

САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
Институт «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций»

На правах рукописи

ПУСУРМАНОВА Камилла Гамальевна

Стилистико-речевые особенности тележурналистики хобби

Профиль магистратуры – «Журналистика сферы досуга»

МАГИСТЕРСКАЯ ДИССЕРТАЦИЯ

Научный руководитель –
д. ф. н., профессор
Л. Р. Дускаева

Вх. № _____ от _____
Секретарь _____

Санкт-Петербург
2017

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	3
ГЛАВА I. ХОББИ КАК ПРЕДМЕТ ОТОБРАЖЕНИЯ В ТЕЛЕЖУРНАЛИСТИКЕ.....	8
1.1. Определение понятия «хобби» и классификация видов хобби.....	8
1.2. Типологические характеристики тележурналистики хобби.....	17
1.3. Функции тележурналистики хобби.....	23
ГЛАВА II . РЕЧЕВЫЕ ЖАНРЫ ТЕЛЕЖУРНАЛИСТИКИ ХОББИ.....	29
2.1. Речевой жанр как функциональная единица высказывания.....	29
2.2. Экстралингвистические предпосылки типологизации речевых жанров тележурналистики хобби.....	35
2.3. Классификация речевых жанров тележурналистики хобби.....	43
ГЛАВА III. РЕЧЕЖАНРОВАЯ СТРУКТУРА ТЕЛЕПЕРЕДАЧИ О ХОББИ.....	49
3.1. Телепередача о хобби как макрожанр.....	49
3.2. Стилистико-речевые особенности информирующих жанров тележурналистики хобби.....	52
3.3. Стилистико-речевые особенности оценочных жанров тележурналистики хобби	72
3.4. Стилистико-речевые особенности побудительных жанров тележурналистики хобби.....	83
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.	100
ЛИТЕРАТУРА.....	103

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность данного исследования определяется необходимостью осмысления телевизионных журналистских материалов, посвященных хобби, с точки зрения интенциональной стилистики.

В современном обществе наблюдается повышенный интерес к организации досуга, особенно популярными стали занятия различными видами хобби. В ответ на соответствующий спрос активно развивается рынок товаров и услуг для занятий хобби, появляются новые любительские увлечения, увеличивается количество тематических клубов и обществ. Закономерно, что сейчас появился спрос на специализированный качественный контент, который удовлетворил бы информационные потребности любителей в этой сфере. Журналистика в целом и телевизионная журналистика, в частности, отреагировали на соответствующие запросы: открылись целые каналы, посвященные одному или нескольким родственным увлечениям, выпускаются специализированные телепередачи. По сути, сформировался и активно развивается целый сегмент средств массовой информации, освещающий различные виды хобби. Для профессионального и эффективного обслуживания интересов любителей у тележурналистов возникла потребность в выборе адекватных речевых инструментов.

Научная новизна данного исследования состоит в изучении и формулировании стилистико-речевых особенностей телевизионных журналистских материалов, посвященных хобби. Впервые была предпринята попытка разработать систему речевых жанров тележурналистики хобби, выявить адекватные речевые инструменты реализации авторского замысла в данном типе текстов.

Объектом исследования диссертационной работы являются телевизионные журналистские материалы о хобби.

В качестве **предмета исследования** рассматриваются речевые жанры тележурналистики хобби.

Целью данного исследования является выявление стилистико-речевых особенностей тележурналистики хобби в аспекте речевых жанров.

Поставленная цель предполагает **решение следующих задач**:

1. Определить особенности предмета отображения в тележурналистике хобби;
2. Изучить типологические особенности и функции тележурналистики хобби;
3. Выявить экстралингвистические факторы формирования речевых жанров тележурналистики хобби;
4. Разработать классификацию речевых жанров тележурналистики хобби;
5. Определить стилистико-речевые особенности реализации жанровых моделей тележурналистики хобби.

В работе будут применены **методы** функционально-стилистического и интенционально-стилистического анализа, а также использованы общенаучные методы анализа и синтеза, наблюдения, аналогии, интерпретации и обобщения.

Теоретическую и методологическую основу магистерской диссертации составили работы Н. Д. Арутюновой, В. В. Виноградова, М. М. Бахтина, М. Н. Кожинной, В. А. Салимовского, И. Н. Горелова, Л. Р. Дускаевой, К. Ф. Седова, на которые мы опирались при исследовании природы речевых жанров, стилистико-речевых особенностей их реализации. В качестве общей теоретической базы для изучения роли и функций журналистики мы опирались на научные работы И. Н. Блохина, Е. П. Прохорова, С. Г. Корконосенко. Для рассмотрения функциональных и типологических особенностей тележурналистики хобби мы опирались на работы Е. П. Почкай, М. Н. Николаева, Г. В. Кузнецова. Для изучения природы хобби как способа досугового времяпрепровождения и психологии людей, увлекающихся разными видами хобби, мы использовали работы И. М. Верещагиной, Л. А. Акимовой, Ю. А. Стрельцова, А. Б. Мискевича.

Эмпирическую базу исследования составили телевизионные выпуски передач «Планета собак» и «Вкус по карману». В данной работе использовался метод случайной выборки среди всех вышедших в эфир выпусков. В общей совокупности было проанализировано 30 выпусков. При выборе анализируемых телепередач мы руководствовались их предметом отображения – хобби, что соотносится с целью данной работы. С другой стороны, намеренно были выбраны передачи различного формата, освещающие разные виды хобби, что предоставляет исследователю возможность выявить общие стилистико-речевые особенности тележурналистики хобби в целом. Отметим, что обе передачи были произведены в России для трансляции на русскоязычных каналах – это позволило исследовать именно российский телерынок.

Апробация результатов исследования. Основные положения магистерской диссертации освещались на заседании секции «Периодическая печать: социально-профессиональные установки журналиста и редакции» в рамках 15-й международной конференции студентов, магистрантов и аспирантов «Медиа в современном мире. Молодые исследователи», а также на заседании секции «Журналистика» (подсекция – «Современный медиатекст») международной научной конференции студентов, аспирантов и молодых учёных «Ломоносов-2017». Представленные доклады получили высокую оценку профессионального сообщества.

Диссертационная работа, общий **объем** которой составляет 109 страниц, **состоит из** введения, трех глав, заключения, списка литературы.

Во введении обосновывается актуальность темы исследования, его новизна, указывается объект, предмет, определяются цель, задачи и методы исследования, описывается теоретическая и методологическая основа исследования, а также эмпирическая база, приводятся сведения об апробации основных положений магистерской диссертации, описывается ее структура и указывается объём.

В первой главе «Хобби как предмет отображения в тележурналистике» очерчиваются границы хобби, существенные особенности, отличающие его от

остальных способов досугового времяпрепровождения. В данной главе анализируется типология тележурналистики хобби, исследуется ее функциональное назначение.

Во второй главе «Речевые жанры тележурналистики хобби» рассматриваются теоретические основы изучения речевых жанров как функциональных единиц высказывания в публицистической сфере общения. В данной главе уделено внимание выявлению экстралингвистических факторов, которые определили специфику речевых жанров тележурналистики хобби. На основе этих данных были выявлены и сформулированы характерные для тележурналистики хобби жанровые модели.

В третьей главе «Речежанровая структура телепередачи о хобби» на конкретных примерах из практики рассматриваются стилистико-речевые особенности реализации информирующих, оценочных и побудительных жанров.

На защиту выносятся следующие положения.

1. Предмет отображения тележурналистики хобби – это специфический способ досугового времяпрепровождения, который отличается от остальных досуговых форм следующим рядом признаков: регулярность (периодичность), добровольность выбора, получение удовольствия, наличие действия или движения. Тележурналистика хобби – это направление журналистики сферы досуга, которое отвечает специализированным запросам и удовлетворяет потребности целевой аудитории любителей относительно хобби-деятельности и ее элементов. Рассматриваемые в данной диссертационной работе телепередачи «Планета собак» и «Вкус по карману» относятся к тележурналистике хобби и являются примерами реализации её двух основных типологических направлений.

2. К наиболее актуальным функциям телевизионной журналистики хобби можно отнести следующие: рекреативная, образовательная, культурно-просветительская, интегративная. Перечисленные функции связаны с потребностью человека в релаксации и развлечении, обучении и просвещении,

а также с потребностью в установлении коммунитарных связей увлеченного хобби с сообществом любителей. Экстралингвистическими предпосылками стилистико-речевых особенностей тележурналистики хобби являются следующие факторы: общая интенциональная направленность журналистских материалов, социально-ролевые характеристики тележурналистики хобби и запросы целевой аудитории любителей.

3. В тележурналистике хобби сформировались особые жанровые модели, отражающие специфические процедуры досуговой деятельности: активное участие любителя в процессе, создание объекта или взаимодействие с ним, использование вспомогательных средств, влияние окружающей среды на хобби-деятельность. Другими словами, жанровые модели являются инструментами для выражения сообщений адресанта о перечисленных процедурах, освещаемых с точки зрения основных авторских интенций – информирования, оценки и побуждения. В любом телевизионном журналистском материале каждая жанровая модель реализуется с помощью речевых средств разных уровней языка, а также посредством визуально-аудиального ряда.

ГЛАВА I. ХОББИ КАК ПРЕДМЕТ ОТОБРАЖЕНИЯ В ТЕЛЕЖУРНАЛИСТИКЕ

1.1. Определение понятия «хобби» и классификация видов хобби

Изучение тележурналистики хобби представляется невозможным без четкого определения границ хобби как предмета её отображения, отличий этого времяпрепровождения от остальных способов проведения досуга. Первоначально слово «хобби» появилось в Англии и обозначало комедианта, который скакал на деревянной палочке-лошадке, чтобы развеселить зрителей и доставить им удовольствие. Позже так стали называть и любимые занятия на досуге¹. Впервые слово «хобби» в значении «увлечение» использовал в своем романе «Жизнь и мнения Тристрама Шенди» английский писатель Лоренс Стерн². В русском языке в данном значении это слово стало активно употребляться в середине XX века. Ранее в России вместо «хобби» употребляли близкое по значению слово «увлечение». В ряде словарей синонимов они составляют один синонимический ряд. На наш взгляд, два данных слова взаимозаменяемы, и мы будем активно использовать их в данной работе. Согласно определению С. И. Ожегова, хобби – это увлечение, любимое занятие для себя, на досуге³. Первая часть определения слова «хобби» подчеркивает его личностное, индивидуальное и добровольное начало, а также исключительно положительное влияние на эмоциональное состояние человека. Вторая часть определения соотносит хобби с досуговым времяпрепровождением. Досуг – это

¹ Голь Н. М. Занимательный этимологический словарь. 2007. URL: <http://etymology.gol.academic.ru/331> (дата обращения: 18.12.15)

² Происхождение термина «хобби». URL: https://medaboutme.ru/obraz-zhizni/publikacii/stati/hobbi/#tayny-etimologii-slova-khobbi?utm_source=copypaste&utm_medium=referral&utm_campaign=copypaste (дата обращения: 03.04.2017)

³ Ожегов С. И., Шведова Н. Ю. Толковый словарь Ожегова. 1949-1992. URL: <http://dic.academic.ru/dic.nsf/ogegova/261374> (дата обращения: 18.12.15)

то, чем человек занимается в свободное (от работы) время. Помимо временных затрат на работу некоторые исследователи исключают из понятия «досуг» дела и обязанности, которые связаны с обеспечением нормальной жизнедеятельности человека – сон, прием пищи, бытовые нужды. В целом к досуговому времяпрепровождению можно отнести пассивный отдых, чтение, различные виды хобби, самообразование, совершение действий антикультурного характера и так далее⁴. Таким образом, понятие «досуг» шире понятия «хобби». Принципиальная связь двух понятий – «хобби» и «досуг» – отразилась и на выделении отдельных направлений в журналистике: журналистика хобби и журналистика сферы досуга. Последняя является самостоятельной подсистемой общей системы средств массовой информации и освящает различные формы свободного времяпрепровождения, в том числе занятия хобби. Исходя из этого, журналистику хобби можно считать одним из направлений досуговой журналистики или журналистики сферы досуга⁵.

Однако в бытовой сфере нередко происходит отождествление понятий «досуг» и «хобби». Такой подход можно встретить в журнальной и книжной продукции, в названии которой содержится слово «хобби». Так, например, в книге-календаре «Хобби для мужчин» к хобби относят и отношения с женщинами, и выбор сигар, и прослушивание музыки⁶. Вероятно, такой охват связан с попыткой привлечения максимально широкой аудитории, а также с трудностью определения границ хобби. Отметим, что в трудах советских социологов, изучавших быт и досуг рабочего класса, понятие «хобби» не встречается, а сфера хобби рассматривается в обобщенном виде и никак не ограничивается. Социологи, придерживавшиеся этой нейтральной теории в отношении досуга, относили хобби к домашней досуговой деятельности, наравне с бытом⁷.

⁴ Стрельцов Ю. А. Культурология досуга: Учебное пособие. – М.: МГУКИ, 2002. С. 6

⁵ Николаев М. Н. Формирование журналистики хобби как нового направления досуговой журналистики. URL: http://conf.msu.ru/archive/Lomonosov_2012/1758/45097_4fae.pdf (дата обращения: 18.12.15)

⁶ Хобби для мужчин / Сост. Н. Дубенюк. – М.: Эксмо, 2008. С. 1 – 192

⁷ Акимова Л. А. Социология досуга.: учеб. пособие. – М: МГУКИ, 2003. С. 23

Более четкие границы в определении понятия «хобби» прослеживаются в культурологическом и педагогическом подходах. В рамках этих подходов хобби отождествляется с таким понятием, как «хобби-деятельность». В данном случае подчеркивается деятельностная сторона хобби, которое неразрывно связывается с каким-либо действием или движением, активностью, наделяется индивидуальными целями, задачами, возможными последствиями и результатами⁸. В данной работе мы также будем отождествлять «хобби-деятельность» с понятием «хобби». На наш взгляд, используемое педагогами и культурологами понятие «хобби-деятельность» наиболее удачно подчеркивает особенности хобби как специфического способа проведения досуга. Кроме того, в рамках культурологического и педагогического подходов используется термин «любитель» для обозначения людей, которые регулярно уделяют время определенному увлечению и воспринимают его как способ получения удовольствия. Культурологический подход связан с выделением хобби в качестве определенного вида досуга, связанного с культурно-творческой деятельностью. В данном случае речь идет об увлечениях, таких как поисково-исследовательская деятельность, коллекционирование и другие. Особое внимание в данном случае уделяется способности хобби активизировать творческий и интеллектуальный потенциал человека, который направлен на выбор цели и её достижение. Хобби, согласно культурологическому подходу, способно развить в человеке любознательность, воображение, эмоциональную чувствительность, тягу ко всему новому и неизвестному, стремление к оригинальности и самостоятельности в принятии решений⁹. В концепции, созданной в рамках педагогики, хобби рассматривается как вид личностной любительской активности. Хобби-деятельность понимается как одна из форм любительства, то есть сферы, которая не связана с основным видом жизнедеятельности. Особенность этого подхода в том, что человек,

⁸ Антонова Л. Ю. Хобби как средство культурной интеграции молодежи // Вестник БГУ. 2012. №6. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/hobbi-kak-sredstvo-kulturnoy-integratsii-molodezhi> (дата обращения: 28.03.2017)

⁹ Стрельцов Ю. А. Культурология досуга: учебное пособие. – М.: МГУКИ, 2002. С. 92 – 93

занимающийся хобби, является энтузиастом, создателем материальных и нематериальных благ, а не их потребителем. Хобби в данном случае рассматривается как социальный и культурный феномен, способствующий социализации и инкультурации индивида¹⁰.

В целом большинство исследователей сходятся во мнении, что хобби – это не связанный с профессиональным самосовершенствованием регулярный способ проведения досуга, реализуемый в виде действий или движений, приносящих человеку удовольствие. Другими словами, хобби можно поставить в один синонимичный ряд с такими словами, как «пристрастие», «любимое дело», «любимое занятие», «увлечение», «конёк». Различия в определении понятия «хобби» в основном связаны с выделением и подчеркиванием той или иной функции этого досугового времяпрепровождения.

Обобщив всё вышесказанное, попытаемся выделить основные черты хобби-деятельности, характеризующие её как один из особых способов досугового времяпрепровождения.

1. Регулярность / периодичность. Хобби – это процесс, к которому человек (любитель) регулярно возвращается в период свободного времяпрепровождения. В отличие от единоразовой деятельности хобби предоставляет большие возможности для самореализации, а также служит постоянным и привычным источником получения удовольствия. К примеру, определенное хобби избавляет любителя от необходимости регулярно выбирать, как распорядится свободным временем. Хобби – это заранее определенная деятельность, которая является для любителя привычной и осуществляется в свободное время. Таким образом, хобби избавляет любителя от необходимости выбора, минимизирует фактор случайных обстоятельств. Регулярная деятельность способствует выстраиванию определенного графика, в рамках которого любитель с каждым разом способен планировать свое время и строить долгосрочные цели для самосовершенствования.

¹⁰ Верещагина И. М. Социально-культурная поддержка хобби как личностной любительской инициативы: автореф. дис. канд. пед. наук. – Кемерово, 2008. С. 5

Самосовершенствование – это процесс достижения новых высот и результатов, способности определять новые цели и стремиться к ним. Получение удовольствия любителем в данном случае связано с привычностью и уверенностью в том, что он способен направить свои усилия для личного самосовершенствования в определенное русло. Именно с такой чертой хобби, как регулярность, связан тот факт, что оно может быть «смысловой доминантной» жизни человека¹¹. В этом случае любитель через хобби-деятельность стремится к максимальному самовыражению и самореализации в жизни в целом.

