавшим карикатуры на его статью. Во всей этой суматохе и по состоянию нетрезвости Хантер не успевает написать статью до стандарта и просто вырывает страницы со своего личного дневника, где он и расписывал все, что видел на дерби, что делал до начала гонок, своем времяпрепровождении до и после, и свое отношение к происходящему, и отправляет редактору. Редактор же решил ничего не исправлять в записях и напечатать как есть. То есть, саму гонзо-журналистику можно именовать смесью публицистики и личного дневника.

Чтобы рассмотреть подробнее, что же включает в себя стиль гонзо-журналистики и на что он может быть похож, мы решили отобразить схожие черты между гонзо-журналистикой, непризнанной мировым сообществом как жанром журналистики, и жанрами традиционной журналистики. Под традиционной мы подразуме-

меваем непосредственно печатные СМИ – газеты и журналы, и новостные Интернет-порталы и Интернет-издания.

Для анализа работ «доктора Гонзо» мы взяли сборники его статей «Большая охота на акул» (1979/1991 г. – по разным источникам), «Поколение свиней» (1989) и, конечно же, самую первую статью, от которой зародилось это направление – «Дерби в Кентукки: упадочно и порочно».

«Гонзо-журналистика – это направление в журналистике, для которого характерны следующие ключевые признаки: автор занимает центральное положение в структуре текста, выступает, как главный участник событий и единственный обозреватель, т.е., взгляд автора преподносится как единственно возможный. Преподношение факта или события крайне субъективно, наибольшее значение для идейной конструкции текста представляет не событие как таковое, а реакция автора на событие. Главной стилистической и лингвистической особенностью текста является крайняя эмоциональность. Это проявляется в использовании ярко эмоционально окрашенной лексики, а так же вопросительных и восклицательных конструкций, вне зависимости от жанра, в котором написан текст. Структура текста так же не имеет связи с жанром текста. Она нестабильна, непостоянна, фактически никак не регламентирована. Гонзо – это определённое направление современной журналистики, главным отличием которой являются собственные переживания и умозаключения журналиста».

«Гонзо-журналистика (англ. Gonzo – рехнувшийся, чокнутый, поехавший) – направление в журналистике, представляющее собой глубоко субъективный стиль повествования, ведущегося от первого лица, в котором репортёр выступает в качестве непосредственного участника описываемых событий и использует свой личный опыт и эмоции для того, чтобы подчеркнуть основной смысл этих событий. Использование цитат, сарказма, юмора, преувеличения и даже ненормативной лексики также являются неотъемлемой чертой этого стиля.

Гонзо-журналистику можно назвать ответвлением новой журналистики, изобилующей литературными приемами – сценарийное, диалоги героев, точка зрения автора, образная конструкция, акцент на деталях и многие другие.

1. Репортаж. Жанр журналистики, дающий оперативное наглядное представление о событии через призму мировоззрения автора, его участника или очевидца. Это основа основ гонзо-журналистики – писать то, что видел, чувствовал, созерцал сам на месте происшествия, диалоги. И, тем не менее, кредо Томпсона звучало так: «Не события создают репортера, а репортер – события», что отражало саму сущность его журналистской работы – писать даже о том, где и самого события, казалось бы, нет, но есть о чем рассуждать и о чем задуматься. Собственно, такой принцип имеют и аналитические жанры – проблемные статьи, ищущие темы в толках, разговорах, спорах, страхах населения, собираю точную информацию об этом у экспертов, анализируя и выдавая решение. В репортажном стиле гонзо-журналистики может и не быть решения проблемы, но быть критика. Но главное для гонзо-журналистики – писать правдиво о том, где сам был и участвовал.

2. Рецензия. Аргументированный критический отзыв, чаще всего, о произведении литературы, искусства. Объединяет стиль гонзо с рецензией – критика. Но в гонзо-журналистике критика направлена на политику, а в рецензии – на искусство.

3. Зарисовка. Обобщение фактов и описание обстановки. Короткий, живой и образный рассказ о своих впечатлениях.

4. Эссе. Прозаическое сочинение небольшого объема и свободной композиции, выражающее индивидуальные впечатления и соображения по конкретному поводу или вопросу и заведомо не претендующее на определяющую или исчерпывающую трактовку предмета [6].

