МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

«НОВОСИБИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Институт филологии, массовой информации и психологии

КАФЕДРА ЖУРНАЛИСТИКИ

**Семиотический анализ публицистической деятельности Отара Кушанашвили**

Курсовая работа по дисциплине:

Спецсеминар по теории и практике средств массовой информации

Выполнил обучающийся группы 302

Медведчикова. П.А. \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

 *(подпись, дата)*

Направление подготовки 42.03.02. Журналистика

Профиль: корреспондент средств массовой информации

Форма обучения: очная

Научный руководитель: Маркасов М.Ю., канд.филолог.наук, доцент, доцент кафедры журналистики ИФМИП НГПУ

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

*(подпись)*

*\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_*

*(оценка)*

«\_\_\_\_»\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 2020г.

Новосибирск 2020

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ………………………………………………………………...…3-6

ГЛАВА 1. СЕМИОТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ЖУРНАЛИСТСКОГО ТЕКСТА……………………………………………………………..………7-17
1.1 Словесная модификация журналистского текста………………...…..7-10
1.2 Журналистский текст с семиотической точки зрения………………10-15
1.3 Художественный синкретизм журналистского текста…………………………………………………………………….…16-17
ГЛАВА 2. СЕМИОТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОТАРА КУШАНАШВИЛИ………………………………………………………..18-25
2.1 Печатная деятельность О.Кушанашвили……………………………18-19
2.2 Признаки материалов О.Кушанашвили как знаковой системы....…19-23
2.3 Знаковый характер «иронической»публицитстики
Отара Кушанашвили....................................................................................23-25
ЗАКЛЮЧЕНИЕ……………………………………………………...…….26-27

БИБЛИОГРАФИЯ…………………………………………………………28-29

ПРИЛОЖЕНИЯ……………………………………………………………30-31

ВВЕДЕНИЕ

В социуме ХХI века массовая коммуникация выполняет ряд важных функций и является неотъемлемой частью общества, как один из его институтов. Развитие технических средств коммуникации привело к её качественной трансформации, вслед за технологиями изменилась сущность МК. Исследователи современности считают, что необходимо всесторонне изучить язык и тексты массовой коммуникации.

Изучение феномена текста представляет собой одно из актуальнейших научных направлений для дисциплин филологического (лингвистика, литературоведение, риторика), социологического и психологического циклов. Собственную сформированную методологию исследования текста предлагают семиотика, феноменология, что подчеркивает сложный междисциплинарный характер самого явления.

Исследователи-коммуникативисты считают, что необходим не только и не столько количественный, сколько качественный анализ коммуникации. Поиск альтернатив доминирующим на сегодняшний день контент-аналитическим методам исследования материалов массовой коммуникации является актуальной методологической задачей. Если в качестве одной из альтернатив рассматривать семиотику, стоит пояснить, что эта наука изучает знаки и знаковые системы, в широком смысле всё что угодно в семиотике может трактоваться как текст. Она рассматривает текст на нескольких уровнях: семантическом (знаковом), синтаксическом (системы); прагматическом (металингвистическом), анализ, как отдельных знаков, так и их сочетания, и производимого эффекта в реальности. Семиотический анализ включает элементы других видов анализа, в том числе контент-анализа и лингвистического, и отлично дополняет их.

Сообщение, заключенное в тексте, может быть, в частности, представлено вербально (словесный текст) или изобразительно. У.Эко отмечал, что смысл иконического знака не всегда так отчетлив, как думают, и подтверждается это тем, что в большинстве случаев его сопровождает подпись; даже будучи узнаваемым, иконический знак может толковаться неоднозначно и поэтому требует, когда нужно точно знать, о чем идет речь, закрепления в словесном тексте[22]. Взаимодействуя друг с другом, вербальный и иконический тексты обеспечивают целостность и связность семиотического текста, его коммуникативный эффект, поскольку сочетание разнокодовых сообщений дополняют и поясняют друг друга.

Креолизованные журналистские тексты могут рассматриваться как сложные семиотические образования, построенные на основе, с одной стороны, знаковой системы естественного человеческого языка (включая устную, письменную, печатную формы ее реализации, каждая их которых будет характеризоваться своими специфическими чертами) и, с другой стороны, любой другой знаковой системы (рисунков, фотографий, музыки, танцев, запахов и т. д.).

Функциональная специфика журналистского текста определяется в связи с целым рядом элементов, которые в социологии журналистики рассматриваются как единая система: «издатель», «журналист», «действительность», «текст», «канал», «социальные институты», «массовая аудитория». Конечно, данные критерии не являются абсолютными и единственными, но основные из них признаются всеми исследователями и восходят к основным понятиям социолингвистики и прагматики – это «издатель» - «журналист–автор» - «аудитория». Эти элементы существуют и взаимодействуют в реальной действительности в информационной сфере социокультурного пространства. Отношения между элементами системы основаны на функциональной взаимозависимости. Поэтому журналистский текст социален: он отражает и по своей сути является одним из способов человеческих отношений – коммуникации. Семиотический анализ журналистского произведения представляет многоуровневую семантическую структуру, те многообразные синтагматические и парадигматические связи, в которые вступает частный журналистский текст в системе современных медиа.

С языковой точки зрения, журналистский текст - целостная организация, построенная по законам и нормам того или иного языка, представляет собой некоторую систему языковых знаков.