2. Добровольность. Это свободный выбор того или иного хобби вне зависимости от каких-либо внешних причин. Основной мотив при выборе хобби – это собственное желание любителя регулярно заниматься какой-либо деятельностью, способствующей самовыражению, самореализации, получению удовольствия, релаксации и так далее. Для того чтобы сделать выбор в пользу того или иного хобби, любителю необходимо прислушаться к собственным желаниям и сопоставить их с определенной деятельностью, в рамках которой эти желания будут воплощены в виде целей и результатов от занятий любимым увлечением. Получение наслаждения для любителя – самоцель, в отличие, например, от получения материальной прибыли в результате совершения хобби-деятельности.

3. Удовольствие. Этот фактор служит обязательным и необходимым условием хобби-деятельности. Чувство удовольствия в философии характеризуется как некоторое переживание, «сопровожающее удовлетворение потребности и интереса»¹². Мотивация к занятию той или иной хобби-деятельностью продиктована стремлением к удовлетворению

¹¹ Почкай Е. П. Вторая жизнь человека на телеэкране (журналистика хобби) // Век информации. Журналистика XXI века: поиски теоретического обоснования: матер. конференции междунар. научно-культурного форума «Дни философии в Санкт-Петербурге-2015». № 1 / ред.-сост. И. Н. Блохин, С. Г. Корконосенко. – СПб: С.Петербург. гос. ун-т; Высш. шк. журн. и мас. ком-муникаций, 2016. С. 222

¹² Философия: Энциклопедический словарь / Под ред. А.А. Ивина. – М.: Гардарики, 2004. URL: <http://ariom.ru/wiki/FJeS/> (дата обращения: 03.03.2017).

потребностей в самореализации, расслаблении и развлечении. Удовольствие от хобби-деятельности может быть выражено посредством целого ряда обстоятельств: получение удовлетворения от результата, от процесса, от выбора и от последствий. В любом случае чувство удовольствия, так или иначе, связано с действием или движением и об этой корреляции (принцип удовольствия) в свою очередь писал З. Фрейд: «Избыток энергии, ощущаемый как неудовольствие, и побуждает индивида к действиям»¹³. Исследователь подчеркивал, что именно избавление и снижение уровня этой энергии и является процессом получения удовольствия. Таким образом, хобби-деятельность – это процесс, который неразрывно связан с действием или движением.

4. Движение или действие. Связь хобби с действием или движением подчеркивается и этимологически. По некоторым данным, слово «хобби» имеет общий корень с древнефранцузским глаголом движения «*hober*» и с древнеанглийским словом «*hobbun*» («движение с места на место»)¹⁴. Таким образом, наличие инициативы любителя совершать движения и действия, то есть изменять окружающую реальность, будет ключевым для хобби-деятельности. В связи с этим важной характеристикой хобби будет являться и сам эффект, получаемый от любительского увлечения – практический результат движения или действия. К примеру, любительские занятия спортом направлены на изменение собственного тела, коллекционирование – это вовлеченный активный процесс собирания, рукоделие – это целенаправленные усилия по изготовлению изделий. Соответственно, любителями будут именоваться люди, выступающие инициаторами в создании каких-либо материальных и нематериальных благ и занимающиеся этим регулярно для получения удовольствия. С этой точки зрения видовыми разновидностями хобби не будут

¹³ Фрейд З. Положение о двух принципах психической деятельности // Основные психологические теории в психоанализе. Очерк истории психоанализа. – СПб: Алетейя, 1998. С. 100

¹⁴ Происхождение термина «хобби». URL: https://medaboutme.ru/obraz-zhizni/publikacii/stati/hobbi/#tayny-etimologii-slova-khobbi?utm_source=copypaste&utm_medium=referral&utm_campaign=copypaste (дата обращения: 04.05.17)

являться просмотр телесериалов, разовый поход в театр, чтение книг, прослушивание музыки и другие виды занятий, связанные исключительно с созерцательной стороной досугового времяпрепровождения.

Для более ясного понимания структуры хобби-деятельности остановимся подробнее на ее элементах. Хобби-деятельность предполагает наличие участников общения, объектов, инструментов и условий ее осуществления. Участники хобби – это любители, объединенные на основе общего увлечения, которое они воспринимают в качестве своего хобби. Такие группы любителей, как правило, имеют общее наименование по принципу вовлеченности в то или иное занятие – собаководы-любители, любители рукоделия, коллекционеры, филателисты, кулинары-любители, непрофессиональные велосипедисты, бегуны и так далее. В зависимости от типа хобби можно определить его объекты, инструменты. Разница между объектами и инструментами определяется их функциональным назначением и ролью, которую они играют в хобби-деятельности. Инструменты – это вспомогательные средства для достижения результата, а объекты – это, по сути, предметные воплощения усилий и устремлений любителя. Наличие и использование инструментов в разных хобби вариативно и имеет свой специфический характер. К примеру, основные инструменты вышивания – иголки и нитки – будут являться средствами для создания объекта в виде готовой вышивки. Для собаководов объектом хобби будет являться собака, а инструментами – средства, способствующие поддержанию ее физического состояния, эстетической привлекательности (корм, средства по уходу и так далее). В кулинарии в качестве инструментов выступают продукты питания, а объектом является готовое блюдо. Кроме того, в некоторых видах хобби принципиальное значение имеет окружающая среда, в которой непосредственно осуществляется деятельность. Под окружающей средой мы понимаем местность или территорию, которая является желательным или необходимым условием осуществления хобби-деятельности. К примеру, для рыболовства необходим водоем, для охоты – лес, пустыня и так далее.

Классификация. Остановимся подробнее на различных подходах к типологизации хобби. Существует несколько типов классификации хобби по различным признакам. Это связано с существованием большого видового разнообразия хобби-деятельности, различными функциями хобби и ролью, которую любительские увлечения могут играть в жизни человека.

С точки зрения психологии выбор того или иного хобби является важной сферой жизнедеятельности, которая может указывать на различные виды психопатии и акцентуации характера. Таким образом, хобби можно типологизировать с точки зрения мотивов, лежащих в основе выбора увлечения. Как пишет А. Е. Личко, хобби бывают интеллектуально-эстетическими (радиотехника, разведение цветов), телесно-мануальными (все виды любительского спорта), лидерскими (любое хобби, где индивид может проявить лидерские качества), накопительными (коллекционирование), эгоцентрическими (художественная самодеятельность) и информационно-коммуникативными (просмотр и чтение детективов)¹⁵. М. Люшер считал, что субъективные пристрастия к тем или иным хобби являются следствием особенностей психики и способом удовлетворения внутренних потребностей. Он разделил любительские занятия на четыре группы с точки зрения созданной им цветовой диагностики: хобби синего типа поведения (кулинария, живопись), зеленого (фотоискусство, шахматы), красного (вязание, автогонки) и желтого (ритмическая гимнастика, путешествия)¹⁶.

В основе еще одной классификации, предложенной М. Н. Николаевым, лежит два критерия – тип нагрузки (интеллектуальная, физическая, минимальная), которую испытывает любитель в процессе занятия любимым делом, и эффект (творчество, рост личности, эмоции), получаемые в результате увлечения. Например, комбинация «творчество – интеллектуальная нагрузка» порождает такие виды хобби, как моделирование, занятия поэзией; «рост

¹⁵ Личко А. Е. Психопатии и акцентуации характера у подростков. – Л.: Медицина, 1983. С. 51

¹⁶ Люшер М. Сигналы личности: ролевые игры и их мотивы. – Воронеж: НПО «МОДЭК», 1993. С. 116

личности – физическая нагрузка» – фитнес, бодибилдинг, «эмоции – минимальная нагрузка» – запуск воздушного змея, шоппинг и т.д.¹⁷

Р. А. Стеббинс относит занятие хобби к «серьезному» досугу, который отличается регулярностью, а также наличием у любителя определенных знаний и умений. Исследователь классифицирует все виды хобби и существующих любителей по пяти категориям: коллекционеры; изготовители и ремесленники; участники (само)деятельности; участники спортивных состязаний, игр и турниров; любители, увлекающиеся разными областями искусства¹⁸.

Существует классификация в зависимости от времени возникновения увлечений: консервационные хобби-инициативы – те, что тяготеют к традиционным увлечениям (шахматы, рукоделие), реконструкционные хобби-инициативы – воспроизводят утраченные занятия (бой на мечах, историческое фехтование), инновационные хобби-инициативы – новые любительские виды (серфинг, ролевые игры, блоггерство). Кроме того, всё видовое многообразие хобби можно разделить по деятельностному признаку: активные (туризм, ролевые игры, танцы), пассивно-познавательные (компьютерные игры, занятия творчеством) и пассивно-созерцательные (вязание, просмотр телесериалов)¹⁹.

Автор данного исследования создал собственную классификацию любительских увлечений, которые можно разделить в зависимости от областей их функционирования. Выделим ряд основных областей, в которых функционирует хобби-деятельность: любительский спорт, декоративно-прикладное творчество, изящные искусства, коллекционирование, живая природа, поисково-исследовательская деятельность, современные технологии, кулинария. Любительский спорт охватывает все виды спорта, занятия которыми любитель воспринимает в качестве своего хобби, но не основной профессии или средства заработка. В последнее время особую популярность

¹⁷ Николаев М. Н. Журналистика хобби: коммуникативные стратегии и тактики: дис. маг. журналистики. – СПб, 2013. С. 23

¹⁸ Стеббинс Р. А. Свободное время: к оптимальному стилю досуга (взгляд из Канады) / Р. А. Стеббинс // Социологический журнал, 2000. № 7. С. 65 – 66

¹⁹ Верещагина И. М. Социально-культурная поддержка хобби как личностной любительской инициативы: автореф. дис. канд. пед. наук. – Кемерово, 2008. С. 15 – 16

приобретают экстремальные виды спорта: паркур, каякинг, скалолазание, Х-гонки, бейсджампинг, вулканобординг, серфинг и другие. К хобби, функционирующим в области декоративно-прикладного творчества, можно отнести все виды рукоделия – вязание, шитье, вышивание, а также моделирование, деревообработку, радиолубительство и другие рукотворные увлечения. К хобби изящных искусств относятся все виды танцев, игра на различных музыкальных инструментах и композиторство, писательство, пение, рисование и другие. Коллекционирование различается по тематике и охватывает широкий спектр увлечений: нумизматика, филателия, филолидия (собираание упаковок или их частей), фалеристика (собираание медалей, орденов) и другие. Сфера живой природы может включать в себя декоративное садоводство, пчеловодство, собаководство, огородничество и другие виды хобби, связанные с флорой и фауной. Поисково-исследовательская деятельность охватывает поиск воинов, пропавших без вести во время войны, и военной атрибутики, кладоискательство, диггерство и другие. К хобби в области современных технологий можно отнести веб-дизайн, разработку компьютерных игр, компьютерную анимацию и так далее. Кулинарные хобби охватывают любую деятельность по приготовлению пищи при условии того, что автор не является профессиональным поваром. Таким образом, классификация по сферам функционирования позволяет максимально охватить различные виды хобби, осмыслить их многообразие и природу.

1.2. Типологические характеристики тележурналистики хобби

В последние несколько лет ряд исследователей в области журналистики и медиалингвистики выделяют отдельное направление – журналистика сферы досуга, которая включает журналистские продукты, посвященные досуговому времяпрепровождению и хобби, в частности. Необходимость теоретического

осмысления данного направления возникла в связи с возросшим количеством журналистских продуктов, посвященных досугу²⁰. Исследователь В. И. Шароградский пишет, что виды досугового времяпрепровождения могут стать основанием для выделения отдельных направлений в журналистике сферы досуга²¹. Одной из таких перспективных для всестороннего теоретического осмысления подсистем журналистики сферы досуга можно считать журналистику хобби. Журналистика хобби – это одно из направлений журналистики сферы досуга, которое объединяет специализированные средства массовой информации и специализированные журналистские материалы, посвященные одному виду хобби или группе родственных увлечений, и целевая аудитория которых преимущественно состоит из любителей. Исследователь Е. П. Почкай называет две причины активного развития этого направления журналистики. Эти причины связаны с поиском духовных и творческих ориентиров, необходимостью снимать стресс в условиях повышенной динамики современной жизни, потребностью в индивидуальном самовыражении и борьбой с рутинной²². Актуальность хобби-тематики привела к формированию обширного медиасегмента, который охватывает все каналы массовой коммуникации: печатные издания, телевидение, радио и интернет. Средства массовой информации, посвященные хобби, ориентированы на отдельные многочисленные социальные группы, которые объединены общей формой досугового времяпрепровождения. Соответственно, аудитория СМИ о хобби – это социальная группа, которая объединена общими информационными запросами, касающимися какого-либо вида увлечения. Эта социальная группа формируется на основе общности социокультурной

²⁰ Журналистика сферы досуга: учеб. пособие / под общ. ред. Л. Р. Дускаевой, Н. С. Цветовой. – СПб: Высш. школа журн. и мас. коммуникаций, 2012. С. 9

²¹ Шароградский В. И. О соотношении понятий «досуг» и «досуговая журналистика» // Досуговая журналистика в России: мат. межвуз. науч.-практ. конф. – СПб.: Астерион, 2009. С. 38

²² Почкай Е. П. Вторая жизнь человека на телеэкране (журналистика хобби) // Век информации. Журналистика XXI века: поиски теоретического обоснования: матер. конференции междунар. научно-культурного форума «Дни философии в Санкт-Петербурге-2015». – СПб.: С.Петербург. гос. ун-т; Высш. шк. журн. и мас. ком-муникаций, 2016. С. 220

характеристики – форма проведения досуга. Поскольку хобби-деятельность непосредственно связана с инициативой по созданию материальных и нематериальных благ с помощью действий и движений, аудитория специализированных СМИ о хобби ориентирована на деятельностные практики. Как пишет И. Н. Блохин, эти деятельностные практики «сами по себе являются ценностью, определяют культуру социальной группы и образ жизни ее членов, формируют образцы и стандарты группового поведения»²³.

Сегодня практически все виды хобби освещаются как в специализированных СМИ, так и в тех, что рассчитаны на массовую аудиторию. Однако журналистские материалы о хобби, которые могут быть интегрированы в медиапродукты для потребления массовой аудиторией, нельзя отнести к журналистике хобби. Это связано с тем, что, к примеру, заметка в развлекательном журнале или телесюжет о каком-либо увлечении в новостных выпусках телепередач не могут в полной степени ответить на информационные запросы любителей. Для удовлетворения потребностей участников хобби-деятельности создаются специализированные СМИ и специализированный медиаконтент. В таких материалах то или иное увлечение преподносится как ценность, привычный способ получить удовольствие и положительные эмоции, как средство самореализации и самоудовлетворения. Для адекватного освещения хобби-деятельности, ее элементов к автору негласно предъявляются определенные требования. Журналисту – создателю материала о хобби – необходимо обладать определенной компетенцией, иногда выступать в качестве участника процесса, быть в нем заинтересованным, разделять ценности своей целевой аудитории.

В специализированных СМИ можно встретить журналистские материалы, отличающиеся многообразием форматов, жанров, тематики. Выбор той или иной формы специализированного контента зависит от содержания и особенностей реализации авторского замысла, а также от выбранного предмета

²³ Блохин И. Н. Характеристики аудитории СМИ сферы досуга // Медиа. Демократия. Рынок. Часть 2. Функционирование средств массовой информации в сфере досуга: мат. меж. науч.-практ. конф. – СПб: Астерион, 2010. С. 19 – 20

освещения. К примеру, ведущие телепередач о хобби могут рассказывать об опыте любителя или об объекте хобби, освещать историю появления и развития любительского занятия, давать детальные инструкции по технике хобби, советовать приобрести определенные товары и так далее. Для более подробного рассмотрения типологии тележурналистики хобби предлагаем обратиться к классификации Е. П. Почкай, которая выделила два основных направления на основе предмета отображения, формата и выполняемых функций. Первое направление освещает непосредственно хобби-деятельность в целом, а второе – деятельность конкретного любителя, увлеченного определенным видом хобби²⁴.