Здесь, конечно, можно акцентировать внимание на впечатлениях журналиста, гонзо без этого не обходится. Субъективность – также основная черта гонзо-журналистики.

5. Фельетон. Объединяет в себе три начала: публицистическое (актуальность, злободневность, ярко выраженная оценочность), художественное (использование образных средств из арсенала художественной литературы) и сатирическое.

Все эти свойства присутствуют и в гонзо-журналистике. Сатира, юмор, каламбур, насмешка и даже издевка являются неизменным атрибутом. Между тем, вопреки распространенному мнению, в гонзо-журналистике юмор может обходиться и без мата, ругани и грубости.

Таким образом, рассмотрев основные черты гонзо-журналистики на основе подобия отдельных черт с чертами других жанров журналистики, нежелание причисления стиля гонзо к жанрам журналистики остается неясным, поскольку, при разложении составляющих стиля, мы видим, что ничего выходящего за рамки нет, есть лишь объединение отдельных черт в единое.

Познакомившись поближе с характеристиками гонзо-журналистики, возникает вопрос, почему именно блоги являются проявлением гонзо в современном мире?

Для начала сузим территориальный охват исследования – Казахстан.

Как бы ни развивалась демократия в нашей стране, вопрос свободы слова в прессе остается актуальным на протяжении 21 года суверенности.

Контролируемая пресса, а также консерватизм редакций в отношении объективности (она остается в приоритете в политических газетах и журналах) не позволяют расти гонзо-журналистике в печати. Хотя и об объективности СМИ мнения до сих пор расходятся – что ее вовсе нет, а все, что называют «объективной журналистикой», является мнением редакции или журналиста в частности, подавшего это словами экспертов.

Новостные интернет-порталы и интернет-издания придерживаются тех же принципов традиционных СМИ – объективность, безэмоциональность, сухая подача фактов. А также смягчение любой критики, подача ее в мягкой позиции, причиной этому является цензура в СМИ госорганами и заявления в суд по статье. Новый Закон о клевете только усугубляет ситуацию, поскольку при негативном отклике высшего чина и обвинения в клевете, заставляет журналиста выдать своего свидетеля, что претит Мировому журналистскому сообществу. Гонзо здесь не место.

Многие журналисты, которые не могут изъяснить свою точку зрения и негативную критику в прессе, создают блог, где и делятся мнениями, суждениями, впечатлениями. Блоги – место, где любой человек может размещать новости, репортажи и прочее, не придерживаясь объективности. После причисления блогов к СМИ цензура проявила себя, но, тем не менее, проконтролировать блоги труднее и ввести единые правила для них сложно из-за их разнообразия.

Существуют различные **виды блогов**, которые выделяются в зависимости от определенных критериев – авторский состав, тематическая направленность, тип контента. Как проявление гонзо-журналистики, рассмотрим авторские блоги о политике.

В Казахстане на сегодняшний день существует три крупные блог-платформы: Yourvision.kz, Horde.me, Gonzo.kz. Самой известной является Yourvision.kz, но блоги перед публикацией проходят модерацию (редактуру), это значит, что не любая запись может поститься в блог. Gonzo.kz – еще нераспространенно в широких кругах, имеет малую посещаемость и малое количество блоггеров. Но блог-платформа Horde.me нам кажется самой лучшей для публикации постов в стиле гонзо, поскольку записи не проходят сильной модерации, блог-платформа только-только начала распространяться и набирает людей. В отличие от стандартной, скудной на эмоции, журналистики, гонзо-журналистика не может быть полезной в научных целях, она настолько субъективна, что не дает трезво оценить описываемое событие. Но с культурной точки зрения, стиль гонзо незаменим в возможности вместе с автором погрузиться в атмосферу объекта репортажа и прочувствовать её. Целью данного стиля является не описание событий, а то, как они ощущаются, какие эмоции испытывает сам автор» (Posmotre.li).

Для наглядности сравним стиль и подачу информации прошедшего 15 февраля 2014 г. митинга против девальвации.