Общепризнанным в современном языкознании является факт, что экстралингвистические явления порождают собственно лингвистические, посредником в этом взаимодействии, на наш взгляд, выступает именно журналистика как вид творческой деятельности – особый тип отражения окружающего мира, реальной действительности.

**Актуальность исследования** обусловлена тем, что семиотика, как система знаков, сегодня является достаточно показательным моментом в публицистических текстах в контексте определения перспектив авторского изложения. Публицистическая деятельность Отара Кушанашвили не изучена с точки зрения семиотики. По этой причине достаточно важно идентифицировать знаковую систему текстов О. Кушанашвили. Семиотический анализ публицистики Кушанашвили позволит раскрыть суть многих вопросов и авторских посылов.

**Объект данной работы**: публицистическая деятельность Отара Кушанашвили.

**Предмет работы**: семиотический анализ публицистической деятельности Отара Кушанашвили.

**Цель исследования**: провести семиотический анализ текстов О. Кушанашвили.

Исходя из поставленной цели, необходимо сформулировать следующие **задачи исследования**:

- изучить словесную модификацию журналистского текста;

- рассмотреть журналистский текст с семиотической точки зрения;

- проанализировать художественный синкретизм журналистского текста;

- изучить печатную деятельность Отара Кушанашвили;

- выявить признаки материалов Отара Кушанашвили как знаковой системы (Л.Г. Свитич);

- определить знаковый характер «иронической» публицитстики Отара Кушанашвили

**Методы исследования**:

- теоретические (анализ, синтез);

- практические (дискурс-анализ).

**Гипотеза исследования** состоит в том, что журналистские тексты О. Кушанашвили имеют провокационный скрытый подтекст.

**Теоретическая основа исследования**. Данное исследование ориентируется на фундаментальные труды Л.Г. Свитич [8].

Кроме того, использованы журналистские и публицистические материалы О. Кушанашвили, а также материалы интервью.

**Практическая значимость исследования**. Данное исследование может стать основой дипломной работы по теме исследования знаковой системы О. Кушанашвили в его публицистических текстах, а также может быть использована как пример семиотического анализа.

**Структура исследования**. Данная работа состоит из введения, основной части, включающей в себя две главы, заключения, списка литературы, приложений.

ГЛАВА 1 СЕМИОТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ЖУРНАЛИСТСКОГО ТЕКСТА
1.1 Журналистский текст как самоорганизующаяся и саморазвивающаяся система

«Текст – не только генератор новых смыслов, но и конденсатор культурной памяти» [5, с.143]. Естественный язык, как фильтр, - особое устройство, которое преобразует концептуальные мысленные образы в определенные звуковые и письменные сочетания, позволяет передать субъективное дотекстовое сообщение, реализуемое в конкретном журналистском тексте. Язык как семиотическая структура является первичным, ведь мы воспринимаем мир, пользуясь моделью, предложенной нам языком. Без погружения и взаимодействия с семиотическим пространством язык не может функционировать. По утверждению Ю.М. Лотмана, «вне семиосферы нет ни коммуникации, ни языка». Тексты представляют собой модели мира, а совокупность текстов репрезентирует культуру определенного периода. Журналистский текст создается в пространстве других текстов, как журналистских, так и нежурналистских. Сама журналистика есть система, система деятельности, продуктом которой является система оценок, оформленная как система текстов. Она имеет системные качества, не сводящиеся к сумме качеств ее отдельных элементов. Продукт журналистики, выступающий в явлении как система текстов, должен быть рассматриваем именно как система, не сводящаяся к отдельным элементам – отдельным текстам. Социальные отношения, политическая ситуация, групповые и общественные интересы находят отражение в языке, в той языковой модели мира, которую конструирует автор журналистского текста. Журналистское творчество предполагает учет языковых возможностей, позволяющих планировать речевое воздействие на читателя. Сущность речевого воздействия заключается в таком использовании языка, при котором в модель мира реципиента (читателя) «вводятся новые знания и модифицируются уже имеющиеся» [1, с.12].Как утверждает Блакар, язык есть «инструмент социальной власти», поскольку выразиться нейтрально невозможно: всякое использование языка предполагает воздействующий эффект [2, с.92].За языковым выражением всегда стоят какие-либо интересы, цели, чья-то точка зрения. Эти интересы определяют коммуникативные цели дискурса, которые, по сути, представляют глобальные намерения или глубинные стратегии и коммуникативные тактики говорящего – автора. Моделирование смысловых и структурных связей, участвующих в текстообразовании, с целью исследования возможно только при условии безусловной опоры на прагматику – отношения автора (адресанта) текста и читателя (адресата). По наблюдениям ученых, феномен речевой коммуникации состоит в неразрывном соучастии всех факторов в текстообразовании. К таким факторам, или «разнопорядковым сущностям», получающим выражение в языке, относят особенности объективной действительности, характер мыслительной деятельности, системные отношения языковых единиц, условия и особенности коммуникативного процесса. Журналистский текст - специфичен как особый элемент функционирующей системы, где взаимодействует несколько составляющих, в том числе журналист, издатель и читательская аудитория. Рубеж веков отмечен кардинальными изменениями в сфере массовых коммуникаций, которые связаны с переходом индустриального общества на новую ступень своего развития – коммуникационное или информационное общество. Индустриальное общество еще не полностью сменилось информационным, хотя последнее уже как бы «наложилось» на него. Мы продолжаем жить, пользуясь материальным благополучием, возникающим в результате промышленного производства, однако наша жизнь и промышленное производство во все большей мере определяются коммуникационными процессами, которые идут в промышленных предприятиях, в бюрократических структурах, в партиях и общественных движениях, и, прежде всего, публичной коммуникацией. Информация становится источником развития экономики и культуры. А журналистика создает новое информационное пространство. И ее существование – это факт, объективная реальность нашего времени, результат интеграции культур, результат развития мирового сообщества.