Рассмотрим особенности обоих направлений журналистики хобби на примере двух телепередач – «Планета собак» (о собаководстве) и «Вкус по карману» (о кулинарии), которые послужили эмпирическим материалом для данного диссертационного исследования. Для начала предлагаем определить ряд оснований, благодаря которым передачу «Планета собак» можно отнести к тележурналистике хобби и, согласно типологии Е. П. Почкай, к первому направлению этой подсистемы досуговой журналистики. Во-первых, передача «Планета собак» действительно является специализированной, поскольку предназначена для просмотра действующими или потенциальными собаководами-любителями. Главная ценность, декларируемая в передаче – это утверждение собаки как уникального животного, имеющего глобальное гедонистическое, этическое, эстетическое и прикладное значение для человека. Собака в данном случае является необходимым атрибутом хобби и выступает в качестве его объекта. На практике это животное предстает в телепередаче как объект хобби, способный спасти своего хозяина от одиночества, поднять ему настроение, помочь в повседневной жизни. Это важное обстоятельство способствует реализации главной задачи собаководства как хобби –

²⁴ Почкай Е. П. Вторая жизнь человека на телеэкране (журналистика хобби) // Век информации. Журналистика XXI века: поиски теоретического обоснования: матер. конференции междунар. научно-культурного форума «Дни философии в Санкт-Петербурге-2015». – СПб.: С.Петербург. гос. ун-т; Высш. шк. журн. и мас. ком-муникаций, 2016. С.221

удовлетворение потребности в заботе о ком-то. Исследователь М. Кох-Костерзитц пишет: «Тот, кто однажды стал собаководом, чаще всего остается им на всю жизнь, потому что больше уже не может обходиться без четвероногого друга»²⁵. Действительно, собака может выступать в качестве спутника хозяина, его компаньона. Таким образом, указанный ценностный ориентир представляется адекватным для собаководов-любителей. В передаче «Планета собак» особое отношение к собакам отражается в подборе фактов, характеризующих этот объект хобби как уникальный, ценностная доминанта отражается и в трансляции исключительно положительной оценки любой породы, пропаганде действий, которые касаются правильного ухода и заботы о питомце. Таким образом, хобби выступает в качестве отдельного направления деятельности, которое имеет отражение в различных аспектах культуры, науки, быта, такие тексты направлены и на расширение общего кругозора. Передачи о хобби-деятельности в целом представляют для любителя интерес с точки зрения истории, дополнительных знаний о предмете их увлечения, восприятия чужого положительного опыта или общих сведений о культурных традициях. Подводя итог, можно отметить, что большое количество информации почти исключительно о собаководстве, трансляция только положительной оценки всех элементов хобби-деятельности, позиционирование собаки как источника получения удовольствия – эти основные специфические особенности передачи «Планета собак» подчеркивают ее предназначенность для специализированной аудитории любителей и, вероятно, несостоятельность для любой другой аудитории. Это утверждение подтверждается и с помощью многочисленных отзывов, которые оставляют телезрители в официальной группе передачи в социальной сети «ВКонтакте»²⁶. Авторы отзывов, как правило, – любители, которые просят рассказать о породе, к которой принадлежит их питомец, просят проконсультировать относительно ухода за собакой, задают

²⁵ Кох-Костерзитц М. Четыреста советов любителю собак / Перевод с нем. Л. М. Глотова. – М.: Мир, 1991. С. 9

²⁶ Официальная группа телепередачи «Планета собак» в социальной сети «ВКонтакте». URL: https://vk.com/planeta_sobak (дата обращения: 02.03.2017)

узкоспециализированные вопросы об истории и практике различных аспектов собаководства. Одновременно с этим, телепередача «Планета собак», транслирующая специализированный контент, не предполагает сужение своей аудитории до исключительно профессионального сообщества. В выпусках программы практически не используется специализированная лексика, отсутствуют профессиональные рекомендации для заводчиков или кинологов. Кроме того, в ряде выпусков речь идет об официально незарегистрированных породах собак, а в качестве героев передачи зачастую выступают обычные любители. Во-вторых, телепередачу «Планета собак» можно отнести к направлению тележурналистики хобби, в рамках которого создаются материалы, повествующие о хобби-деятельности в целом. Основной целеустановкой автора является реализация фактуальной интенции: трансляция интересных для специализированной аудитории фактов и событий в адекватной для нее форме. Формат передачи предполагает создание серии выпусков, каждый из которых посвящен рассказу об одной или нескольких породах собак. В зависимости от предмета отображения ведущий Григорий Манев отправляется в то место, где эту породу вывели или где она получила свое наибольшее распространение. Таким образом, формат передачи позволяет ведущему рассказать телезрителю об элементах хобби-деятельности: об особенностях породы в общем и ее отдельных представителях, их владельцах, а также о местности, где снималась передача. Фактическая информация может касаться уникальных событий, в которых участвовали собаки, истории возникновения различных пород, их функциональных характеристик, географических условий их разведения и распространения, опыта людей, которые являются владельцами, заводчиками и так далее.

К телевизионным журналистским материалам второго направления журналистики хобби (демонстрация деятельности любителя) можно отнести передачу «Вкус по карману». Каждый выпуск передачи предназначен для трансляции техники приготовления трех различных блюд, которые ведущий Константин Ивлев (профессиональный повар) и гость передачи (кулинар-

любитель) готовят совместно. Предполагается, что подобного рода телевизионный мастер-класс послужит обучающим и консультирующим пособием для любителя, который захочет повторить этот опыт. Передачи, транслирующие деятельность другого любителя, будут представлены в виде рекомендации к совершению определенных действий, освоению техник хобби или призыву к покупке специальных товаров или услуг для достижения максимального удовольствия от хобби-деятельности. Как пишет Е. П. Почкай, «в данном случае речь идет о том, что, получив с экрана телевизора информацию прагматического характера, зритель берет на вооружение те или иные практические советы либо делает для себя после передачи определенные выводы, помогающие ему принять верное решение и сделать правильный выбор»²⁷. Таким образом, передача «Вкус по карману» может быть интересна потенциальным или действующим любителям, которые стремятся опробовать новые для себя техники кулинарии, новые рецепты.

Однако отметим, что разделение и типологизация всех телевизионных журналистских материалов о хобби условны. Материалы каждого направления, особенно телепередачи, как правило, имеют и побудительный, и просветительский потенциал в том или ином объеме.

1.3. Функции тележурналистики хобби

Основная целеустановка средств массовой информации, посвященных хобби – это трансляция любой информации о хобби, доставляющей удовольствие любителю и имеющей для него практический интерес, связанный с увлечением и способствующий расширению его кругозора. Л. А. Акимова пишет, что роль журналистов, обслуживающих досугово-рекреационную

²⁷ Почкай Е. П. Потребительская тележурналистика // Журналистика сферы досуга: учеб. пособие / под общ. ред. Л. Р. Дускаевой, Н. С. Цветовой. – СПб: Высш. школа журн. и мас. коммуникаций, 2012. С. 188

деятельность, заключается, прежде всего, «в умелом и тонком руководстве такой деятельностью и повышению интеллектуального уровня людей и расширению их интересов»²⁸. Опираясь на классификацию функций телевизионной журналистики, предложенную Г. В. Кузнецовым, актуализируем её применительно к тележурналистике хобби, рассчитанной на специализированную аудиторию любителей. На наш взгляд, из предложенных телевизионных функций в рамках данного подхода наиболее значимыми для тележурналистики хобби будут являться рекреативная, культурно-просветительская, интегративная и образовательная функции²⁹. Выделяемые Г. В. Кузнецовым социально-педагогическая и организаторская функции малоприменимы к тележурналистике хобби, поскольку данное направление досуговой журналистики не имеет отношения к политике и выстраиванию процесса взаимовлияния политических институтов и населения. Кроме того, информационная функция также не будет рассматриваться в контексте функций тележурналистики хобби, поскольку в области функционирования хобби-деятельности у адресатов, как правило, нет потребности в сиюминутном получении оперативной информации – новостей, сообщений о свершившихся событиях.

Рекреативная функция тележурналистики хобби. Просмотр телевизионных журналистских материалов о хобби специализированной аудиторией любителей, безусловно, способствует их расслаблению и развлечению. Хобби улучшает самочувствие, настрой и настроение любителя, приводит к восполнению духовных и физических сил. С помощью телевизионных сюжетов и передач любители могут прочувствовать привычную для них атмосферу, которая напоминает о собственных занятиях хобби, приносящих удовлетворение и удовольствие. Таким образом, трансляция хобби-деятельности может вызвать у любителей прилив положительных

²⁸ Акимова Л. А. Социология досуга.: учеб. пособие. – М.: МГУКИ, 2003. С. 33

²⁹ Кузнецов Г. В. Телевидение и общество // Телевизионная журналистика / под ред. Г. В. Кузнецова, В. Л. Цвика, А. Я. Юровского. – М.: Издательство Московского университета: «Высшая школа», 2002. URL: <http://evartist.narod.ru/text6/23.htm> (дата обращения: 03.03.2017)

эмоций, связанных с предвкушением, воспоминанием или вдохновением на занятия хобби-деятельностью. Этот механизм получения удовольствия за счет просмотра хобби-деятельности направлен на удовлетворение потребностей в эмоциональном переживании, которое можно охарактеризовать исключительно с точки зрения положительных эмоций: радости, интереса, любопытства, восхищения, предвкушения, восторга, гордости и других. В то же время просмотр любимых передач о хобби помогает абстрагироваться от негативных переживаний, воспоминаний, конфликтов. Кроме того, телевизионные журналистские материалы о хобби способны привнести разнообразие в повседневную рутину. К примеру, многочисленные кулинарные передачи, предназначенные для домохозяек, являющихся кулинарами-любителями, открывают новые возможности для самовыражения.

Образовательная функция тележурналистики хобби. Телевизионные журналистские материалы о хобби способны транслировать консультирующую и обучающую информацию, которая касается советов по выполнению хобби-деятельности и овладению новыми направлениями и техниками хобби. А. Б. Мискевич отмечает, что недостаточное внимание к вопросу проведения досуга людей напрямую ведет «к распространению социальной апатии и росту общественно-политической пассивности»³⁰. Телепередачи о хобби позволяют приобрести дополнительные желаемые способности и умения или совершенствовать уже имеющиеся навыки. В отличие от основного вида деятельности человек может довольно часто менять вид выбранного хобби, трансформировать его в соответствии с собственным видением и так далее. Хобби-деятельность пластична, многообразна и носит добровольный характер – эти признаки позволяют ей в полной мере компенсировать человеку недополученные возможности для самовыражения. Таким образом, телепередачи о хобби, в частности, построенные в формате мастер-класса, способны стать своеобразной площадкой для саморазвития: воплощения новых идей, задумок, исполнения желаний, удовлетворения потребностей. Природа

³⁰ Мискевич А. Б. Человек в свободное время. – Минск: Наука и техника, 1989. С. 3

получения удовольствия кроется в возможности самореализации и самоутверждения, удовлетворения физических, эстетических, творческих и других потребностей. Эти и другие факторы, в том числе добровольный выбор определенного хобби и времени, отведенного на хобби-деятельность, отсутствие обязательного характера и давления со стороны других людей, становятся ключевыми для развития разного рода увлечений и соответствующего направления тележурналистики.

Культурно-просветительская функция тележурналистики хобби.

Телевизионные материалы о хобби способствуют общему духовному развитию человека, то есть выполняют культурно-просветительскую функцию. Это происходит с помощью изложения интересных фактов и сведений о хобби, подчеркивания его роли в культуре и истории социума. Занятие каким-либо хобби, как правило, приводит к росту интереса к области его функционирования. К примеру, любители военного моделизма, как правило, интересуются военной историей и техникой, владельцы собак знают об истории возникновения породы и так далее. Любителям приносит удовольствие поиск новых сведений и источников информации об увлечении. Таким образом, ключевое значение будет иметь просветительский и познавательный аспект в сфере функционирования тележурналистики хобби. Этот аспект мотивирует любителя совершенствовать собственную хобби-деятельность, достигать новых вершин и стремиться к усовершенствованию навыков, использованию новой информации, способствующей выходу любителя на новый уровень. Однако новые факты о хобби-деятельности не всегда могут носить прикладной характер. Любитель может получать удовольствие от самого осознания многообразия хобби, от стимуляции воображения в связи с любимым увлечением.

Интегративная функция тележурналистики хобби.

Специализированная аудитория любителей объединена общим способом досугового времяпрепровождения, поэтому, как правило, они воспринимают друг друга в качестве единомышленников, членов одного сообщества. В

телевизионных журналистских материалах о хобби транслируются единые для любителей ценности, связанные с осуществлением хобби-деятельности. Это обстоятельство способствует интеграции членов одного хобби-сообщества с помощью тележурналистики хобби. Знакомство с опытом другого любителя посредством телепередачи о хобби создает ощущение у адресата в том, что он не одинок в своей деятельности и интересах. Потребность в такого рода социализации обуславливает тот факт, что некоторые любители в реальной жизни посещают кружки, секции и клубы, общаются с людьми, объединенными общими интересами, для обмена опытом и знаниями. Эта особенность связана с тем, что человек по своей природе социален и нуждается во взаимодействии с другими людьми, общий интерес в виде хобби облегчает общение. К примеру, Д. Унру называет совместную хобби-деятельность «социальным миром», который «населяют» «незнакомцы» (посредники для осуществления хобби), «туристы» (временные участники), «завсегдатаи» (сами любители) и «посвященные лица» (самые преданные увлечению любители, хранители традиций). Исследователь отмечает, что любой социальный мир имеет не только свою иерархию, но и структуру³¹. Кроме того, занятие хобби-деятельностью отчасти можно сравнить с игрой, которую, по мнению Р. Кайуа, всегда сопровождают элементы соперничества, конкуренции³². Таким образом, у любителя возникает естественная потребность познакомиться с достижениями другого участника хобби-деятельности и сравнить с ними собственные результаты. Даже в индивидуальной игре любитель стремится продемонстрировать свои достижения кому-либо, посоревноваться с другим человеком в мастерстве. Вообще, любое хобби, по сути, родственно или совпадает с понятием игра (например, увлечение волейболом). Различные игры в зависимости от их содержания выполняют целый комплекс функций, они влияют на скорость обучения, дают простор для творческих, интеллектуальных

³¹ Unruh D. R. Characteristics and Types of Participation in Social Worlds // Symbolic Interaction, 1979. № 2. С. 115 – 130.

³² Кайуа Р. Игры и люди; Статьи и эссе по социологии культуры / Роже Кайуа // Сост., пер. с фр. С. Н. Зенкина. – М.: ОГИ, 2007. С. 72

решений, укрепляют здоровье, тренируют силу воли, а также способствуют развитию коммуникативных навыков человека. Таким образом, телевизионные журналистские материалы о хобби способствуют интеграции любителей на духовном уровне, позволяют им узнать об опыте друг друга, о достижениях, проблемах и способах их решений.

Итак, в данной главе мы пришли к следующим выводам:

1. Хобби – это не связанный с профессиональным самосовершенствованием регулярный способ проведения досуга, реализуемый в виде действий или движений, приносящих человеку удовольствие. Кроме того, мы предприняли попытку выделить главные элементы хобби-деятельности: участники (любители), объект (предметное воплощение усилий и устремлений любителей) и инструменты (вспомогательные средства), условия её осуществления (специфика окружающей среды).

2. Телепередачи «Планета собак» и «Вкус по карману» – эмпирическая база данной работы – являются специализированными и относятся к тележурналистике хобби. Указанные телепередачи воплощают разные типы направлений тележурналистики хобби и имеют разную интенциональную направленность. Доминирующая целеустановка в телепередаче «Планета собак» – информирование о хобби-деятельности в целом, а в телепередаче «Вкус по карману» – побуждение к хобби-деятельности с помощью трансляции опыта увлеченного любителя.

3. Наиболее актуальны следующие функции тележурналистики хобби: рекреативная, образовательная, культурно-просветительская и интегративная. Перечисленные функции направлены на развлечение и расслабление любителя, его обучение и просвещение, а также на объединение любительского сообщества.

ГЛАВА II. РЕЧЕВЫЕ ЖАНРЫ ТЕЛЕЖУРНАЛИСТИКИ ХОББИ

2.1. Речевой жанр как функциональная единица высказывания

Основы изучения теории речевых жанров были заложены М. М. Бахтиным. Речевые жанры, согласно исследователю, – это «относительно устойчивые тематические, композиционные и стилистические типы высказываний»³³. Другими словами, речевой жанр является целостным, завершенным высказыванием, имеющим свою композицию, стиль и тему. Свои речевые жанры формируются в каждой сфере общения и деятельности человека, то есть ситуация общения определяет их функциональную принадлежность. Во-первых, люди постоянно воспроизводят речевые жанры в аналогичных ситуациях общения (устно и письменно): публичное выступление, беседа, афиша, анекдот, просьба, приказ. Это доказывает оформленность и закреплённость устойчивых высказываний в речи. Во-вторых, определенные речевые жанры тесно связаны с временной эпохой, территориальными границами и сферой общения, в которых они функционируют. К примеру, в современной России отсутствует жанр письма-прошения, называемый челобитной, который был распространен в России до третьей четверти XVIII.

По форме речевые жанры могут соответствовать как целому тексту, так и одному предложению (реплике). В связи с этим М. М. Бахтин назвал небольшие по форме и размеру жанры, которые сформировались в рамках речевого общения, – первичными (реплика в бытовом диалоге). Первичные жанры могут входить в состав более объемных и сложноорганизованных структур – вторичных речевых жанров (роман, монография). Причем первичный жанр, функционирующий в рамках вторичных жанров, проходит

³³ Бахтин М. М. Проблема речевых жанров: собр. соч. // Работы 1940-1960 гг. Т. 5. – М.: Русские словари, 1996. С. 160

определенную переработку³⁴. Первичный жанр, прошедший такую переработку в составе вторичного речевого жанра, называется субжанром. Субжанр – самая малая коммуникативная единица, которая входит в состав речевого жанра. Речевой жанр может включать один или более субжанров. Субжанр, как и речевой жанр, – это целостное высказывание, которое при этом может приобретать различные очертания в связи с особенностями использования речевого жанра. Примерами субжанров могут быть такие одноактные высказывания, как колкость в составе речевого жанра «светская беседа», комплимент в составе речевого жанра «флирт», пожелание в составе речевого жанра «поздравление с днем рождения» и другое. К примеру, субжанр «пожелание» может быть воплощен различным образом в зависимости от ситуации общения, взаимоотношений между адресантом и адресатом. К примеру, субжанр «пожелание» в поздравительной открытке сыну от матери будет, вероятно, интимизирован – наполнен эмоциональной, разговорной лексикой, содержание высказывания будет иметь личный характер, иметь указание на личную жизнь адресата. В поздравительной открытке начальнику от коллег, напротив, субжанр будет воплощен в более официальной форме, его содержание, вероятно, коснется вопросов профессионального роста. Таким образом, субжанр, как и речевой жанр, способен подстраиваться под особенности коммуникативной ситуации, под сферу общения, функциональный стиль, особенности коммуникативных позиций адресанта и адресата. К. Ф. Седов указал на функциональную схожесть субжанра и коммуникативной тактики, предназначение которых – «менять сюжетные повороты в развитии общения (интеракции)»³⁵. Другими словами, субжанр, выступающий в качестве структурного элемента речевого жанра, способен вносить разнообразие в реализацию коммуникативной стратегии для ее более полного и уникального воплощения. Субжанр, по сути своей, выступает в виде коммуникативной

³⁴ Там же

³⁵ Горелов И. Н., Седов К. Ф. Основы психолингвистики: учебное пособие. – М.: Лабиринт, 1997. С. 73

тактики, которая выполняет функцию последовательной реализации коммуникативной стратегии – главной цели коммуникативного высказывания.