Интернет-издание **Tengrinews.kz**: «**В Алматы прошел митинг**» (суббота, 15.02.2014, 15:26):

«В Алматы прошел митинг недовольных изменением курса доллара, передает корреспондент Tengrinews.kz с места событий. Около 50 человек собрались примерно в час дня перед дворцом Республики, они планировали собраться именно у памятника Абаю, однако там стояли заграждения. Участники митинга, среди которых были замечены политик Серикжан Мамбеталин и общественный деятель Жасарал Куанышалин, требовали от власти решения социальных проблем и высказывали свое недовольство по поводу случившегося падения курса тенге.

Позже один из митингующих предложил собравшимся пойти к зданию акимата города. Небольшая колонна митингующих направилась вверх по проспекту Достык. Там их встретил кордон полиции, и митингующим пришлось остановиться. Некоторых из них правоохранные органы задержали. Немногом позже к собравшимся вышел прокурор и заявил, что митинг несанкционированный, а следовательно, его проведение нарушает закон. Спустя некоторое время собравшиеся начали расходиться».

Стиль повествования сухой, центральной фигурой является событие как объект, журналист выполняет лишь роль безмолвного передатчика события.

Блог-платформа **Horde.kz**: «**Кто куда кого довёл**» (16 февраля 2014, 01:32):
«Это, наверное, модно теперь – выставлять себя оппозиционером. Мол, я один против целого режима. А за кого ты тогда? Или за что? Да и зачем? К чему вся эта вонь, которую сегодня развели в интернетах? В Алматы на улицу вышли 50–60–70 человек? Против девальвации? А лозунги почему тогда кричали не о тенге?»

Всех якобы задержали, задерживают и сейчас. Кому-то 10–15 суток дали, кому-то штраф. В Фейсбуке уже даже успели развернуть акцию – давайте казахстанским майданцам денег соберем. А из кого героев делаем? Из лидеров движения «Оставьте народу жилье»? Им типа кредиты выплачивать нечем? В следующий раз советую обратить внимание на машины, на которых они приезжают, и на шубы, в которых кутаются. Бог с ними, негоднее это дело – чужие деньги считать. Но картинки посмотреть все равно предлагаю.

Сегодня утром собралась небольшая толпа сначала на Ленина, потом двинула по городу гулять. Но гулять долго не вышло. На подходе к городскому акимату несчастных и отважных борцов повязали, руки за спину и по автобусам. В сети потом, правда, писали, что били безжалостно и дубинками и чуть ли не гранаты летали. Ага.

Планировался митинг против девальвации. Тут все понятно – интернет-хозякам стало мало интернета, домохозяйкам, общественникам и активистам стало мало кухонь. Вот и решили собраться.

Длилось это всё недолго, гордаздо дольше теперь говорят. Героев как бы из митингующих делают. А власть она плохая – не хочет слушать мирный народ и более того – об него ноги вытирает. Если честно, я и сама прилично пролетела из-за девальвации. Депозит был в тенге, какие-то крохи, которые просто лежали на карточке, тоже в тенге. Цены взлетели – нечего тут скрывать. Зарплата осталась прежней. Я расстроена, что тут еще скажешь? Вот так и митинг этот ни к чему хорошему не приведет. Разве что к дестабилизации и беспорядкам. И вот в этом моменте рассказа мне обычно пишут, мол, «ВЛАСТЬ ДОВЕЛА!». Не власть это. А примитивные безграмотность, необразованность, упрямость и глупость. Пора научиться смотреть шире и видеть больше».

подача информации субъективная, центральной фигурой является субъект, от лица которого ведется повествование – его мироощущение происходящего, его отношение и мнения по этому поводу, текст дополнен словами из разговорной речи и намеренным видоизменением некоторых слов, текст более эмоционален, а блогер выступает в качестве рассказчика событий как центральная фигура их.