Журналистский текст обладает целым рядом признаков, содержащих в той или иной мере информацию об особенностях интерпретации окружающего мира журналистом. Например, к таким качественным параметрам немецкий исследователь Г. Рагер относит объективность (способность представить неискаженную картину мира), форму подачи материала, актуальность (доминирует настоящее время и вполне конкретная ситуация в определенном пространстве), релевантность (то есть соответствие между информационными запросами аудитории и полученным ею сообщением) [21, с.165-170]. Журналистский текст – одно из проявлений «обобщенного пространства текста как языковой материи». Текст рассматривается нами как языковая единица высшего уровня. Знания о языковой системе извлекаются лингвистикой из множества текстов. Набор лингвистических критериев позволяет выявить специфику того или иного журналистского текста и представляет, по нашему мнению, набор элементов данной системы – обобщенной лингвосоциокультурной модели журналистского текста. Основополагающей в этом смысле для нас является идея Ю.М. Лотмана о том, что текст – это передача имеющейся информации, и рождается он в семиосфере – «в синхронном семиотическом пространстве, заполняющем границы культуры» [4. С.21].

Воспринимающие текст реципиенты способны понять его смысл только в контексте с другими текстами, то есть в контексте собственной памяти, накопленной информации о культурных традициях, исторических фактах – в контексте определенной картины жизни. Процесс понимания осуществляется на основе общего для всех участников коммуникации «семиотического опыта». Именно этот опыт, другими словами, знания о мире, являются залогом успешности акта коммуникации. «Понимание текста предполагает не только знание языка, но также и знание мира», – подчеркивает известный исследователь воздействия социокультурных факторов на механизм употребления языка Т.-А. ван Дейк [3, с.161].

Стоит взять во внимание замечание Ю.В. Рождественского: «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» [7, с. 163]*.*

Синергетический подход к рассмотрению предметной области теории и практики текстов массовой коммуникации позволил нам определить эту область научных знаний (теорию и практику коммуникации), в том числе и ее терминологическое обеспечение, как самоорганизующуюся, саморазвивающуюся систему.

1.2 Журналистский текст с семиотической точки зрения

Понятие «журналистский текст» в узком прикладном значении принципиально несводимо только к печатному тексту (или его аналогам). Выделим те составляющие «журналистского текста», которые, на наш взгляд, определяют его морфологическую, семантическую и аксиологическую специфику. Прежде всего, в силу особенностей журналистской профессии, конечный ее продукт содержит (в зависимости от жанра, типа и вида журналистского текста) как сугубо информационные, прагматически-новостные элементы, так и элементы вторичных знаковых систем, связанных с теми эстетическими качествами, которыми потенциально обладает журналистский текст как сфера приложения журналистского мастерства. Это и позволяет относить журналистику к разряду творческих профессий, а также возможный этико-аксиологический компонент («гражданский пафос»), обусловленный той ролью и функциями, которые журналистика может выполнять в обществе. В частности, Е.Л. Вартанова говорит об антономии журналистики и СМИ, где сущностью журналистики является «производство содержания информационного характера (журналистский текст), характеризующегося одновременно чертами творческого и индустриального производства». Целью СМИ в свою очередь является «индустрия, обеспечивающая производство, упаковку и распространение всех типов медиатекстов» [10]. В этом противоречие между двумя взаимоисключающими положениями косвенно подразумевается противопоставление «журналистского текста» как авторского произведения и «медиатекста» как части медиа-индустрии.

Очевидно, что предложенная Е.Л. Вартановой антитеза указывает на двойственный характер «журналистского текста», когда конкретное авторское произведение неизбежно включается в разного типа контекстуальные ряды и вне контекста существенно теряет в своем этико-эстетическом значении и продуктивности коммуникативных стратегий. Это может быть «ближайший контекст» номера периодического издания (передачи, выпуска новостей и т.д.), который, в свою очередь, является составной частью общего медиатекста данного СМИ, подсистемы СМИ и так далее. С этой точки зрения необходимо отметить, что как в самом традиционном-газетном-варианте, так и в повсеместно распространенных на современном этапе развития мультимедийных СМИ, журналистскому тексту как явлению присущ специфический контекстуальный «художественный синкретизм». Это происходит, когда окружение текста, визуальное оформление, формат издания - с одной стороны, и, с другой, семантика подтекста, изобразительно-выразительные средства, используемые автором (от интонации до «картинки»), составляют единый информационно-эстетический феномен. Полное значение текста, таким образом, возможно «расшифровать» только с учетом всех разновидовых его составляющих (вербально-невербальных, аудиовизуальных и прочих: слово, изображение, звук, микрокомпозиция самого текста и макрокомпозиция - его место в общем медиатексте данного СМИ).