Необходимо отметить, что исследователи по-разному определяют границы таких явлений, как речевой жанр и субжанр. Это проблема возникает в связи с тем, что любой речевой элемент можно разделить на более мелкие единицы или объединить в более крупные и дать им определенные номинации. Кроме того, четкие границы между первичными и вторичными жанрами также не до конца определены, и этот вопрос представляется открытым для многих исследователей. В частности об этой проблеме пишет М. Н. Кожина³⁶. Возникают и другие трудности, которые связаны с отождествлением или разделением ряда речевых понятий: «субжанр» и «коммуникативная тактика», «речевой акт» и «речевой жанр».

В данной работе мы будем опираться на функционально-стилистический подход к исследованию речевых жанров В. А. Салимовского, который понимает речевые жанры как речевые модели, отражающие «духовную социокультурную деятельность» в определенной сфере общения.³⁷ Таким образом, речевые жанры способны стать основой для изучения любого текста с точки зрения функционально-стилистического аспекта, речевого взаимодействия людей в социуме. Другими словами, функции журналистики являются предпосылками к формированию речевых жанров в этой сфере. Журналистика – это сфера общения, которую обслуживает функциональный публицистический стиль. Соответственно, в этой социокультурной сфере взаимодействия людей сформировались свои речевые жанры, имеющие ряд индивидуальных особенностей. Основой для изучения формирования является диалогичность – выраженное в тексте взаимодействие нескольких смысловых

³⁶ Кожина М. Н. Речевой жанр и речевой акт (некоторые аспекты проблемы) / М. Н. Кожина // Жанры речи. – Саратов: Колледж, 1999. С. 55

³⁷ Салимовский В. А. Жанры речи в функционально-стилистическом освещении. – Пермь: Издательство Пермского университета, 2002. URL: http://medialing.spbu.ru/upload/files/file_1394527445_9556.pdf (дата обращения: 02.02.2017)

позиций³⁸. Стилеобразующей характеристикой публицистического стиля является, прежде всего, взаимодействие позиции автора журналистского материала и читателя/зрителя/слушателя. В журналистике это взаимодействие осуществляется в трех плоскостях: информирование, оценка и побуждение к действию³⁹. В зависимости от того, какого рода диалогические отношения намеревается формировать адресант, выбирается определенная коммуникативная цель с учетом жанровой гипотезы об адресате. Далее авторский замысел реализуется посредством иерархии последовательных целеустановок или интенций, которые формируются в зависимости от тех задач, которые ставит перед собой автор. Отталкиваясь от целей и задач журналистики как особой социокультурной деятельности, Л. Р. Дускаева разработала систему газетных речевых жанров, в основе которой лежит диалогическая природа журналистских текстов. В рамках этой работы исследователь выделила три группы жанров: информирующие, оценочные и побудительные, а также сформулировала модели их реализации. В основе каждой группы жанров – коммуникативная цель, которая выражена посредством доминирующей интенции: фактуальной, оценочной или побудительной. Соответственно, в журналистских текстах с помощью речевых жанров могут быть эксплицированы фактуальная, оценочная и побудительная интенции⁴⁰. Важно подчеркнуть, что интенции находятся в иерархической зависимости друг от друга. В тексте всегда есть доминирующая интенция, которую сопровождают остальные целеустановки, последовательно реализуя коммуникативную цель или авторский замысел⁴¹. К примеру, в журналистском материале для реализации информирующей интенции иногда необходимо не

³⁸ Стилистика и литературное редактирование. Т. 1: учебник для академического бакалавриата / под ред. Л. Р. Дускаевой. – М: Издательство Юрайт, 2016. С. 159

³⁹ Дускаева Л. Р. Журналистский дискурс в аспекте речевых жанров // Жанры речи. 2014. №1 – 2. С. 51

⁴⁰ Стилистика и литературное редактирование. Т. 1: учебник для академического бакалавриата / под ред. Л. Р. Дускаевой. – М: Издательство Юрайт, 2016. С. 159

⁴¹ Салимовский В. А. Жанры речи в функционально-стилистическом освещении. – Пермь: Издательство Пермского университета, 2002. URL: http://medialing.spbu.ru/upload/files/file_1394527445_9556.pdf (дата обращения: 02.02.2017)

только изложить факты о каком-либо событии, но и сформировать представление о нем, дать ему оценку (в этом случае будет реализовываться оценочная интенция). Оценочный речевой жанр будет выступать в качестве первичного (субжанра) в составе информирующего. Таким же образом для оценки какого-либо явления необходимо сначала рассказать о нем аудитории (в этом случае в качестве субжанра будет выступать информирующий жанр в составе оценочного). Итак, речевые жанры являются не только формой репрезентации высказывания, но и играют особую роль в логическом и последовательном развертывании повествования. В тексте речевые жанры реализуются посредством отбора, сочетания и организации слов, среди них наиболее важное значение имеет лексический (экспрессивная и оценочная оценка, синонимы, тропы, лексика ограниченного употребления и т.д.), морфологический (функциональные особенности частей речи) и синтаксический (фигуры, использование определенного порядка слов, использование односоставных предложений и т.д.) уровни⁴².

Для понимания процесса формирования речевых жанров в журналистике обратим внимание на их естественную связь с традиционно выделяемыми журналистскими жанрами. Как пишет Е. П. Прохоров «если журналистика “не дойдет” до своих адресатов, она не сможет реализовать и никаких других побочных целей»⁴³. Именно поэтому в качестве основного типологического параметра выделения журналистских жанров также выступает коммуникативная цель⁴⁴. Таким образом, речевые жанры и журналистские выделяются на основе аналогичного типологического признака – коммуникативная цель, избираемая журналистом в соответствии с авторским замыслом. К примеру, цель автора любой аналитической статьи – оценить

⁴² Виноградов В. В. Итоги обсуждения вопросов стилистики // Вопросы языкознания. №1, 1955. С. 73

⁴³ Прохоров Е. П. Введение в теорию журналистики: учебник. – М.: Аспект Пресс, 2009. С. 165

⁴⁴ Риторические основы журналистики : работа над жанрами газ.: учеб. пособие / З. С. Смелкова, Л. В. Ассуирова, М. Р. Савова, О. А. Сальникова. – М.: Флинта: Наука, 2006. С. 220

масштаб и последствия какого-либо явления и события, вскрыть причинно-следственные связи цепочки обстоятельств, сделать практические выводы и предложить пути выхода из ситуации. Оценочная интенция в таком типе текстов будет доминирующей, а фактуальная и побудительная будут реализованы в тексте посредством первичных речевых жанров. Таким образом, речевые жанры позволяют проследить последовательность реализации авторского замысла, выявить логику повествования.

В связи с этим речевые жанры как инструменты смыслового, структурного и стилистического анализа журналистского текста приобретают особую актуальность. Дело в том, что на практике четкие границы журналистских жанров размываются⁴⁵. Теоретики журналистики связывают эволюцию традиционных жанров с коренными преобразованиями, которые произошли в мире и в России. Эта эволюция становится очевидной при сопоставлении жанров в газетах разных временных периодов. Во-первых, сегодня наблюдается вытеснение таких газетных жанров, как фельетон, памфлет, информационный отчет. Во-вторых, нередко возникают трудности при определении точного жанра того или иного текста. В информационных заметках нередко можно встретить признаки репортажа, в авторские колонки интегрируются жанровые черты фельетона, аналитические жанры бывают трудноотделимыми от информационных и так далее. Такие изменения имеют ряд причин, к ним относится и технологический прогресс, который привел к увеличению скорости распространения информации, и создание новых каналов массовой коммуникации (телевидение, интернет). Таким образом, теория речевых жанров приобретает особую актуальность, поскольку речевые жанры не имеют четкой привязки к границам текста. При таком условии типология речевых жанров приобретает особую значимость в связи с тем, что наиболее адекватно отражает структуру текста, тем самым открывая дополнительные возможности для его исследования без привязки к традиционной жанровой форме. Другими

⁴⁵ Кройчик Л. Е. Система журналистских жанров // Основы творческой деятельности журналиста / под ред. С. Г. Корконосенко. – СПб, 2000. С. 125

словами, речевые жанры – это структурные элементы текста, которые, при их реализации в определенной последовательности, способны воплощать авторский замысел вне зависимости от принадлежности к тому или иному журналистскому жанру. Таким образом, речевые жанры являются универсальными инструментами для стилистико-речевого анализа журналистского материала.

2.2. Экстралингвистические предпосылки типологизации речевых жанров тележурналистики хобби

В данном диссертационном исследовании мы будем опираться на классификацию речевых жанров Л. Р. Дускаевой, согласно которой в журналистике функционируют три группы жанров – информирующие, оценочные и побудительные. Однако тележурналистика хобби – это направление журналистики, которое удовлетворяет информационные потребности специализированной аудитории любителей, занимающихся хобби-деятельностью. В связи с этим каждая группа жанров в тележурналистике хобби будет преломляться в соответствии с предметом отображения: его функциями, целями, задачами и другими особенностями данного вида деятельности. Соответственно, возникает необходимость в формулировании специфичных для освещения хобби-деятельности жанровых особенностей. Однако прежде чем приступить к формулированию жанровых моделей тележурналистики хобби, необходимо выявить предпосылки их формирования.

В данном случае мы можем говорить о разносторонней природе этого процесса. С одной стороны, специализированная аудитория любителей выступает в качестве адресатов журналистского продукта. В целом их информационные ожидания дублируют запросы, которые предъявляет массовая аудитория к журналистике в целом – это потребность получать информацию о

событиях и явлениях, их оценку и практические предписания⁴⁶. В связи с этим закономерно выделять речевые жанры журналистики на основе профессиональной интенциональности, которая реализуется посредством иерархии интенций (коммуникативных целеустановок). К основным направлениям реализации журналистских интенций относят информирование, оценку и побуждение⁴⁷.

С другой стороны, необходимо учитывать еще два жанрообразующих фактора – специфику предмета отображения тележурналистики хобби и, соответственно, особенности запросов целевой аудитории любителей. Исследователь Б. И. Есин пишет: «Журналистика отражает состояние среды, в которой она рождается и действует»⁴⁸. Таким образом, для эффективного функционирования журналистские материалы всегда должны учитывать запросы и потребности своей целевой аудитории. В медиастилистике такой процесс «взаимодействия смысловых позиций» называется диалогичностью⁴⁹. Специализированная аудитория тележурналистики хобби объединена общим способом досугового времяпрепровождения, поэтому их запросы в информировании, оценке и предписаниях о хобби-деятельности приобретают более определенные, специфические черты. Среди информационных запросов специализированной аудитории любителей можно выделить потребность в следующих сведениях: новые факты о хобби, значение хобби в историческом и культурном контекстах. При репрезентации оценочности в журналистских материалах о хобби их адресаты ожидают трансляцию исключительно положительной оценки, что продиктовано их восприятием хобби-деятельности как источника получения удовольствия. Представляется закономерным, что при просмотре таких материалов телезрители стремятся испытать положительные

⁴⁶ Тертычный А. А. Аналитическая журналистика: познавательно-психологический подход. – М., 1996. С. 33

⁴⁷ Стилистика и литературное редактирование. Т. 1: учебник для академического бакалавриата / под ред. Л. Р. Дускаевой. – М: Издательство Юрайт, 2016. С. 159

⁴⁸ Есин Б. И. Русская газета и газетное дело в России. – М., 1981. С. 15

⁴⁹ Дускаева Л. Р. Диалогическая природа газетных речевых жанров / Под ред. М. Н. Кожинной. – СПб: филол. факультет СПбГУ, 2012. URL:

http://medialing.spbu.ru/upload/files/file_1394529248_3919.pdf (дата обращения: 03.02.2017)

эмоции и от демонстрации, оценки привычного для них способа получения удовольствия. Вероятно, любители стремятся насладиться эстетической привлекательностью хобби, ощутить при просмотре телевидения схожие эмоции удовольствия, интереса, удивления, которые они испытывали при непосредственных занятиях хобби-деятельностью. Побудительная интенция в телевизионных журналистских материалах формируется в ответ на запросы адресатов в получении совета, рекомендации, инструкции о том, как освоить определенную технику хобби, как не совершить или скорректировать ошибочные действия при занятиях хобби и так далее. Кроме того, запросы адресатов могут касаться поиска вдохновения на занятие хобби-деятельностью, освоение новых направлений хобби и так далее.

В соответствии с принципом диалогичности журналистских материалов перечисленные запросы нашли отражение в целях и задачах тележурналистики хобби, то есть в ее социально-ролевых характеристиках. Этот термин ввел С. Г. Корконосенко, проведя аналогию между социальными предназначениями журналистики и социальными ролями личности, которые выделяют в социологии и психологии. Как пишет исследователь, журналистика может выполнять определенные «социальные обязанности в соответствии с общественными запросами и ожиданиями»⁵⁰. Таким образом, в ответ на специализированные запросы любителей социально-ролевые характеристики тележурналистики хобби способны конкретизировать общую интенциональную направленность журналистских материалов о хобби. С учетом потребностей любителей мы выделили ключевые, на наш взгляд, социально-ролевые характеристики тележурналистики хобби. В рамках информирующей оценки реализуется ориентационная, познавательная и социальная характеристики, в рамках оценочной – эстетическая и гедонистическая, а в рамках побудительной – консультационная и мотивационная.

⁵⁰ Корконосенко С. Г. Основы журналистики: Учебник для вузов. – М.: «Аспект Пресс», 2001. С. 53

Итак, рассмотрим подробнее особенности реализации основных журналистских интенций в тележурналистике хобби, а также содержание ее социально-ролевых характеристик с учетом запросов целевой аудитории.

Информирование в тележурналистике хобби. Собственно информирование в тележурналистике хобби осуществляется для ориентации зрителя в хобби-деятельности, получившей отражение в конкретном телевизионном продукте. В данном случае речь идет о реализации ориентационной социально-ролевой характеристики. Закономерным образом запросы любителя в первую очередь связаны с тем, где и каким образом осуществляется хобби-деятельность – какой объект демонстрируется, какой опыт любителей, каковы территориальные условия (если они важны для данного вида хобби). Ориентация любителя, по сути, происходит за счет сообщения обо всех значимых деталях освещаемой хобби-деятельности: время, место, особенности протекания деятельности, ее участники, задействованные объекты и инструменты. Все важные детали, о которых идет речь в журналистском продукте, разъясняются с помощью ответов на пять «золотых вопросов», которые традиционно выделяют исследователи медиа: кто, что, где, когда и почему. В речевом аспекте такого рода информирование репрезентуется посредством реализации фактуальной интенции: раскрываются категории объектности (факты об объектах), персональности (факты о любителях), акциональности (действия в рамках хобби-деятельности), локативности (место осуществления хобби-деятельности) и другие⁵¹. Далее у специализированной аудитории любителей возникает потребность узнать о причинах и предпосылках авторского выбора освещаемой темы, в чем ее уникальность и чем она может быть интересна. В ответ на эти запросы реализуется познавательная функция тележурналистики хобби. Автор журналистского продукта стремится представить интересные факты о хобби-деятельности. Его целеустановка направлена на то, чтобы изложить

⁵¹ Стилистика и литературное редактирование. Т. 1: учебник для академического бакалавриата / под ред. Л. Р. Дускаевой. – М: Издательство Юрайт, 2016. С. 159

достоверные сведения, связанные с историей возникновения и функционированием объекта, об увлекательном и полезном опыте любителя, об отличительных особенностях конкретной местности. Таким образом, адресант стремится оправдать собственный выбор элементов хобби-деятельности, находящихся в центре его внимания. Это намерение автора конкретизируется посредством реализации социальной функции тележурналистики. Освещаемая хобби-деятельность вписывается в некий социокультурный контекст, который проводит параллель с культурным и историческим бэкграундом. На практике это происходит посредством повествования о фактах, демонстрирующих значимость хобби-деятельности с точки зрения исторических событий, традиций, обычаев. Тем самым адресант стремится продемонстрировать более глобальные предпосылки выбора ракурса освещения хобби-деятельности, подчеркивает его значимость в рамках жизни социума в целом.

Оценка в тележурналистике хобби. Эстетическая выразительность хобби построена в основном с помощью такой доминантной категории эстетики, как «прекрасное». В обывательском представлении эстетика связана сугубо с художественной деятельностью и ее результатами, однако, эстетизироваться, по сути, может любой предмет и любая вещь⁵². Различные виды хобби мы будем относить к внехудожественной деятельности, однако, ряд специалистов считают, что некоторые из них можно отнести даже к видам искусства. Эстетизация происходит за счет чувственного восприятия какого-либо явления или предмета индивидом и оценки его значимости, ценности для человека. В тележурналистике эстетизация проявляется в трансляции зрителю чувственно-выразительных, чувственно-ценностных качеств хобби-деятельности. Задача адресанта заключается в эмоциональном воодушевлении зрителей, побуждении к положительным эмоциональным и интеллектуальным переживаниям.