С помощью данного примера можно увидеть различия подачи информации с учетом разных ролей (в центре материала – объект/субъект) и разное проявление (объективность/субъективность), наблюдать за тем, как блоги позволяют автору прояснить ситуацию так, как он видит сам, со своей точки зрения – субъективно, что и является прерогативой гонзо-журналистики. Конечно, мы не подразумеваем того, что все блоги содержат в себе материалы в духе гонзо, но тем не менее, именно блоги позволяют в настоящее время продолжать развивать направление гонзо-журналистики, которое не находит поддержки в печатных СМИ и новостных порталах, где в основе репортажа должен быть объект. Также пока слишком рано говорить о полном развитии гонзо-журналистики в Казахстане, тем более с того времени, как цензура СМИ стала распространяться и на блоги.

В Казахстане, согласно принятому летом 2009 г. закону об Интернете, отныне все веб-сайты, включая блоги, чаты и форумы, приравниваются к средствам массовой информации с соответствующими обязательствами. Хотя с точки зрения

достоверности информации – это верно, но с точки зрения свободы слова – это еще один Закон об его ущемлении. По Индексу свободы прессы Казахстан на 160 месте из 179. В итоге отметим, что на существование, ради той же объективности, может претендовать и субъективная журналистика.

Список литературы

1. URL: Wikibooks.org
2. URL: Wikipedia.org
3. Кройчик, Л. Е. Система журналистских жанров / Л. Е. Кройчик // Основы творческой деятельности журналиста : учеб. для студентов вузов по спец. «Журналистика». – СПб., 2000. – С. 125–167.
4. URL: YoungJournal.ru
5. Литературный энциклопедический словарь. – М. : Советская энциклопедия, 1987.
6. Тертычный, А. А. Жанры периодической печати : учеб. пособие / А. А. Тертычный. – М. : Аспект Пресс, 2000.

О. П. Ложникова

Казахский национальный университет им. аль-Фараби
(г. Алматы, Республика Казахстан)

РУССКОЕ РАДИО АЗИЯ: СВОЕОБРАЗИЕ КОНЦЕПЦИИ

Программная политика коммерческой радиостанции является важнейшим, едва ли не единственным ключом к ее успеху. Современные радиостанции стремятся выбрать такие новости и музыку, которые бы привлекли к ним как можно большее число слушателей, интересующих рекламодателей. Неудивительно, что часто речь идет не о большом объеме аудитории, а о ее определенных характеристиках – уровне дохода, покупательских привычках, потребительском поведении, стиле жизни. История СМИ показывает, что сегодня финансовые возможности аудитории часто связаны с ее социодемографическими характеристиками. Так, высокообразованные и хорошо зарабатывающие менеджеры чаще всего имеют схожие информационные потребности и музыкальные вкусы. Их культурные запросы довольно высоки, что оказывает непосредственное влияние на формы проведения досуга и выбор СМИ, например, на тип телепрограмм, которые они смотрят, или на жанры литературы, которую они читают. Напротив, среди людей с низким уровнем доходов и соответственно с низким уровнем образования существуют определенные культурные пристрастия [1].

«Русское Радио» – первая национальная радиостанция России, воплотившая новый принцип вещания и использующая в своем эфире музыкальные произведения только на русском языке. «Русское Радио» – это лучшая российская музыка минувшего времени и наших дней, самые последние хиты, самые интересные и рейтинговые программы, самая эффективная реклама. В Москве вещание «Русского Радио» началось 2 августа 1995 г.

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РФ
МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ ПЕНЗЕНСКОЙ ОБЛАСТИ
ДЕПАРТАМЕНТ ИНФОРМАЦИОННОЙ ПОЛИТИКИ И СРЕДСТВ
МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ ПЕНЗЕНСКОЙ ОБЛАСТИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего профессионального образования
«ПЕНЗЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ» (ПГУ)

ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ ИНСТИТУТ им. В. Г. БЕЛИНСКОГО
Историко-филологический факультет

ПРОБЛЕМЫ ГУМАНИТАРНОГО ОБРАЗОВАНИЯ: ФИЛОЛОГИЯ, ЖУРНАЛИСТИКА, ИСТОРИЯ

СБОРНИК НАУЧНЫХ СТАТЕЙ
Международной научно-практической конференции

г. Пенза, 11–12 декабря 2014 г.

Под редакцией
кандидата педагогических наук, доцента
Т. В. Сtryгиной

Пенза
Издательство ПГУ
2014