При таком подходе феномен «журналистского текста» требует специальной методологии для своего анализа и интерпретации - такой методологии, которая могла бы не только учитывать этот синкретический характер журналистского текста, но и сделать его основой для рассмотрения и понимания информационно-эстетических свойств журналистского текста в их комплексе и семантической полноте. Одним из вариантов такой методологии может стать семиотическая научная парадигма, научная база которой позволяет трактовать журналистский текст как пример знаковой системы, подобной той системе, которая была описана Ю.М. Лотманом в труде «Структура художественного текста» [5]. Журналистский текст, не становясь при этом текстом художественным, обладает, тем не менее, объективно выраженным «творческим элементом», творческой составляющей, необходимой для «вторичных моделирующих систем».

С семиотической точки зрения журналистский текст содержит следующие признаки знаковой системы:

а) уникальность/узнаваемость знаков и их сочетаний, то есть материальная «выраженность» журналистского текста в рамках данной культуры, данного естественного языка, данного пространственно-временного континуума (свойство журналистики, названное Л.Г. Свитич «хронотопностью»);

б) обособленность журналистского текста — его «выделяемость» как из нетекстовой сферы, так и на фоне других текстов (жанры печатных СМИ, ТВ-жанры, новостное вещание в радийном и любом другом медийном контексте);

в) структурность и иерархичность журналистского текста — его членимость на составляющие элементы («информационные кванты» по терминологии Л.Г. Свитич), находящиеся в соподочинительных отношениях и образующие многоуровневую структуру журналистского текста [8].

Обратим внимание и на некоторые более частные аспекты теории художественного текста, применимые, на наш взгляд, к явлению «журналистского текста». В теории текста Ю.М. Лотмана и в теории журнализма Л.Г. Свитич указываются такие свойства текста, как повтор и ритм, с одной стороны, и — ритмический, пульсарный характер журнализма, с другой.

Необходимо упомянуть и такой сущностный компонент журналистского текста, как его диалогичность, его дискурсивный коммуникативный характер, проявляющийся в медиасфере с большей очевидностью, чем в сфере знаковой системы художественного текста любого типа. Подчеркнем: любое искусство как знаковая система ориентировано на воспринимающего, передает ему информацию и рассчитывает на диалог. В культуре ХХ века диалогичность текста становится одним из ведущих конструктивных признаков художественного мышления, что сказывается, в частности, в изменении отношений в треугольнике «автор-повествователь-читатель». Но и вся история отечественной журналистики ХХ века - это история развития диалоговых форм общения с читателями (параллельно становлению системы советских СМИ происходит поиск и расширения форм массовой работы с читателями: от традиционных писем в редакцию до экзотических судов над газетами). В современной ситуации мультимедийность заставляет говорить о наступлении эры веб-коммуникационной модели медиакоммуникации («модель двусторонней равноправной коммуникации» М.Г. Шилина), в которой заложен принцип сотрудничества. Следовательно, по признаку диалогичности журналистский текст также может быть отнесен ко вторичным моделирующим системам, типологически родственным художественным текстам.

Тем самым, с точки зрения семиотической парадигмы явление «журналистского текста» на данном этапе развития медиа-системы и медиа-средств представляет собой сложную синтетическую (вербально-невербальную, аудио-визуальную и проч.) диалоговую информационно-эстетическую систему, чья семантика и аксиология складывается из совокупности значений отдельных элементов, их внутренней композиции и места в общей структуре медиа-поля более высокого уровня. Как вторичная моделирующая система, журналистский текст может быть бессловесным, бессюжетным, эклектично соединять в себе разные жанры и принципы подачи материала, быть принципиально открытым и постоянно/ритмичнопополняющимся (обновляющимся) (напр., новостная лента информагенств), делиться на микро- и макроуровни и подсистемы. Но в целом этот феномен будет обладать структурой, адекватной структуре текста в семиотическом понимании этого термина, и, соответственно, может быть понят, изучен и оценен в семиотической научной парадигме.

Рассмотрение журналистского текста в семиотической парадигме будет способствовать не только его структурному, но и поуровневому семантическому анализу. В самом общем виде семантические уровни, которые потенциально способен содержать в себе журналистский текст, варьируются от минимально-информационного до философского:

• «минимально-информационный» (уровень прагматики) — связан с той конкретной информацией, которая заключена в тексте (ср. информационная заметка);

• «системный» («контекстуальный», уровень синтагматики) — раскрывает дополнительные значения данного текста, зависящие от тех знаковых систем, в которых он может быть прочитан (так, информация о счете конкретного футбольного матча одновременно содержит в себе информацию о турнирном положении, о состоянии команды, о политике руководства команды и т.д.);

• социокультурный (уровень парадигматики) — то значение, которым наделен данный текст в масштабах истории, культуры и т.д. данного общества и, шире, макроистории;

• эстетический—изобразительно-выразительные средства, придающие данному журналистскому тексту индивидуальность, художественную самоценность (напр., стихотворная публицистика К.Ф. Рылеева);

• философский — понятийно-ценностный аспект, аксиологический пафос журналистского текста (напр., этот аспект бесспорен в статьях А.И. Солженицына, посвященных постсоветскому устройству России).

Очевидно, что перечисленные семантические уровни характерны не для всех жанров и типов журналистского текста, но понимание журналистского текста как знаковой системы позволяет актуализировать эти уровни в процессе научного анализа, раскрыть сложную семантическую и эстетическую природу журналистского текста как информационно-семантического феномена.