Гедонистическая социально-ролевая характеристика тележурналистики хобби также стимулирует возникновение положительных эмоций от просмотра

⁵² Борев Ю. Б. Эстетика. – М.: Издательство политической литературы, 1988. С. 6

журналистских материалов о хобби. Поскольку хобби – это способ свободного времяпрепровождения, направленный на получение удовольствия любителями, оценка сопряжена с демонстрацией положительных качеств и свойств объектов, участников и их местопребыванием. Любая информация об элементах хобби-деятельности автоматически нуждается в подкреплении различными видами частных оценок, среди них особенно часто используются сенсорные, психологические и сублимированные⁵³, а также коммуникативными действиями, направленными на выражение позитивной оценки фактов и действий. Адресат способен испытывать удовольствие от просмотра телевизионных журналистских материалов о хобби, схожее с удовольствием от занятий хобби-деятельностью. Другими словами, в сознании любителя хобби всегда является источником удовольствия, поэтому его ожидания всегда будут предопределены гедонистической функцией этого способа досугового времяпрепровождения.

Побуждение в тележурналистике хобби. Хобби – это способ досугового времяпрепровождения, который всегда связан с действием или движением. Для осуществления хобби-деятельности необходимо выполнять ряд последовательных действий, которые должны привести к определенному результату – созданию материальных и нематериальных благ. При демонстрации хобби-деятельности на телеэкране любитель автоматически примеряет транслируемый опыт на собственные занятия выбранным увлечением. Таким образом, у любителя появляется потребность в консультации – совете, рекомендации, инструкции по освоению какого-либо направления хобби. В ответ на этот запрос реализуется консультационная социально-ролевая характеристика тележурналистики хобби, задача которой продемонстрировать или рассказать о том, как совершать те или иные действия. Побуждение в тележурналистике хобби – это знакомство адресата с новыми сторонами хобби, до этого ему неизвестными, а также коррекция его действий.

⁵³ Арутюнова Н. Д. Аксиология в механизмах жизни и языка / Н. Д. Арутюнова // Проблемы структурной лингвистики. – М.: Наука, 1984. С. 10

Целеустановка журналиста может быть направлена на доступное и понятное объяснение, а также разъяснение новых действий или движений, которыми может овладеть адресат в рамках какого-либо хобби. Кроме того, в ряде случаев журналист стремится не к трансляции новой уникальной информации, но коррекции уже совершаемых действий любителей. Эта целеустановка реализуется в виде рекомендаций и советов, которые могут улучшить или облегчить для любителя занятие хобби-деятельностью. Иногда любитель знакомится с журналистским материалом в поисках новых идей и вдохновения для развития собственной хобби-деятельности. Это может происходить в тех случаях, когда любитель пресытился собственной хобби-деятельностью и стремится выйти из кризиса посредством овладения новыми техниками хобби. В ответ на этот запрос реализуется мотивационная социально-ролевая характеристика тележурналистики хобби. На практике мотивация любителя может происходить посредством демонстрации интересного любительского опыта, новых направлений развития данного вида хобби. Кроме того, стимулами к самосовершенствованию любителя относительно хобби-деятельности могут послужить советы опытных профессионалов сферы. В данном случае имеются в виду люди, которые являются специалистами в области, которую любители воспринимают в качестве своего хобби.

Подводя итоги, представим взаимосвязь экстралингвистических факторов, способствующих формированию специфических особенностей речевых жанров тележурналистики хобби, в таблице.

Экстралингвистические факторы формирования речевых жанров тележурналистики хобби

Таблица 1

Интенции	Социально-ролевые характеристики тележурналистики хобби	Запросы любителя
----------	---	------------------

Информировать	Ориентационная	Что происходит, почему и при каких условиях
	Познавательная	Узнать новые факты и сведения о хобби
	Социальная	Узнать о роли хобби в социокультурном контексте
Оценить	Эстетическая	Насладиться эстетической привлекательностью хобби: ощутить эмоции удовольствия, интереса, удивления
	Гедонистическая	Получить удовольствие от демонстрации хобби-деятельности
Побудить	Консультирующая	Получить совет, рекомендацию, инструкцию о том, как заниматься хобби-деятельностью или как скорректировать свои действия
	Мотивационная	Вдохновиться на занятие хобби-деятельностью посредством чужого примера, узнавания новых направлений хобби

Телевизионные журналистские материалы о хобби предназначены для целевой аудитории любителей и, следовательно, должны реагировать на ее запросы. Для любителей хобби – это источник удовольствия, любимое дело, путь к получению положительных эмоций и один из способов познания мира. В

рамках функционально-стилистического подхода это важное обстоятельство напрямую связано с формированием особой речевой структуры тележурналистики хобби.

2.3. Классификация речевых жанров тележурналистики хобби

Формирование речевых жанров тележурналистики хобби происходит под влиянием целого ряда экстралингвистических факторов. Во-первых, при выделении речевых жанров необходимо определить каким образом строятся диалогические отношения между адресантом и адресатом. Для журналиста важно понять, каковы информационные потребности и запросы его целевой аудитории, и в соответствии с этим знанием реализовывать авторский замысел. Во-вторых, важно учитывать профессиональную интенциональность журналистики в целом – иерархию интенций, которые направлены на информирование, оценку и побуждение адресатов. Кроме того, жанровая структура тележурналистики хобби уточняется в связи с ее социально-ролевыми характеристиками. Принимая во внимание все вышесказанное, мы определили жанровую направленность и сформулировали наиболее типичные для тележурналистики хобби жанровые модели. Систему речевых жанров тележурналистики хобби мы разработали на основе классификации газетных речевых жанров, созданную Л. Р. Дускаевой. В рамках этой классификации исследователь предложила выделять три группы речевых жанров – информирующие, оценочные и побудительные, определила их назначение, опираясь на принцип диалогичности письменных журналистских текстов, а также сформулировала жанровые модели их реализации⁵⁴.

⁵⁴ Дускаева Л. Р. Диалогическая природа газетных речевых жанров / Под ред. М. Н. Кожинной. – СПб: филол. факультет СПбГУ, 2012. URL: http://medialing.spbu.ru/upload/files/file_1394529248_3919.pdf (дата обращения: 03.02.2017)

Классификация информирующих жанров. Хобби-деятельность предполагает наличие участников, объектов, инструментов, определенных условий ее осуществления. Закономерно, что информационные запросы любителей направлены на получение сведений о перечисленных элементах. Адресанты журналистских материалов стремятся отразить информацию об этих элементах в своих сообщениях. Таким образом, информирующие речевые жанры тележурналистики хобби могут быть направлены на представление участников хобби и объектов, а также на сообщение об инструментах и условиях осуществления хобби-деятельности. Для того чтобы представить объект телезрителю, реализуются такие жанровые модели, как «Знакомство с объектом»; «Характеристика внешних признаков»; «Характеристика внутренних признаков». Для представления героев журналистского материала, изложения их опыта и высказываний реализуются жанровые модели «Знакомство с любителем»; «Сообщение об опыте любителя»; «Сообщение о высказывании любителя». В тех случаях, когда формат журналистского материала, авторский замысел и специфика хобби-деятельности предполагают наличие особых условия окружающей среды, адресант прибегает к использованию жанровых моделей, сообщающих об особенностях данного элемента хобби: «Знакомство с местностью»; «Характеристика местности»; «Сообщение о местных жителях».

Классификация оценочных жанров. Помимо фактов и сведений о хобби-деятельности в журналистских материалах реализуются оценочные речевые жанры, которые возникают в ответ на потребность телезрителей в оценке элементов хобби-деятельности. Оценочные речевые жанры имеют положительную, позитивную направленность и должны выражаться исключительно с помощью одобрения всех элементов хобби-деятельности. Одобрение реализуется с помощью таких жанровых моделей, как «Оценка прикладных функций», «Оценка гедонистических функций». Для оценки героя передачи, выступающего в качестве любителя, его опыта и высказываний используются жанровые модели «Оценка личности любителя»; «Оценка опыта

любителя»; «Оценка высказывания любителя». Иногда, когда съемки журналистского телевизионного материала происходят в особых, аутентичных или специальных условиях осуществления хобби-деятельности возникает необходимость уделить внимание оценке окружающей среды. Оценка условий хобби-деятельности включает такие жанровые модели, как «Оценка культурного достояния», «Оценка местных жителей», «Оценка природы».

Классификация побудительных жанров. Помимо информации и оценки хобби-деятельности адресаты журналистских сообщений стремятся получить предписания – советы, рекомендации, инструкции – для овладения новыми техниками хобби, облегчения или усовершенствования собственных занятий хобби-деятельностью, повышению их качества и так далее. В ответ на эти запросы адресанты телевизионных журналистских материалов стремятся стимулировать адресатов к активным занятиям хобби-деятельностью, а также корректировать возможные ошибочные действия. Эти намерения осуществляются с помощью следующих жанровых моделей: «Конкретная рекомендация по выполнению действий»; «Косвенный призыв к действиям с помощью положительного примера»; «Предупреждение об ошибочных действиях». Кроме того, в телевизионные журналистские материалы довольно часто интегрированы рекламные блоки, в которых ведущие, корреспонденты или другие любители рекомендуют приобретать определенные вспомогательные товары для занятий хобби-деятельностью. Как правило, такого рода призывы представляют собой спонсорскую рекламу, которую финансируют компании, представленные на рынке товаров и услуг для хобби. Для подобного рода побуждения используются такие жанровые модели, как «Прямой призыв к приобретению» и «Косвенный призыв к приобретению». В первом случае жанровая модель предполагает обращение адресанта к телезрителям с рекомендацией приобрести или использовать рекламируемый товар или услугу. Во втором случае адресант не рекламирует товар или услугу открыто, однако стремится найти адекватные способы сообщения и (или) демонстрации его полезных свойств телезрителям.

Представим всё вышеизложенное о системе речевых жанров тележурналистики хобби в таблице.

Система речевых жанров тележурналистики хобби

Таблица 2

Жанр	Направленность жанра	Жанровая модель
Информирующие жанры	Представление объекта / инструмента	«Знакомство с объектом», «Характеристика внешних признаков», «Характеристика внутренних признаков»
	Представление любителя	«Знакомство с любителем», «Сообщение об опыте любителя», «Сообщение о высказывании любителя»
	Сообщение об условиях хобби-деятельности	«Знакомство с местностью», «Характеристика местности», «Сообщение о местных жителях»
Оценочные жанры	Одобрение объекта / инструмента	«Оценка гедонистических функций», «Оценка прикладных функций»
	Одобрение любителя	«Оценка личности любителя», «Оценка опыта любителя», «Оценка высказывания любителя»
	Оценка условий хобби-деятельности	«Оценка культурного достояния», «Оценка местных жителей», «Оценка природы»
Побудительные жанры	Стимулирование к активным действиям	«Конкретная рекомендация по

	или движениям: инструкция, рекомендация	выполнению действий», «Косвенный призыв к действиям с помощью положительного примера»
	Стимулирование коррекции действий: совет	«Предупреждение об ошибочных действиях»
	Стимулирование к приобретению предметов или услуг: реклама	«Прямой призыв к приобретению», «Косвенный призыв к приобретению»

Итак, в зависимости от той или иной целеустановки журналисты прибегают к использованию определенных жанровых моделей, которые реализуются посредством отбора, сочетания и организации различных ресурсов стилистики, находящихся на разных уровнях языка (в данном случае особое значение имеют лексический, синтаксический и морфологический уровни).

Резюмируя все вышесказанное в данной главе, мы можем прийти к следующим выводам:

1. Традиционно выделяемые в журналистике жанры подверглись эволюции: их границы стали нечеткими и проницаемыми. Таким образом, для анализа журналистских текстов необходимы новые инструменты, позволяющие исследовать их композицию, тематику и стиль. В стилистике в качестве такого инструмента используют речевой жанр, который является устойчивым функциональным типом высказывания.

2. Предпосылками к формированию речевых жанров тележурналистики хобби стали следующие экстралингвистические факторы: общая интенциональная направленность журналистских текстов, социально-ролевые характеристики тележурналистики хобби и запросы целевой аудитории любителей.

3. Учитывая все экстралингвистические факторы, мы выявили речужанровые особенности тележурналистики хобби: сформулировали специфические жанровые модели, представляющие каждый элемент хобби-

деятельности. Отметим, что каждая выявленная жанровая модель реализуется в рамках одной из трех групп речевых жанров, функционирующих в журналистике – информирующие, оценочные и побудительные.

ГЛАВА III. РЕЧЕЖАНРОВАЯ СТРУКТУРА ТЕЛЕПЕРЕДАЧИ О ХОББИ

3.1. Телепередача о хобби как макрожанр

Одним из наиболее распространенных телевизионных журналистских материалов о хобби является телепередача. Телепередача – это, по сути, телепродукт, состоящий из «тематически связанных между собой, но всегда достаточно независимых, автономных и даже самоценных материалов»⁵⁵. Таким образом, мы можем прийти к выводу, что телепередача сочетает в себе различные жанровые формы. К примеру, телепередача «Планета собак», посвященная собаководству, включает в себя элементы путевого очерка (автор делится своими впечатлениями во время путешествия), репортажа (автор, находясь на месте события, комментирует происходящее), а также более малые жанровые формы, например, заметку и небольшие интервью. Исходя из этой логики, телепередачу можно рассматривать как макрожанр. Макрожанр – это объединение текстов различных жанров, которые имеют единую коммуникативную цель. К использованию макрожанра прибегают в том случае, если рассматриваемая проблема, явление или объект требуют разностороннего изучения. Этот термин используется как лингвистами, так и теоретиками журналистики. Последние говорят о макрожанре, подчеркивая сложность и многообразие формы медиапродукта, который не может быть однозначно отнесен к какому-либо традиционному жанру. Поскольку макрожанр вбирает в себя различные виды традиционных жанров и их признаков, мы можем говорить и о реализации различных групп речевых жанров и субжанров. Макрожанром можно считать и общественно-политическую газету, которая

⁵⁵ Борецкий Р. А., Цвик В. Л. Жанры телевизионной журналистики // Телевизионная журналистика / под ред. Г. В. Кузнецова, В. Л. Цвика, А.Я. Юровского. – М.: Издательство Московского университета: «Высшая школа», 2002. URL: <http://evartist.narod.ru/text6/23.htm> (дата обращения: 03.03.2017)

создается в русле единой идеологической позиции, и каталог, который также имеет общую коммуникативную направленность текстов.

При предъявлении сразу нескольких традиционно выделяемых журналистских жанров в рамках телепередачи адресант стремится рассмотреть предмет отображения своего материала сразу с нескольких сторон. Таким образом он стремится реализовать сразу несколько интенций – не только информировать, но и оценить, не только оценить, но и побудить и так далее. Для реализации этих интенций на практике адресант прибегает к использованию выделяемых в журналистике речевых жанров, которые относятся к разным группам – информирующие, оценочные и побудительные⁵⁶. Однако необходимо учитывать, что любой текст имеет определенную интенциональную направленность или коммуникативную цель. В связи с этим любая телепередача представляет собой результат реализации иерархии интенций: фактуальной, оценочной и побудительной⁵⁷.

Ранее в данной диссертационной работе мы отмечали, что анализируемые нами передачи о хобби «Планета собак» и «Вкус по карману», принадлежат к двум разным направлениям тележурналистики хобби: информирование о хобби-деятельности в целом и демонстрация увлеченного любителя. Обе телепередачи, являющиеся макрожанрами, можно рассмотреть с точки зрения интенционально-стилистического подхода. В основе журналистских телевизионных материалов первого направления находится фактуальная доминирующая интенция, которая на практике реализуется в виде стремления адресанта сообщить телезрителю новую информацию об элементах хобби-деятельности: интересные факты и сведения об объекте хобби; рассказать о его специфике и отличительных чертах; об опыте и личности любителей; об особенностях сложившихся условий. Эти стремления (целеустановки) любителя выражаются в виде информирующих речевых жанров и

⁵⁶ Дускаева Л. Р. Диалогическая природа газетных речевых жанров / Под ред. М. Н. Кожинной. – СПб: филол. факультет СПбГУ, 2012. URL: http://medialing.spbu.ru/upload/files/file_1394529248_3919.pdf (дата обращения: 03.02.2017)

⁵⁷ Стилистика и литературное редактирование: учебник для академ. бакалавриата // Под ред. Л. Р. Дускаевой. – Т. 1. – М.: Издательство Юрайт, 2016. С. 155

соответствующих жанровых моделей. Однако, поскольку телепередача является макрожанром, реализуются и сопутствующие оценочная и побудительная интенции в рамках соответствующих групп речевых жанров и жанровых моделей. Оценочная интенция воплощена в виде стремления адресанта оценить объекты хобби-деятельности для привлечения внимания телезрителей и повышения их лояльности, уровня симпатии к личности самого ведущего и передачи в целом. Побудительная интенция связана со стремлением адресанта попутно предупредить адресатов о возможных ошибочных действиях и косвенно побудить их к увеличению активности и усилению преданности хобби.

В журналистских телевизионных материалах второго направления реализуется побудительная доминирующая интенция в виде призывов адресатов действовать согласно транслируемым рекомендациям, инструкциям и советам. Такого рода программы, как правило, созданы в рамках формата, который условно можно назвать «мастер-класс». Ведущий программы, который выступает в роли любителя или профессионала, один или совместно с гостем передачи демонстрирует определенную технику хобби. Одновременно с демонстрацией техники хобби телезрителям дают советы о том, как скорректировать возможные ошибочные действия, какие инструменты приобрести для облегчения или улучшения эффективности транслируемых действий. Доминирующая в телепередаче побудительная интенция выражена посредством побудительных речевых жанров и соответствующих жанровых моделей. Сопутствующие побудительной интенции целеустановки на информирование и оценку элементов хобби-деятельности выражены в виде трансляции фактов и сведений, положительных эмоций и впечатлений для привлечения внимания телезрителей и удовлетворения их потребности в просвещении, получении новых и интересных сведений.

Среди существующих телевизионных материалов о хобби целесообразно проанализировать именно специфику речежанровой структуры телепередач о хобби, поскольку, являясь макрожанрами, они предоставляют возможность

исследователю изучить особенности реализации жанровых моделей в рамках всех трех выделяемых в журналистике групп речевых жанров.

3.2. Стилистико-речевые особенности информирующих жанров тележурналистики хобби

Информирующие жанры хобби-деятельности сопряжены с реализацией фактуальной интенции. Другими словами, эта жанровая модель удовлетворяет потребность адресата в фактической информации, которая необходима для осведомления о различных аспектах хобби-деятельности. Фактическая информация содержит данные об объекте хобби, его свойствах, местоположении, месте действия, случившихся событиях и ситуациях, явлениях и тенденциях, связанных с хобби-деятельностью, а также об опыте, образе жизни и мировоззрении любителей. Информирующие жанры хобби-деятельности направлены на удовлетворение любопытства читателя, стимулирование его познавательной деятельности, на поддержании интереса к увлечению. Информирование зрителей о различных аспектах хобби-деятельности позволяет предоставить точные, достоверные, содержательные и относительно объективные сведения. Эти данные, представленные в рамках информирующих жанров, дают зрителю возможность чувствовать себя виртуальным участником хобби-деятельности во время просмотра телепередачи. Адресат способен представить себя на месте любителя в рамках тех обстоятельств, которые сопровождают занятие хобби-деятельностью. Подробная информация об аспектах хобби делает это «погружение» зрителя более реальным. Во время информирования адресант стремится доставить удовольствие любителю тем, что расширяет его информационное поле относительно хобби-деятельности, поддерживает его стремления и разделяет интересы. С этим связан тот факт, что информирующие жанры всегда

сопровождает субъективная оценка, которая привлекает внимание адресата и воздействует на его эмоциональное состояние⁵⁸. Для интимизации общения, создания доверительных отношений со зрителями, речь ведущего телевизионной передачи о хобби эмоциональна, часто спонтанна, тяготеет к разговорной, транслируется неофициальная ситуация общения. В передачах о хобби субъективная оценка ведущего и героев активно эксплицируется в связи с функциями и задачами хобби-деятельности. Факты нередко тут же подвергаются различным типам частных оценок, их отбор крайне субъективен. В отличие от выпусков новостей на телевидении факты о хобби-деятельности часто подаются в игровой, развлекательной манере, зрителя как бы «уговаривают» присоединиться к ведущему, послушать то, что он скажет. Активное стимулирование познавательной и эмоциональной реакции происходит и за счет вписывания хобби-деятельности в определенный социальный контекст. Другими словами, ведущий стремится изложить любителям такие факты, которые свидетельствуют о значимости и пользе хобби для общества в целом. Демонстрируется социокультурная и историческая связь хобби-деятельности с другими сферами жизни людей. К примеру, ведущий, рассказывая о собаководстве, всегда подчеркивает историческую связь человека и собаки, различные способы их взаимодействия.

Как правило, в телепередачах о хобби наиболее значимыми характеристиками являются средства выражения категорий объектности и акциональности, а также темпоральности, локативности и персональности. Это связано с тем, что хобби-деятельность – это движение или действие, которое осуществляют любители, вовлекая какие-либо объекты и инструменты в пределах определенного пространства. Таким образом, в передачах о хобби представлена информация о конкретных действиях любителя (иногда эксперта), об объекте хобби (иногда инструментах), а также о том, в каких условиях

⁵⁸ Дускаева Л. Р. Диалогическая природа газетных речевых жанров / Под ред. М. Н. Кожинной. – СПб: филол. факультет СПбГУ, 2012. URL: http://medialing.spbu.ru/upload/files/file_1394529248_3919.pdf (дата обращения: 03.02.2017)

протекает хобби-деятельность. Информация об объекте хобби содержит указания на уникальность, своеобразие хобби-деятельности, ее значимость для любителей и даже иногда важность в общественном контексте. С помощью точных сведений автор пытается расширить кругозор любителя, к примеру, рассказать об истории зарождения какого-либо аспекта увлечения, проследить историю его развития, вписать хобби-деятельность в социально значимый контекст, аргументировать причины выбора конкретного объекта для отображения. Отметим, что эти особенности выражения речевых жанров в телепередаче выражены как вербально, так и с помощью визуально-аудиальных средств, что продиктовано особенностью канала коммуникации.

Представление объекта / инструмента. Существуют хобби, деятельность которых основана на взаимодействии с каким-либо объектом (одушевленным и неодушевленным). В собаководстве главный объект хобби-деятельности одушевленный – это собака, являющаяся источником получения удовольствия для любителя. Таким образом, объединяющее начало автора и зрителей будет воплощено именно в особом отношении к собаке. Для любителей собака – это чудо природы, друг, проводник, член семьи и другое. В кулинарии напротив, как такого взаимодействия с объектом нет, важны только усилия, направленные на его создание. В этом виде хобби в качестве объектов выступают готовые блюда, которые появляются в результате использования определенных инструментов: продукты питания, кухонная утварь и техника. Однако в любой хобби-деятельности объекты и инструменты вовлечены в процесс получения удовольствия. В связи с этим одна из центральных задач ведущего передачи о хобби – проинформировать об интересных сторонах объекта, рассказать об эффективном использовании инструментов, показать их многообразие, подчеркнуть уникальность, продемонстрировать собственные эмоции от взаимодействия с ними. В данном случае ведущий телепередачи о хобби выступает одновременно в роли любителя или эксперта, который способен вычленил наиболее значимые сведения об объекте, инструменте того или иного хобби. Информирование об объекте, инструменте в телепередаче о

хобби – это попытка ответить на следующие вопросы: что это? каков он? почему речь идет именно о нем? как его можно использовать?

Жанровая модель «Знакомство с объектом». В рамках этой модели ведущий 1) информирует читателей о причинах выбора того или иного объекта; 2) впервые представляет объект зрителю.

Наиболее типичный для телепередачи о хобби способ развертывания повествования таков: причины выбора объекта – приветствие объекта – представление объекта зрителю. Рассмотрим реализацию перечисленных речевых действий в выпуске «Финские лайкообразные собаки» передачи «Планета собак»⁵⁹. В данном выпуске значимость встречи с объектом аргументируется историческими и культурными предпосылками, что характерно для формата телепередачи в целом. Причины выбора объекта транслируются с помощью подводки или стендапа (монолога ведущего в кадре): *«В середине XIX века в Каяне жил и работал земский врач Элиас Леннрот, но в историю Финляндии он вошел как литератор, который собрал и обобщил «Калевалу» – карело-финский национальный эпос. «Калевала» для финнов / это все равно, что для нас «Слово о полку Игореве» / или «Повесть временных лет». Да и, кстати / именно в Калевале были описаны очень интересные собаки / ради которых мы и приехали сюда».* Подводка стимулирует интерес адресата к предстоящему знакомству с помощью вписывания объекта в исторический и культурный контекст. В начале ведущий очерчивает пространственно-временные рамки повествования – реализуются категории темпоральности («в середине XIX века») и локативности («в Финляндии»). Категории констатируются с помощью вербально-визуальной аналогии: стендап записан на фоне памятника литератору Элиасу Леннроту, выступающему в качестве символа, отсылающего к вербальной составляющей информации. Таким образом, культурно-историческая линия повествования развертывается с помощью двух основных семантических полей.

⁵⁹ Телепередача «Планета собак». Выпуск «Финские лайкообразные собаки». URL: <https://tv.rambler.ru/peredacha-tv-planeta-sobak/planeta-sobak-finskie-laykoobraznye-sobaki/> (дата обращения: 04.03.2017)

Семантическое поле, связанное с историческими предпосылками, составляют лексемы «история», «середина XIX века». Семантическое поле, связанное с культурной идентификацией, составляют лексемы «карело-финский национальный эпос», «Калевала», «финны». Кроме того, для акцентирования внимания зрителей на этой информации, а также для ее разъяснения, ведущий использует ряд выразительных приемов. В их числе – повтор (слово «Калевала» повторяется трижды), а также сравнение: эпос сопоставляется по значимости с более привычным для российского зрителя прецедентным текстом «Слово о полку Игореве». Далее ведущий вписывает объект в уже обозначенный контекст, финская порода собак представляется неразрывно связанной с историей и этнографией. Дополнительная стимуляция интереса адресата к объекту реализуется с помощью использования психологического интеллектуального типа частной оценки «интересные» в сочетании с наречием меры и степени «очень», а целенаправленность встречи подчеркивается посредством модального предлога «ради».

Аргументировав значимость встречи, ведущий стремится показать объект адресату и вступить с ним во взаимодействие: реализуются субжанры «приветствие объекта» и «представление объекта зрителю». На данном этапе важно подчеркнуть значимость объекта, продемонстрировать положительные эмоции – радость от встречи с собакой и от возможности пообщаться с ней. С этой целью в кадре визуализируется встреча ведущего с героем передачи и его питомцем. Этикетное приветствие повторяется ведущим Григорием Маневым дважды, одно адресовано хозяину: «*Здравствуйте*», а второе – его собаке: «*Здравствуй, мой хороший*». С собаководом-любителем ведущий здоровается за руку, а с помощью поглаживаний – с собакой. Таким образом ведущий демонстрирует особое значение собаки в телепередаче, неразрывную связь хозяина и его питомца. Этикетное слово «здравствуй» в сочетании с обращением «мой хороший», выражающий субъективную оценку, подчеркивает отношение ведущего к собаке как к старому другу, к которому он испытывает исключительно положительные эмоции. Реализуется косвенная

диалогичность за счет отсылки к сформировавшейся у собаководов привычке: принято здороваться с собаками и вербально озвучивать приветствие.

Ведущий представляет любителя и объект зрителю: *«Друзья мои, я очень рад представить вам этого человека / его зовут Ёуни Ёрна / и вот эту вот замечательную псину»*. В момент представления аудитории объекта хобби и любителя ведущий стремится к контактоустановлению и обнаруживает адресата в тексте с помощью прямого обращения «друзья мои» и взгляда, обращенного в камеру. Сама форма обращения также направлена на демонстрацию доверительного отношения с адресатом. В данном случае ведущий выступает в роли проводника, который стремится создать для зрителя эффект присутствия на месте встречи в качестве еще одного участника общения. Сообщение об объекте хобби наглядно сопряжено с реализацией оценочной интенции за счет словосочетания «замечательная псина». Психологический эмоциональный тип частной оценки в сочетании с разговорной увеличительной номинацией собаки выражает, во-первых, эмоциональное отношение ведущего к животному, а, во-вторых, интимизирует общение с телезрителями, подчеркивается ситуация неформального общения. Ведущий экспрессивно выражает чувство восхищения собакой и радость встречи, стремясь вызвать эмпатию и рефлексии у зрителей: *«Дай я тебя поцелую / я о тебе так много слышал»*. Для достижения этой цели ведущий выражает свои чувства к собаке не только вербально, но и с помощью действий, фиксируемых видеорядом.

С помощью аналогичной схемы реализуется жанровая модель «Знакомство с объектом» в кулинарной передаче «Вкус по карману». Однако сужанр «приветствие объекта» в данном случае отсутствует. Это связано с тем, что в качестве объектов хобби-деятельности выступают неодушевленные предметы – блюда, которые будут впоследствии приготовлены, и используемые ингредиенты. Представление объектов кулинарии в передаче начинается с перечисления ингредиентов – это одна из самых важных частей телепередачи, так как в этот момент телезрители получают информацию, каким образом и

какие будут приготовлены блюда. Предполагается, что в дальнейшем зрители смогут использовать эту информацию в качестве инструкции для приготовления аналогичных блюд. В передаче перечисление ингредиентов дублируется дважды: вербально-визуально (ведущий называет наименования ингредиентов, камера крупным планом показывает тарелки, где они находятся) и с помощью списка (в правой части экрана появляется весь список продуктов, где указаны их наименования, необходимое количество и цена). Дубляж ингредиентов по разным каналам коммуникации предназначен для того, чтобы зрители успели опознать, запомнить и даже записать информацию. Далее раскрываются причины выбора объектов. Ведущий вступает в диалог с героем передачи, который должен аргументировать свой выбор ингредиентов в соответствии с индивидуальными потребностями. Формат передачи предполагает, что ингредиенты выбирает именно любитель – гость передачи, а непосредственно рецепт предлагает ведущий. В выпуске №2 ведущий передачи «Вкус по карману» Константин Ивлев с помощью диалога с героем стремится информировать зрителя о причинах выбранных ингредиентов, обобщить и оценить информацию: « – *Я вот смотрю, набор такой / итальянский / ты очень любишь итальянскую еду? // – Да, да, я часто путешествую, Италия – одна из тех стран, где мы часто бываем*»⁶⁰. Дважды повторенный эпитет «итальянский», а в первом случае и усиленный интонационно, ориентирует зрителя на определенное направление хобби-деятельности – приготовление блюд итальянской кухни. Вопрос, заданный ведущим герою, стимулирует интерес и активность зрителей, любящих итальянскую кухню. Кроме того, диалог располагает к неформальному стилю общения: ведущий обращается к гостю на «ты», речь выглядит спонтанной за счет инверсионного порядка слов («я вот смотрю...»). Именно неформальный стиль общения наиболее подходит для трансляции хобби-деятельности, которая сопряжена с досуговым времяпрепровождением. Далее ведущий Константин Ивлев возвращается к

⁶⁰ Телепередача «Вкус по карману». Выпуск №2. URL: https://rutube.ru/video/79c55e856b98c21dd08e573429bfa7c8/?pl_id=10476&pl_type=source (дата обращения: 03.03.2017)

субжанру «представление объекта зрителю» и предлагает свой вариант рецепта, по которому, согласно формату передачи, и будут в итоге готовить: *«А что предложу я? / Вообще, сливки я люблю / Сливочные соусы тоже / я к ним достаточно уважительно отношусь / но / наверное / я тебе предложу другую историю / Значит, пасту / мы будем с тобой готовить пасту / спагетти / но я предлагаю ее сделать с черри-помидорами и в соусе айоли»*. В данном случае категория объектности выражена посредством ряда однородных членов – лексем-номинаций, а категория персональности посредством личных местоимений – «ты», «я». Информирование об опыте любителя дает возможность зрителю узнать о том, какие блюда можно приготовить с помощью представленных ингредиентов. Предполагается, что эти сведения он уже самостоятельно сможет применить при занятии собственной хобби-деятельностью. Информирование происходит с помощью вопросно-ответного повествования, которое реализует косвенную диалогичность. Словосочетания «другая история» и «уважительно отношусь» имеют явную отсылку к разговорной речи, что также подчеркивает неофициальность общения.

Жанровые модели «Характеристика внутренних признаков» и «Характеристика внешних признаков». С помощью этих жанровых моделей ведущие телепередач о хобби продолжают представлять объекты и инструменты хобби. В контексте хобби-деятельности объект характеризуется исключительно с положительной стороны, с точки зрения выполнения утилитарных функций и с точки зрения духовно-эмоционального удовлетворения. Информирование происходит о самых значимых для любителей сторонах объекта и всегда сопряжено с экспрессивной и эмоциональной подачей, что призвано стимулировать зрителя к ответной эмоциональной реакции. Таким образом, фактуальная информация будет подкреплена оценочной интенцией. Реализация жанровых моделей в той или иной передаче связаны с особенностями объекта хобби – одушевленный он или нет, какую роль и функции он выполняет в контексте хобби-деятельности. Другими словами, выбор параметров, характеризующих тот или иной объект

хобби-деятельности, будет зависеть от того, к какому виду или типу он принадлежит. К примеру, информирование о психоэмоциональных (внутренних) свойствах представителя той или иной породы собак отражает особенности характера, вызывающие эмоциональный отклик у любителя (ласковая, добрая, веселая), и способности охотиться, поддаваться дрессировке, выдерживать физическую нагрузку, охранять и другое. Внешние особенности в свою очередь могут быть связаны с эстетической привлекательностью или породистостью: шерсть, размер, цвет. В кулинарии, где в качестве инструментов и объектов хобби выступают продукты питания и готовые блюда, внешние характеристики будут связаны с цветом, текстурой, запахом, а внутренние – со вкусом и пользой для здоровья.