1.3 Художественный синкретизм журналистского текста

Стать цельным произведением, не рассыпаться на отдельные чужеродные ингредиенты тексту позволяет соответствующая структурность – внутренняя организация. Это свойственно любым текстовым моделям, включая, разумеется, и те, которые существуют в пределах печатного издания. Более того, в этом случае требуется особо строгая организация материала, поскольку все журналистские произведения должны отличаться четкостью композиционного построения, ясностью и конкретностью семантики [6]. Только в этом случае журналистский текст становится носителем определенной мысли — идеи, к которой автор надеется сделать хотя бы некоторые шаги.

Сейчас уместно сказать о другом: журналистское сообщение создает модель какого-либо конкретного явления — журналистский язык моделирует универсум в его наиболее общих категориях, которые, будучи наиболее общим содержанием мира, являются для конкретных вещей и явлений формой существования. С определенных точек зрения информация, заключающаяся в выборе типа журналистского языка, представляется наиболее существенной.

Выбор автором определенного жанра, стиля или журналистского направления — тоже есть выбор языка, на котором он собирается говорить с читателем. Язык этот входит в сложную иерархию как журналистских, научных, так и художественных языков данной эпохи, данной культуры, данного народа или так далее.

Созданная писателем окказиональная структура модели навязывается читателю уже как язык его сознания. Окказиональность заменяется универсальностью. Но дело не только в этом. «Уникальный» знак оказывается «собранным» из типовых элементов и на определенном уровне «читается» по традиционным правилам. Всякое новаторское произведение строится из традиционного материала. Если текст не поддерживает памяти о традиционном построении, его новаторство перестает восприниматься.

Любой текст имеет еще одну особенность: он выдает разным читателям различную информацию — каждому в меру его понимания, он же дает читателю язык, на котором можно усвоить следующую порцию сведений при повторном чтении. Он ведет себя как некоторый живой организм, находящийся в обратной связи с читателем и обучающий этого читателя. Журналистский текст, не становясь при этом текстом художественным, обладает, тем не менее, объективно выраженным «творческим элементом», творческой составляющей, необходимой для «вторичных моделирующих систем». То есть в данном случае, мы рассматриваем синкретизм текста не как «Заголовок- Лид- Основная часть- Вывод- Бэкграунд», а как целостность для невербальной коммуникации автора и читателя.

Таким образом, можно сказать, что базой для художественного синкретизма журналистского выступает язык.

# ГЛАВА 2. СЕМИОТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОТАРА КУШАНАШВИЛИ

## 2.1 Печатная деятельность Отара Кушанашвили

Отар Кушанашвили – грузинский и российский журналист, сам себя считает «антипублицистом». Свою журналистскую деятельность Кушанашвили начинал в печатной прессе, однако все же всенародную известность он приобрел именно благодаря телевидению. В частности, в достаточно популярное ток-шоу конца 1990-х годов «Акулы пера» журналист очень часто своими точными высказываниями и напором вводил в тупик даже признанных мэтров российской эстрады.

Ещё в период обучения в школе О. Кушанашвили публиковал заметки в газете «Кутаисская правда». После, он поступил на факультет журналистики Тбилисского государственного университета, откуда, его отчислили. Затем О. Кушанашвили поехал в Москву на поиск работы в сфере журналистики.

По его же воспоминаниям, он «разослал резюме 35 редакторам, но получил только одно предложение» [9]. Таким образом, О. Кушанашвили стал уже в начале 1993 года штатным корреспондентом газеты «Новый взгляд», которая была создана Евгением Додолевым [12]. После этого О. Кушанашвили был приглашен работать на телевидение, после чего сделал подробные интервью с деятелями сферы шоу-бизнеса. Это и позволило ему стать популярным [19].

 С 1995 года ОтарКушанашвили стал главным редактором светского еженедельника «МузОБОЗ» (который впоследствии был переименован в газету «Музыкальная правда») издательского дома «Новый взгляд». На рис.1(приложение, рис.1) можно рассмотреть статью О. Кушанашвили в этой газете.

В журналах «Ом», «Секрет&Тайна», «Fly&Drive» и газете «Аргументы и факты» О. Кушанашвили вел авторские колонки, а радиостанция «Европа плюс» приглашала журналиста в качестве ведущего нескольких программ [9].

Кроме того, О. Кушанашвили является автором монографий, среди которых следующие: «Не один» [13], «Эпоха и Я. Хроники хулигана» [15], «Я и Путь in. Как победить добро» [16], «Я. Книга-месть» [17].

В своих книгах автор показывает свое отношение к шоу-бизнесу, обличает некоторых эстрадных артистов и возвышает других, как бы показывая субъективную «изнанку».

Интересно обратить внимание на то, что О. Кушанашвили считает, что он «психоделический» журналист: «Гонзо-журналистика теперь не исполняется, потому что те, кто был способным ее осуществлять, увы, умерли. Это не мой путь. Мой путь – быть чабаном старше пятисот лет и давать подзатыльники детям до того момента, пока я не смогу убедиться, что они стали чуть умнее седьмого состава «Ласкового мая». А пока гонзо-журналистика в прошлом. Ко мне нынешнему применимо больше определение «психоделический» [18].

Таким образом, следует обратить внимание на то, что сама личность О. Кушанашвили является весьма скандальной, тогда как его печатная публицистическая деятельность, кроме ранее публиковавшихся галетных колонок, сегодня представляет собой достаточно провокационные «поп-размышления» о российской эстраде.