Жанровые модели «Характеристика внешних признаков» и «Характеристика внутренних признаков» реализуются с помощью 1) статистических, цифровых и других точных данных об объекте, инструменте, которые могут быть почерпнуты из достоверных источников, а также с помощью 2) личных наблюдений ведущих, в данном случае выступающих в качестве профессионалов или любителей. Такая информация направлена на удовлетворение потребности телезрителя в точности, позволяет самостоятельно оценить масштаб и границы элемента хобби-деятельности, а также его содержание и сущность. Цифровые данные могут способствовать реализации не только просветительской функции, но и выступать в качестве точной рекомендации к аналогичным действиям самого любителя. Эта целеустановка может быть реализована с помощью информации, описывающей количество (*«духовку я заранее разогрел до 200 градусов, и тыква там будет готовиться 15 минут»⁶¹*), исторические сведения (*«первые щенки собак города Рибэ*

⁶¹ Телепередача «Вкус по карману». Выпуск №3. URL: https://rutube.ru/video/bc4daf0eb31214c73472f46841a4e37d/?pl_id=10476&pl_type=source (дата обращения: 03.03.2017)

появились в 1977 году»), внешние данные («животное, вес которого не превышает 13-ти кг»⁶²).

Но более распространенный прием характеристики объекта, инструмента в телепередачах о хобби – это трансляция личных наблюдений адресантов, которые могут выступать в качестве очевидцев, членов любительского сообщества и экспертов. Описания личных наблюдений ведущих касаются наиболее важных для любителей характеристик объектов, инструментов хобби, способов их использования, параметров оценки и так далее. В кулинарной передаче информирование наиболее полно раскрывается с помощью четкого описания последовательности действий кулинара, описания сочетания и взаимодействий ингредиентов между собой. К примеру: *«Итак / друзья мои / теперь все очень просто. Я перемешиваю творог /, я добавил сюда яйцо / теперь я беру замоченный ранее изюм / он у меня уже разбух / теперь я добавляю небольшое количество сахара / много сахара не надо, потому что у нас изюм достаточно сладкий / я балансирую солью / Готова начинка на пирожок»*⁶³. Информирование о свойствах ингредиентов реализуется с помощью эпитетов и словосочетаний, указывающих на вкус («достаточно сладкий»), количество («небольшое количество»), состояние («замоченный ранее», «уже разбух»). Кроме того, в данном случае важно сочетание, взаимодействие ингредиентов, которые могут раскрыть свои полезные свойства только при их правильном использовании. Для этого ведущий четко описывает последовательность своих действий с помощью целого ряда глаголов, выражающих категорию акциональности: «перемешиваю», «добавил», «беру» и так далее. Слово «балансирую» обозначает добавление соли или специй и относится к любительскому сленгу.

⁶² Телепередача «Планета собак». Выпуск «Собаки города Рибэ». URL: https://russia.tv/video/show/brand_id/22145/episode_id/1200266/video_id/1176726/ (дата обращения: 03.03.2017)

⁶³ Телепередача «Вкус по карману». Выпуск №3. URL: https://rutube.ru/video/bc4daf0eb31214c73472f46841a4e37d/?pl_id=10476&pl_type=source (дата обращения: 02.04.2017)

В передаче «Планета собак» ведущий также часто прибегает к описыванию личных наблюдений. В собаководстве важную роль играют признаки породистости собак, которые указывают, насколько определенная особь внешне соответствует стандарту (это в свою очередь влияет на рабочие качества собаки, на ее темперамент). К примеру, в выпуске о болгарских гончих Григорий Манев стремится рассказать зрителям о том, как должна выглядеть эталонная собака этой породы, ее характеристики он описывает наглядно с помощью щенка, сидящего у него на руках: *«Вот этот щенок, мне сказали, **самый породный** из помета / У него **выражен затылочный бугор**, у него **породная мордашечка** / голова / **черненький носик** / кстати, по поводу окраса / обязательно у болгарской гончей должна быть **белая проточенка** / вот здесь вот / **на груди** / да / у тебя она есть // **Небо** у щенка должно быть **темное** / и на нем должно быть **максимальное количество** таких вот **бороздок**»⁶⁴. Основные лексемы-номинации касаются анатомических частей собаки, эпитеты конкретизируют их свойства – особенно важен цвет, количество, обилие указательных и притяжательных местоимений, визуальный ряд подчеркивает наглядность такого описания. Личное отношение автора к объекту хобби демонстрируется с помощью уменьшительно-ласкательных форм существительных, описывающих анатомию собаки («проточенка», «носик», «мордашечка»). Кроме того, видеоряд усиливает этот эффект сопричастности: ведущий бережно держит собаку на руках, прижимает ее к себе, гладит. Необходимо отметить, что особое отношение к собакам как главной ценности хобби ведущий подчеркивает с помощью повествовательно-восклицательной интонации. Речь ведущего становится возбужденной, увеличивается ее темп. В данном случае интонация и видеоряд способствуют выражению эмоций радости, восхищения, которые направлены на стимулирование эмпатии у зрителей, которые разделяют позицию «собака – главная ценность».*

⁶⁴ Телепередача «Планета собак». Выпуск «Финская и болгарская гончие». URL: https://russia.tv/video/show/brand_id/22145/episode_id/1222163/video_id/1209664/ (дата обращения: 02.04.2017)

«Характеристика внутренних признаков» с точки зрения фактуальности может встречаться в передаче о собаководстве в виде информирования об особенностях характера породы, конкретной собаки или собак в целом. К примеру: *«Болгарские овчарки – собаки **серьезные** / и далеко не ко всем из них мог подойти даже я // Но вот **интересно** / я много раз замечал / чем **солиднее** собака / тем **терпимее** она **относится к детям** // Все / даже **самые страшные** псы на ферме **слушаются беспрекословно**»*⁶⁵. В данном случае ведущий ссылается на собственный опыт, который он приобрел, общаясь с собаками данной породы. Характер собаки описывается с помощью приема противопоставления ее внешнего вида (эпитеты «страшные», «серьезные», «солидная») и манеры поведения (отношение к детям, послушание). Интонация в данном случае выбирается спокойная, голос ведущего тихий, невозбужденный – это создают интимную атмосферу, ощущение максимальной откровенности, доверительности. Собаки в данном случае предстают в виде ключевого элемента образа жизни, проводника в мир интересного, нового.

Представление любителя. Герой передачи предстает в качестве единомышленника, приятеля для зрителя. Их объединяют общие интересы, вид хобби-деятельности, а главное – единый взгляд на мир. Это связано с тем, что каждый человек выбирает себе хобби в зависимости от черт характера, от образа жизни и от готовности преодолевать определенные преграды на пути к получению удовольствия. В рамках передачи о собаководстве главное, что связывает героя и зрителя – это, безусловно, возможность общения с собакой, забота и ответственность за объект хобби. В связи с этим зрителю интересен сам любитель, который разделяет его желание заниматься хобби-деятельностью. Таким образом, интерес для зрителя представляет и опыт любителя, его картина мира, его взгляды на собаководство.

Представление любителя в качестве героя передачи является способом привлечения внимания телезрителя. Исследователь Л. Р. Дускаева пишет, что

⁶⁵ Телепередача «Планета собак». Выпуск «Болгарская овчарка». URL: https://russia.tv/video/show/brand_id/22145/episode_id/1222163/video_id/1209664/ (дата обращения: 04.04.2017)

намерение журналиста представить какую-либо персону выражается в стремлении «сообщать о ком-то, предлагая информацию о нем вниманию аудитории, рекомендуя ей его, демонстрируя человека, выделяя в нем какие-то черты, преподнося как интересную в каком-то отношении личность, а иногда подавая медиа свежую информацию о новом для них человеке и заинтересовывая их в нем, предъявляя факты, воссоздавая отдельные сведения»⁶⁶. Самые активные любители любого вида хобби стремятся найти единомышленников, вступая в различные общества и клубы. Это намерение связано с желанием любителя поделиться своим опытом и перенять опыт других людей, объединить усилия по продвижению хобби-деятельности, совместно заниматься тем или иным хобби. Другими словами, хобби-деятельность объединяет людей на основе общего источника получения удовольствия. У человека это рождает ощущение сопричастности, вовлеченности в общее дело и, с другой стороны, уменьшает ощущение одиночества, непонимания. Таким образом, представление в передаче героев-любителей отвечает запросам целевой аудитории. С этим связан тот факт, что ведущий нередко использует двойную диалогичность – обращаясь попеременно к зрителю и к герою передачи. Он выступает как бы в качестве общего знакомого, который как бы представляет друг другу единомышленников. При знакомстве с героем и во время повествования о его опыте автор подчеркивает значимость любителя с помощью положительной оценки: «человек очень почитаем», «владельцы удивительных собак», «удивительный человек», «друзья мои», «приятная компания». Кроме того, ведущий стремится найти общие, объединяющие российского зрителя и любителей особенности: «моя новая знакомая не раз бывала в России», «люди, где бы они не жили, живут одними и теми же ценностями».

Жанровая модель «Знакомство с любителем». С помощью этой жанровой модели автор представляет адресату других участников хобби-

⁶⁶ Дускаева Л. Р. О жанровых текстовых категориях // Жанры речи. 2016. №2. С. 28. URL: <http://zhanry-rechi.sgu.ru/sites/default/files/2.pdf> (дата обращения: 04.04.2017)

деятельности. Модель реализуется с помощью субжанров «приветствие», «особенности характера», «род занятий», и другие. Однако герои изображены в тексте не многогранно, а в контексте хобби-деятельности. Приведем пример реализации модели в телепередаче «Планета собак»: *«Друзья / я рад вам представить этих людей / **Здравствуйте** (знакомьтесь с хозяевами и собаками – ред.) / Ой, здравствуйте! / Очень приятно (хозяйке – ред.) / **какой ты хороший** (собаке – ред.) / **Здравствуйте!** / **Какие же вы разнообразные** (собакам – ред.)»*⁶⁷. Хозяева представляются в передаче, прежде всего, в качестве любителей, которые неразрывно связаны с объектом хобби-деятельности. Именно поэтому знакомство с любителями плавно переходит в знакомство с собаками. В приведенном фрагменте проявляется двойная прямая диалогичность: обращение «друзья мои» адресовано телезрителям, а приветственные реплики попеременно адресуются владельцам собак и самим животным. Ведущий использует этот прием для реализации речевого действия «представление», которое имитирует личную встречу телезрителей и героев передачи. Немаловажное значение имеет и проявление экспрессии, положительных эмоций: радости и восторга от встречи (реализуется с помощью оценочного наречия «очень» и междометия «ой», восклицательной интонации). Положительные эмоции ведущего проявляются и невербально с помощью видеоряда, в котором он попеременно гладит собак и жмет каждому любителю руку, бодрым шагом идет по мостовой навстречу героям. В тексте участники хобби – герои, так же как объект, представлены исключительно положительно и идентифицированы как «свои», так как демонстрируется их непосредственная причастность к хобби-деятельности. К примеру, обращение телеведущего «друзья» попеременно адресуется и к телезрителям, и к героям программы. Вследствие негласного причисления героев программы к любительскому сообществу, общение ведущего с ними подчеркнуто уважительное: *«**Спасибо, что вы уделите мне время, спасибо, что показываете своих собак.** <...> У*

⁶⁷ Телепередача «Планета собак». Выпуск «Собаки города Рибэ». URL: https://www.moya-planeta.ru/video/view/planeta_sobak_sobaki_iz_datskogo_goroda_ribe_17476/ (дата обращения: 03.04.2017)

меня к вам просьба, вы не могли бы...». В данном случае реализуется субжанр «просьба». Для того чтобы подчеркнуть уважительное отношение к любителям и выразить свою благодарность за уделяемое ему время, ведущий дважды повторяет этикетное слово «спасибо». Далее реализуется субжанр «просьба» с помощью условного наклонения глагола. Интонация выбирается вежливо-вопросительная. В этом проявляется косвенная диалогичность, поскольку такое отношение транслируется для зрителя, который лоялен к героям передачи и воспринимает их в качестве единомышленников. Субжанр «род занятий» реализуется в том случае, если это оправдано с точки зрения коммуникативной цели ведущего. К примеру: *«Моя новая знакомая не раз бывала в России, училась в Нижнем Новгороде, в театральном училище. Сейчас сама преподает актерское мастерство по Станиславскому»*. Этот факт сближает российских зрителей с героями передачи по территориальному признаку, ведущий включает его в канву повествования, стремясь вызвать эмоциональный отклик и симпатию зрителей к герою.

Жанровая модель «Сообщение о высказывании любителя». Эта жанровая модель в телепередаче о хобби, как правило, реализована в виде беседы ведущего с одним или несколькими героями передачи. Модель реализуется посредством субжанра «вопрос-ответ». Позиция любителя выражается в виде ответа на вопрос ведущего, сам вопрос может быть включен в передачу или остаться за кадром. В зависимости от этого диалогические отношения ведущего и героя могут быть выражены прямо и косвенно.

Любитель в передаче может выступать в качестве носителя личного опыта, которым он делится со зрителем, в качестве эксперта по тому или иному аспекту собаководства. Беседа ведущего с героями может строиться вариативно с композиционной точки зрения. Иногда высказывание любителя подхватывает ведущий, который продолжает повествование, пересказывая слова героя. Зрители могут наблюдать и обратную ситуацию, когда ведущий заявляет тему для разговора, пересказывает уже услышанное, а затем в передачу включают прямую речь героя в виде синхрона. В обоих случаях пересказ ведущего может

содержать двуголосые слова⁶⁸, которые связывают его речь со словами героев. К примеру, слова ведущего предваряют прямую речь героини: *«Когда-то в Доме Хауген было весело и шумно, но сейчас дети выросли, живут далеко, внуки приезжают редко. А вот собаки это, как говорится, праздник, который всегда с тобой»*. Для подтверждения достоверности слов ведущего в кадре появляются фото хозяйки с собакой, а затем и сама Хауген, которая гладит животное на диване. Далее следует прямая речь героини, синхрон: *«Конечно, мне приятно, что именно от нашей собаки пошла порода города Рибэ. Немногие города на свете могут похвастаться, что у них есть своя порода собак. Но все же для меня это, прежде всего, домашний любимец»*. В данном случае косвенно проявляется диалогичность, начало прямой речи со слова «конечно» обнаруживает заранее заданный вопрос ведущего. Прямая речь героини подкрепляет слова ведущего. Включение высказываний других людей в телепередачу делает её более разнообразной, доказательной, эмоциональной. Зритель получает возможность узнать непосредственно от героя его точную позицию, мнение, ощущения и впечатления о хобби-деятельности. При интеграции в текст смысловой позиции героя автор дает ссылку с указанием имени собственного, иногда места проживания, профессии и других сведений.

Жанровая модель «Сообщение об опыте любителя». Эта модель реализуется с помощью последовательного изложения хода события, зритель получает возможность узнать о личном опыте любителя и его последствиях: *«Этих собак пытались официально зарегистрировать под названием датская собака викингов. Но, к сожалению, у клуба любителей этих собак ничего не вышло, потому что в Исландии есть порода, которая очень похожа на этих собак, и они уже вторым названием зарегистрированы как собака*

⁶⁸ Бахтин М. М. Проблемы творчества Достоевского // Бахтин М.М. Собр. соч.: В 7 т. – М.: Русские словари, 2000. Т. 2. С. 88

викингов»⁶⁹. Последовательность действий выражена с помощью цепочки акциональных глаголов («пытались зарегистрировать», «не вышло»). Слова ведущего сопровождают открытые, объясняющие жесты, которые служат для упрощения восприятия информации и акцентирования. Личный опыт, как правило, содержит и косвенное побуждение к действию. Любитель может повторить или скорректировать действия героя, добиться определенного результата, пересмотреть взгляды на собственную хобби-деятельность. С помощью этой жанровой модели ведущий демонстрирует поддержку хобби-деятельности адресата другими представителями любительского сообщества, укрепляет уверенность в целесообразности выбора хобби.

Сообщение об условиях хобби-деятельности. В тележурналистике хобби такие сообщения реализуются только в том случае, если сам вид хобби или формат журналистского материала предполагает наличие особых условий. Любительское собаководство не предполагает особых условий, однако, формат (который условно можно обозначить «травелог») и авторская задумка передачи «Планета собак» предполагает сообщение сведений и фактов о породах собак, выведенных и получивших распространение в разных странах. Таким образом, сообщения об условиях хобби-деятельности приобретают одно из ключевых значений в повествовании. Зрителям сообщают исторические факты – основную информацию о достопримечательностях, известных жителях города, страны, где проходят съемки. Информация о стране, регионе, городе почти сразу же подается в контексте хобби-деятельности. Центральные элементы передачи – собаки и любители, однако описание населенного пункта представляет интерес, поскольку характеризует условия их жизни. Окружающая среда представляется автору одним из способов описать сам объект и местных собаководов. В передаче особенно подчеркивается эта внутренняя историческая связь и взаимовлияние этих двух компонентов. К примеру, информация о стране или конкретном городе позволяет узнать, какие

⁶⁹ Телепередача «Планета собак». Выпуск «Собаки города Рибэ». URL: https://www.moya-planeta.ru/video/view/planeta_sobak_sobaki_iz_datskogo_goroda_ribe_17476/ (дата обращения: 03.04.2017)

породы собак выведены и распространены на данной территории, какие традиции и какие особенности менталитета есть у местных любителей. Информация о местности позволяет автору обозначить границы территории, заинтересовать адресата с помощью демонстрации своеобразия местности, ее богатства относительно объектов природы и культуры. В данном случае акцент делается на стимуляцию когнитивной функции адресата. Образ местности складывается из последовательного предъявления фактов, представленных в виде субжанров, которые описывают события, происходящие или происходившие на данной территории, описания ее внешних признаков.