## 2.2 Признаки материалов Отара Кушанашвили как знаковой системы

Л.Г. Свитич, анализируя журнализм как непосредственно динамический феномен в рамках синергетической парадигмы, задается следующим, достаточно актуальным вопросом: может ли в настоящее время современная журналистика сохранить созидательный потенциал? [8, с. 9-21]. «Речь идет о журнализме как стабилизаторе, гомеостатическом факторе самого общества… Поэтому о негэнтропийной гомеостатической роли информации сейчас приходится говорить с очень большой осторожностью, хотя такие потенции заложены в журнализме, если он будет адекватен потребностям социума и человечества» [8, с. 20]. Социальная ответственность при этом, в первую очередь, трактуется непосредственно на уровне профессионального сознания, где одной из его доминант являются профессиональные ориентации. При этом наличие семиотических символов говорит о предсказуемости, об опредмечивании печатных материалов О. Кушанашвили.

Рассмотрим, в первую очередь, вербальный код. Признаки материалов О. Кушанашвили – вызов и шоу-бизнес. Такого рода типология может быть выявлена в данном случае при помощи «провокационных» названий его книг («Не один», «Эпоха и Я. Хроники хулигана», «Я и Путь in. Как победить добро», «Я. Книга-месть»). То есть, везде можно проследить наличие какого-то семиотического вызова.

При этом можно отметить, что представленный вербальный код значительно усиливается иконическим кодом: на обложках своих книг О. Кушанашвили размещает собственные фотографии в философских образах с проникновенным взглядом, в чем отмечается, к слову, определенное несоответствие. Однако, интерес к своей личности при этом становится очевидным, что впоследствии прослеживается и в самих печатных материалах. Особенно этот философский образ и глубина глаз не коррелируют со стилем авторского изложения, с обилием обсценизмов или откровенно бранных выражений.

Обсценизмы в текстах авторитетных авторов всегда, во все времена как бы «подтачивали» борьбу со сквернословием. Несмотря на очевидность того или иного сквернословия – обсценизма, соблюдение рамок приличия является социальной нормой.

В художественных и публицистических текстах традиционно используются приемы отточий, а в стихотворных произведениях обсценизмзачастую необходим для соблюдения рифмы. Данное является достаточно характерным для печатных материалов О. Кушанашвили (на примере его книги «Я и Путь in») (приложение, Рис.2).

В одной из статей О. Кушанашвили написал следующее: «А потому что это х…ня! Получал черный нал, буду получать до конца дней и не пойду платить налоги!» [14].

Употребление представленных жаргонизмов, наряду с обсценной лексикой объясняется, в первую очередь, разговорной речью, а также тем, что такой прием позволил О. Кушанашвили выглядеть на странице издания максимально непринужденно, или, более того, выглядеть более современнее, молодежнее.

Тем не менее, в ряде случаев, при использовании жаргонизмов и обсценной лексики, просторечий, вполне возможно возникновение эффекталексической «замусоренности», то есть апеллирования огромным количеством слов «невпопад».

Такое изложение материала не пользуется успехом у критически мыслящей аудитории, более того, тексты такого содержания, несколько уничижительного, достаточно часто воспринимаются с гораздо более меньшим интересом и уважением, чем тексты без использования ненормативной и вызывающей в целом лексики.

Однако для контингента, который в современном обществе принято называть «гоп», такое общение и, соответственно, такая подача является весьма свойственной.

Можно сказать о том, что, по мнению О. Кушанашвили, обсценизмы в текстах зависят как от контекста изложения (можно ли это позволить здесь), или от мастерства (можно ли это позволить себе). Однако, с точки зрения знаковой системы, мы понимаем это как желание сформировать свой скандальный образ.

К слову, несоответствие, определенная противоречивость или ценностная деформация в целом прослеживается в печатных материалах О. Кушанашвили (приложение, рис.3) [20].

Пример ценностной деформации О. Кушанашвили в этом тексте достаточно выразителен и ярок сам по себе [11].

Заголовки, которые присутствуют в книге «Я и Путь in», по сути, являются отражением ценностей и идеалов О. Кушанашвили.

В общество он продвигает следующую идеологию: «Арбенину спасли дети, Макарского, меня, Сукачева – работа», «Благодарственная записка Роману Виктюку», «Сумасшедший Виктюк», «Жене Белоусову. На смерть друга», «Убить гопника! Задорные идиоты правят миром, при этом именно нас считая тупыми до предела», «Как живая. О том, как легко можно убить насмешкой» и так далее.

Прежде всего, круг интересов смыкается на поп-персоналиях. И ориентация на «поп» аудиторию видна в самом изложении, и в обесценивании, и в жаргонизмах с обсценизмами.

Наиболее активно в книге репрезентуется свое «Я» и его уникальность с точки зрения принадлежности к миру шоу-бизнеса. Символ – шоу-бизнес.

Таким образом, следует отметить, что в печатных текстах О. Кушанашвили содержится гораздо больше информации, нежели он открывает. Его позиция – осветить сферу шоу-бизнеса такой, какая она есть, однако очевидность приобретает другой контекст: автор репрезентует себя самого как скандального, провокационного, свободолюбивого и в принципе свободного и вольного человека, который может и обличать, и возвышать, и возвышаться, при этом нелицеприятно выражаясь.

Аргумент здесь работает следующий: «Кто не хочет – не смотрите». Соответственно, знаковая система замыкается на обсценизмах, жаргонизмах, шоу-бизнесе как символе, и все это проходит через свое «Я».

## 2.3 Знаковый характер «иронической» публицистики Отара Кушанашвили

Интересно обратить внимание на то, что блог О. Кушанашвили занимает очень важное место на интернет-портале издания «Советский спорт». Все материалы, написанные О. Кушанашвили, отличают, в первую очередь, нестандартность мышления и повышенная экспрессивность «антипублицистических» записей. Такая манера изложения привлекает на интернет-портал значительные объемы аудитории.

Особое место в арсенале средств выразительности О. Кушанашвили занимают знаковые иронические имена, которые непосредственно формируют основу для ироничного сравнения.

При анализе материалов блога О. Кушанашвили было выявлено, что приблизительно в половине его материалов используются прецедентные имена для критического оценивания тренеров и спортсменов. Частое упоминание этих имен, как следует заметить, может говорить о значительном месте данного стилистического приема в идиостиле О. Кушанашвили.

Выделим группы прецедентных имён-антропонимов в текстах блога «Неугомонный Отар».

1. Прецедентные имена из мира кино:

а) командное сравнение: «Легче невменяемому актеру Леше Панину сымитировать здравоумие и глубокую внутреннюю порядочность, чем той команде Венгера, что я видел, хотя бы сымитировать игру в футбол»;

б) индивидуальное сравнение: с отсылкой к герою фильма «Дело даже и не столько в парне, чье эго размером с Годзиллу», «Черчесов после каждой игры отвечает на вопросы с видом Кевина Костнера из «Дархэмских быков»: «Теперь, ребята, я знаю все!»», а также с отсылкой к образу персоны актера «Величайший» игрок Нойштедтер, манерный (на поле), как Рената Литвинова».

2. Прецедентные имена из музыкальной сферы: «Погребняк играет хуже, чем И. Салтыкова поет»; «Я тоже видел, как Жозе необратимо мутировал в Стаса Костюшкина на том самом стадионе, где его почитали Божеством, а он поносил всех»; «Николас Ломбертс, который за десять лет в Питере качественно играл не чаще, чем Иван Дорн вменяемым выходил на сцену (а Дорн вменяемым не выходил ни разу), судя по интервью, — милейший парень».

3. Прецедентные имена из сферы шоу-бизнеса: «И за каким чертом надо было играть 446 контрольных матчей, если на поле команда слепая, глухая, немощная, как Джигурда без транквилизаторов, решительно непонятно».

4. Прецедентные имена культурологического характера:

а) общекультурные: «Если С.Ч. считает М. интеллигентным парнем, страшно представить, кем он полагает Акинфеева. Верно, Махатмой Ганди, не меньше, или Рабиндранатом Тагором»;

б) литературные: «Работа не клеится, сборная – это не «Легия», и хочется уже написать Черчесову, как Виссарион Белинский написал Николаю Гоголю: «Ваша проблема — в непомерной широте воззрений»».

5. Прецедентные имена из спортивной сферы: «Нет, у меня тьма вопросов, но первый касается Боккетти. Когда читаешь его интервью, создается ощущение, что на вопросы отвечает СерхиоРамос или Пике, столько там самоуважения. А отвечает-то игрок крайне умеренного таланта, при всей своей заурядности смотрящий и на себя, и на мир окрест с очевидной любовью».

6. Прецедентный «Я»-антропоним: «А что до работы, так говорят, Панченко работает, как десять Отариков (что, уверяю вас, невозможно)».

7. Комбинированное сравнение с использованием прецедентных имён из различных сфер жизни: «Если «Ростов» — это «Лестер» хоть в микроскопической степени, то Бондарчук — Спилберг, Пелевин — Толстой, девушки из «ВИА Гра» — певицы, а Гарик Сукачев — массажист Челентано», «Я ни в коем разе не изменяю любимому Смолову, но ЦСКА был превосходен, как Аркадий Укупник, когда не поет, как Ирина Шейк, когда раздета, как Глюкоза, когда одета».

Таким образом, можно акцентировать исследовательское внимание на том, что ироничное использование О. Кушанашвили достаточно яркой и заметной палитры рассмотренных нами имен-антропонимов, которое ориентировано, в первую очередь, на понижение образов сравниваемых личностей, показывает его стремление быть провокатором в ведении стилистико-коммуникативной игры при выражении собственных эмоций и мыслей.

Причем, аудитория именно футбола реагирует на такие высказывания достаточно адекватно. Знаковый характер его ироничных высказываний заключается, по нашему мнению, в скандальном и колком принижении личностей. Здесь при этом О. Кушанашвили напрямую себя никак не касается, однако знаковый характер подтверждает желание быть скандально известным любыми средствами.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В ходе теоретической части представленной работы было выяснено, что восприятие текста является процессом контекстным, поскольку постоянно присутствуют отсылки к собственному жизненному опыту, памяти, социального опыта и так далее. При этом понимание текста реализуется на основе коммуникации «семиотического опыта».

В том числе важно заметить, что семантические уровни могут прослеживаться не во всех текстах сразу, однако важно учесть то, сто идентификация журналистского текста в качестве знаковой системы дает возможность актуализировать их при осуществлении научных разработок по теме, что позволит, в свою очередь, раскрыть сложную семиотическую природу журналистского текста.

В ходе практического исследования было выяснено, что личность О. Кушанашвили является весьма скандальной, тогда как его печатная публицистическая деятельность, кроме ранее публиковавшихся газетных колонок, сегодня представляет собой достаточно провокационные «поп-размышления» о российской эстраде.

В печатных текстах О. Кушанашвили содержится гораздо больше информации, нежели он открывает. Его позиция – осветить сферу шоу-бизнеса такой, какая она есть, однако очевидность приобретает другой контекст: автор репрезентует себя самого как скандального, провокационного, свободолюбивого и в принципе свободного и вольного человека, который может и обличать, и возвышать, и возвышаться, при этом нелицеприятно выражаясь.

Знаковая система замыкается на обсценизмах, жаргонизмах, шоу-бизнесе как символе, и все это проходит через свое «Я».

Ироничное использование О.Кушанашвили достаточно яркой и заметной палитры рассмотренных нами имен-антропонимов, которое ориентировано, в первую очередь, на понижение образов сравниваемых личностей, показывает его стремление быть провокатором в ведении стилистико-коммуникативной игры при выражении собственных эмоций и мыслей.

Причем, аудитория именно футбола реагирует на такие высказывания достаточно адекватно. Знаковый характер его ироничных высказываний заключается, по нашему мнению, в скандальном и колком принижении личностей. Здесь при этом О. Кушанашвили напрямую себя никак не касается, однако знаковый характер подтверждает желание быть скандально известным любыми средствами.

Таким образом, следует обратить внимание на то, что О. Кушанашвили через личности других (зачастую их принижение и ироничное к ним отношение) возвышает собственную личность, стараясь завоевать скандальную славу.

Задачи данной работы решены.

Цель работы является достигнутой.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

Научная литература:

1. Баранов А. Н. Лингвистическая теория аргументации (когнитивный подход). – М., 1989. – С. 12.
2. Блакар Р. М. Язык как инструмент социальной власти // Язык и моделирование социального взаимодействия. – М., 1987. – С. 92.
3. Дейк ван Т.-А. Язык. Познание. Коммуникация. – М., 1989. – С. 161.
4. Лотман Ю. М. Внутри мыслящих миров. Человек – текст – семиосфера – история. – М., 1999. – С. 21.
5. Лотман Ю. М. Структура художественного текста. - М., 1998. – С.143
6. Мисонжников Б.Я. отражение действительности в тексте.
7. Рождественский Ю. В. Введение в общую филологию. – М., 1979. – С. 163.
8. Свитич Л.Г. Журнализм в контексте современных научных парадигм // Вопросы теории и практики журналистики. – 2012. – №2. – С. 9-21.

Электронные источники:

1. Биография О. Кушанашвили [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.vokrug.tv/person/show/otar\_kushanashvili/ (дата обращения 23.05.2020).
2. Вартанова, Е.Л. О современном понимании СМИ и журналистики [Электронный ресурс] / Е.Л. Вартанова. - URL: http:// [www.mediascope.ru/node/521](http://www.mediascope.ru/node/521).
3. «Отзыв официального оппонента доктора филологических наук Свитич Луизы Григорьевны на диссертационную работу Мезенцевой Алены Владимировны «Ценностные основания социальной позиции современного российского журналиста», представленную на соискание ученой степени кандидата филологических наук по специальности 10.01.10 – журналистика» [Электронный ресурс].- http://lib.urfu.ru/file.php/118/moddata/data/51/715/270077/Otzyv\_oficialnogo\_opponenta\_Svitich\_LG-1.pdf (дата обращения 23.05.2020).

Источники:

1. Газета «Новый взгляд» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.newlookmedia.ru/IDNV/Novyj\_Vzglad/Novyj\_Vzglad.html (дата обращения 23.05.2020).
2. Кушанашвили О. Не один [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.litres.ru/otar-kushanashvili/ne-odin/chitat-onlayn// (дата обращения 23.05.2020).
3. Кушанашвили О. Статья. Новая газета. 2011. - № 31.
4. Кушанашвили О. Эпоха и Я. Хроники хулигана. – М.: АСТ, 2011. – 384 с.
5. Кушанашвили О. Я и Путь in. Как победить добро. – М.: АСТ, 2013. – 448 с.
6. Кушанашвили О. Я. Книга-месть. – М.: АСТ, 2011. – 354 с.
7. Лекция Отара Кушанашвили для студентов МГПУ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.mgpu.ru/lektsiya-otara-kushanashvili-dlya-studentov-mgpu/ (дата обращения 23.05.2020).
8. Отар Кушанашвили [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.topspeaker.ru/speakers/?ELEMENT\_ID=19686 (дата обращения 23.05.2020).
9. Отар Кушанашвили, 2012 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://radiuscity.ru/otar-kushanashvili/ (дата обращения 23.05.2020).

Зарубежные источики:

1. (Rager, G. Qualitat in der Zeitung. ErgebnisseersterUntersuchungen // Redaktion 1994. Almanach fur Jurnalisten / Red. M. Begemann, B.L. Floper. – Bonn, 1993. – Р. 165-170).
2. (Umberto Eco. La struttura assente, Introduzione alla ricerca semiologica// Milano: Bom-piani, 1968. – P. 139)

ПРИЛОЖЕНИЯ


Рис.1. Статья О. Кушанашвили в газете «Музыкальная правда»Рис.2Пример ценностной деформации О. Кушанашвили



Рис.3