Жанровая модель «Знакомство с местностью». Модель может быть реализована посредством обращения к субъективному представлению зрителя о стране (городе), а затем краткой исторической справки. К примеру: *«В этом городе Данте Алигьери написал свою «Божественную комедию», а Джованни Боккаччо – «Декамерон» / На протяжении 400 лет этим городом правила могущественная семья Медичи / Мы в Италии / во Флоренции»*⁷⁰. В данном случае модель реализуется с помощью указаний на локативность (указательное местоимение «этой»), цифровых данных, а также детальной фактической информации: номинаций, обозначающих известных деятелей, произведения искусства. Это позволяет ориентировать зрителя в предложенных обстоятельствах, а также способствует его просвещению. Далее эти целеустановки продолжают реализацию в жанровой модели «Характеристика местности». Она выражается в виде информирования о наиболее важных исторических событиях в контексте истории объекта или его естественных условиях функционирования. Сообщение может содержать информацию об особенностях территории – географическом положении, культурном и природном наследии, а также о важных исторических событиях (в частности, с точки зрения развития хобби) и выдающихся личностях (чаще всего любителях). Эта жанровая модель реализована в виде справки, которая

⁷⁰ Телепередача «Планета собак». Выпуск «Левретка». URL: https://russia.tv/video/show/brand_id/22145/episode_id/1085799/video_id/1101161/ (дата обращения: 02.03.2017)

способствует как расширению общего кругозора любителя, так и глубокому раскрытию условий существования объекта хобби, его взаимодействия с окружающей средой: *«Здесь, в Северном море, очень часто бывают туманы и для того, чтобы корабли не сталкивались, таких милых собак сажали на нос судна. Они громко, громко лаяли»*⁷¹. Описание местности реализуется с помощью указаний на локативность (обстоятельство места «здесь»), географическое наименование («в Северном море»), указаний на метеорологические условия («туманы»). Далее указываются условия функционирования объекта хобби, его прикладные функции: используется предложение с придаточным условия, сочетание акционального глагола «лаяли» с наречием меры и степени «громко», усиленным двукратным повтором.

Жанровая модель позволяет адресату оценить положение дел в настоящее время: *«Сейчас датская собака викингов считается нашей национальной породой»; «Да и в наше время, как я успел заметить, собак хватает, любят их датчане»*. Для реализации модели используются средства темпоральности (указания на настоящее время – «сейчас», «в наше время») и локативности (указание на территориальные границы – «датская», «датчане»). Последнее высказывание ведущего сопровождается видеорядом, который подтверждает сделанный вывод: серия кадров прохожих с собаками на поводке.

Жанровая модель «Сообщение о местных жителях» может быть реализована с помощью описания традиций и особенностей менталитета местных жителей, условий их существования. В передаче «Планета собак» уделяется большое внимание сообщению о нравах, культурных особенностях, общих чертах характера людей, живущих на определенной территории. Местные жители представлены, как правило, в обобщенном, универсальном виде, но также в контексте хобби-деятельности. *«Вот, например, жители этой страны убеждены, что настоящий датчанин должен построить дом,*

⁷¹ Телепередача «Планета собак». Выпуск «Собаки города Рибэ». URL: https://www.moya-planeta.ru/video/view/planeta_sobak_sobaki_iz_datskogo_goroda_ribe_17476/ (дата обращения: 03.04.2017)

вырастить детей и завести собаку». Жанровая модель в данном фрагменте реализуется посредством указаний на локативность (словосочетание «этой страны», «датчанин»), что подчеркивает специфику местности. Посредством модального слова в значении долженствования «должен» в сочетании с рядом акциональных инфинитивов «построить», «вырастить», «завести» он указывает на обязательные обобщенные условия принадлежности к местным жителям. Последние два слова в своем высказывании ведущий акцентирует с помощью вытянутой вперед руки, подчеркивая тем самым особую ценность действия «завести собаку». В данном случае происходит субъективная экстраполяция интересов любителей на всех жителей местности. Ведущий преследует цель сформировать у зрителя положительное впечатление не только о любителях, но и о стране, местных жителях в целом. Хобби-деятельность таким образом в сознании телезрителя вписывается в общественный контекст, приобретает особую значимость, большие масштабы распространения. Это связано с общим концептом – доставить исключительно положительные эмоции любителю от просмотра передачи, в том числе с помощью убеждения его в том, что его объект хобби – собака – имеет универсальную ценность.

Жанровые модели информирующих жанров на лексическом уровне представлены с помощью лексических единиц и целых семантических полей, которые отражают номинативные значения элементов хобби-деятельности, используются логико-понятийные средства выразительности – цифровая информация, количественные данные. Сущностные характеристики элементов хобби подчеркиваются с помощью эпитетов. Совершаемые процесс и действия активно описывается с помощью ряда акциональных глаголов. В то же время для привлечения внимания адресата к фактической информации активно используются средства, выражающие оценку: обращения, экспрессивная и оценочная лексика, вопросно-ответное повествование. Кроме того, для акцентирования внимания на выражении субъективного начала в речи активно используется личное местоимение «я».

3.3. Стилистико-речевые особенности оценочных жанров тележурналистики хобби

Оценочные жанры реализуют оценочную интенцию, которая отражает ценности любительского сообщества, то есть транслирует их аксиологическую позицию⁷² относительно хобби-деятельности. Жанровая направленность оценочных речевых жанров в тележурналистике хобби – одобрение. Как пишет А. В. Сороко, категория одобрения «связана с понятием положительной оценки, представляющей собой сложное действие, производимое сознанием субъекта при восприятии и обработке информации о внешнем мире, характеризуя объект с учетом эстетического, морально-эстетического, благоприятного морального и физического отношения»⁷³. Одобрительные высказывания о хобби-деятельности способствуют воодушевлению любителей, ощущению адресатом поддержки его хобби-деятельности, его вере в свои силы. Одобрение хобби-деятельности способствует не только гармонизации и укреплению убежденности в верности выбранного способа досугового времяпрепровождения, но и мотивирует любителя к достижению новых результатов, постановке новых целей и задач.

Таким образом, элементы хобби-деятельности – объект, инструменты, участники, условия окружающей среды – оцениваются автором практически исключительно положительно. Такая субъективная оценка соответствует позиции любителей, для которых освещаемое хобби будет привычным и безусловным способом получения удовольствия. Для стимулирования эмпатии у телезрителей, для привлечения их внимания ведущие и корреспонденты телепередач о хобби должны активно транслировать собственные эмоции от соприкосновения с хобби-деятельностью, активно выражать положительную

⁷² Стилистика и литературное редактирование. Т. 1: учебник для академического бакалавриата / под ред. Л. Р. Дускаевой. – М: Издательство Юрайт, 2016. С. 174

⁷³ Сороко А. В. К вопросу о коммуникативной стратегии и речевом акте одобрения // Известия Южного федерального университета. Филологические науки. №1, 2013. С. 68

субъективную оценку относительно всех ее элементов. К примеру, для реализации просветительского потенциала телепередачи «Планета собак» ведущий демонстрирует интеллектуальные эмоции интереса, удивления, любопытства, удовлетворения, воодушевления⁷⁴: «*любопытно, что...*», «*удивительные собаки*», «*интересная история*», «*интересно, что...*». Эмоции адресанта, которыми он стремится «заразить» адресата являются реакцией на неожиданные открытия, узнавание новых фактов и сведений, а также знакомство с привычными вещами с необычной стороны, развенчание мифов, стереотипов и заблуждений и наоборот, подтверждение догадок и предположений, обнаружение тенденций и постижение процессов. На текстовом уровне оценка реализуется в виде модальных слов, оценочной лексики, частиц, вводных слов и так далее. Функции хобби тем самым переносятся и на специализированный журналистский контент, приносящий удовольствие любителю, а иногда и просвещающий, развивающий. Отметим, что для реализации одобрительной оценочности хобби-деятельности ее адресант должен обладать определенными компетенциями и принадлежать к сообществу любителей хобби или профессионалов. К примеру, любительскую кулинарную передачу может вести ведущий, который любит и умеет готовить, либо профессиональный повар. При оценке элементов хобби-деятельности, выступающих в качестве ее предметов, используются различные типы частных оценок⁷⁵ в зависимости от природы того или иного хобби. Как правило, в телепередачах о хобби превалируют сенсорно-вкусовые, гедонистические, интеллектуальные и эмоциональные оценки.

Жанровые модели «Оценка гедонистических функций» и «Оценка прикладных функций». В телепередачах о хобби исключительно положительная оценка объекта хобби базируется на ценностях любительского сообщества. Для любителей хобби-деятельность, включая ее объект, ассоциируется с положительными эмоциями, воспоминаниями о полученном

⁷⁴ Ильин Е. П. Эмоции и чувства. – СПб: Питер, 2001. С. 190

⁷⁵ Арутюнова Н. Д. Аксиология в механизмах жизни и языка // Проблемы структурной лингвистики. – М., 1984. С. 5 – 23

удовольствии и его предвкушением. Соответственно, адресант журналистского сообщения должен разделять эти ценности, причислять себя к сообществу любителей для того, чтобы быть воспринятым целевой аудиторией. К примеру, в телепередаче «Планета собак» семантическое поле «собака» представлена следующими единицами-лексемами: «псина», «сгусток энергии и радости», «радость», «праздник», «любимец», «создания», «хороший», «пес», «малыши» и так далее. В данном случае очевидно, что собака ассоциируется исключительно с положительными эмоциями радости, восхищения, проявлениями любви и заботы. На невербальном уровне особое отношение к собаке демонстрируется с помощью поглаживания, поцелуев, прижимания животного к лицу, стремлением быть с собакой на одном уровне – ведущий либо держит собаку на руках, либо встает на колени. Особая роль демонстрации эмоциональной близости с собаками принадлежит интонационному компоненту. При разговоре о собаках ведущий использует восклицательную интонацию, голос звучит громко и возбужденно, интонация выражает эмоции радости и восхищения.

Выбор определенных типов частных оценок зависит от самого объекта хобби. К примеру, внутренние характеристики объекта собаководства – собаку – можно оценивать с точки зрения характера, манеры поведения, внешние – с точки зрения соответствия стандартам породы, особенностей экстерьера. К примеру, в передаче «Планета собак» для оценки объекта задействованы следующие типы частных оценок: сенсорные («жесткая шерсть», «маленькие»), психологические – интеллектуальные («удивительные») и эмоциональные («радостная», «романтичные»), сублимированные – этические («свободолюбива», «гордая» «преданная») и эстетические («милая», «красивая»). Блюда в кулинарии можно оценить с точки зрения удобства приготовления – легко, быстро, дешево, полезно и с точки зрения вкусовых и эстетических ощущений – вкусно, красиво, аппетитно и так далее. Таким образом, при оценивании готовых блюд встречаются следующие типы частных оценок:

сенсорно-вкусовые («вкусно», «сочная»), теологические («легко», «просто»), эмоциональные («гормоны счастья»).

В телепередачах о хобби оценочность может выражаться не только с помощью отдельных типов частных оценок, но и в виде стилистико-композиционных форм. Приведем пример реализации коммуникативного действия объяснение оценки, содержащего сведения о ценности, значимости объекта⁷⁶: *«Интересно / почему люди заводят маленьких собак?»* – так ведущий Григорий Манев формулирует цель своих поисков в одном из выпусков передачи «Планета собак»⁷⁷. Телеведущий выбирает гедонистические и утилитарные критерии оценки маленьких собак. С точки зрения практической пользы объект хобби оценивается следующим образом: *«В самолетах, например / больших собак перевозят в специальных контейнерах, а эта милая псина // абсолютно спокойно летала в другие страны / когда ее брали в салон»; «А вот маленькие собачки прежде всего использовались как крысоловы»*. Преимущества маленьких собак выражается с помощью приема противопоставления (противительный союз «а»), подкрепленного модальным словосочетанием («милая псина»). Во втором примере назначение собаки в обществе характеризуется с помощью оборота, где слово «как» выступает в значении «в качестве». Однако определяющим критерием оценки пользы собаки все-таки является получение удовольствия и радости любителем, автор подчеркивает этот ценностный аспект: *«Ее можно просто взять на руки... прижавши к сердцу...»; «...что абсолютно бесспорно, так это то, что маленькая собака – это огромный сгусток энергии и радости»*. Для выражения личных эмоций по поводу общения с собакой автор прибегает к демонстрации субъективной оценки с помощью метафоры («сгусток энергии и радости»), использования модальных слов («абсолютно», «бесспорно»), разговорных конструкций («прижавши к сердцу»). Автор делает акцент на

⁷⁶ Стилистика и литературное редактирование. Т. 1: учебник для академического бакалавриата / под ред. Л. Р. Дускаевой. – М: Издательство Юрайт, 2016. С. 177

⁷⁷ Телепередача «Планета собак». Выпуск «Собаки города Рибэ». URL: https://www.moya-planeta.ru/video/view/planeta_sobak_sobaki_iz_datskogo_goroda_ribe_17476/ (дата обращения: 03.04.2017)

личных эмоциях, которые он испытывает от непосредственного общения с собаками, для того чтобы у любителя появилось желание испытать подобные ощущения, вспомнить о собственном похожем опыте. К примеру: *«Хорошо бродить по свету с теплой собакой за пазухой...»*; *«Я очень люблю гулять по разным городам вместе с собаками...»*; *«...да, моя радость?»* (обращаясь к собаке – ред.)). Использование личного и притяжательного местоимений первого лица («моя», «я»), слов и словосочетаний с положительно-оценочной окраской («очень люблю», «радость»), стилистического приема аппликации (переделана известная песня из мультипликационного фильма «Фунтик и его друзья») направлено на демонстрацию личных эмоций для привлечения внимания аудитории, установления близкого контакта с телезрителями.

Однако отметим, что внешние характеристики объекта всегда вторичны по отношению к внутренним: *«Сейчас проходит период линьки, и мне теперь нужно немного почиститься. Но, вы же понимаете, шерсть – это не главное, главное же ведь, что собака хорошая. Ну и что, что линяет, ну бывает»*. Любые внешние неудобства, которые собака может причинить любителям, отсылают к положительным внутренним характеристикам животного (акцент на слове «главное» с помощью двукратного повтора в сочетании с положительно-окрашенным эпитетом «хорошая»). Убежденность в поддержке своей позиции ведущий выражает с помощью представления потенциальной реакции адресата («вы же понимаете»). Синтаксические конструкции с разговорной стилистической окраской («ну бывает», «ну и что») сопровождаются воодушевленно-снисходительной интонацией, демонстрируется подчеркнуто безразличное отношение к факту линьки. Ведущий улыбается, оглядывается на собак, демонстративно любит ими. Такое поведение отвечает ожиданиям любителей, которых не останавливают никакие препятствия для занятия хобби-деятельностью. Для любителя любые проблемы преодолимы на пути к наслаждению своим хобби.

Жанровая модель «Оценка личности любителя» также реализуется с помощью обилия положительных частных оценок. Это связано с тем, что

телезритель, являясь любителем, считает героя передач, увлекающегося тем же хобби, своим единомышленником, близким по духу человеком, членом того же любительского сообщества. К примеру, в одном из выпусков передачи «Планета собак» ведущий Григорий Манев накладывает положительную оценочную рамку на фактуальное описание последовательности действий, которые совершают любители при встрече гостей (не в рамках хобби): *«принимали нас очень радушно», «хозяйка испекла пирог», «глава семьи – профессиональный музыкант – устроил концерт»*⁷⁸. Оценка положительных активностей любителей выражена с помощью семантики акциональных глаголов «принимали», «устроили», «испекла». Образ действия любителей подчеркивает наречное словосочетание «очень радушно».

В кулинарной передаче «Вкус по карману» оценка личностей гостей передачи так же, как правило, направлена на одобрение. К примеру в одном из выпусков ведущий Константин Ивлев обращается к госте передачи: *«Позитивный человек // ко мне все приходят позитивными, а все почему? Потому что мы готовим, а готовить надо всегда с добрым сердцем и чистой душой»*⁷⁹. В данном примере одобрение конкретного любителя и всех героев передачи выражено с помощью речевого действия «комплимент», реализованного в виде эмоционального типа частной оценки («позитивный», «все приходят позитивными»). Далее происходит реализация речевого действия объяснение оценки посредством вопросно-ответного комплекса. Ведущий задает вопрос о причине описанного положения дел и сам же приходит к выводу о том, что настроение и настрой гостей его передачи – кулинаров-любителей – связан именно с процессом хобби-деятельности («потому что мы готовим»). Далее это убеждение снова подтверждается речевым действием «комплимент», который содержит этический тип частной оценки («с добрым сердцем», «чистой душой»). Представленная оценка личности любителя, на

⁷⁸ Там же

⁷⁹ Телепередача «Вкус по карману». Выпуск №9. URL: https://rutube.ru/video/7ce1ec8f5fd7cc26b7b431423d0cd20a/?pl_id=10476&pl_type=source (дата обращения: 02.03.2017)

наш взгляд, находится в русле ценностной ориентации сообщества любителей, которые воспринимают свое увлечение в качестве источника удовольствия, хорошего настроения, способа самопрезентации и так далее.

Однако в некоторых выпусках телепередачи «Вкус по карману» иногда встречаются элементы троллинга – провокационного речевого поведения⁸⁰ – направленные на гостей передачи со стороны ведущего Константина Ивлева. Эту разновидность речевого поведения можно считать конфликтной, направленной на выражение агрессии в том или ином виде⁸¹. К примеру, в одном из выпусков ведущий говорит своей гостье, которая любит необычные для русской кулинарной традиции сочетания ингредиентов, следующее: *«Я вот сразу **раскрываю этих** любителей кулинарии / которые готовят по талмудам / в интернете / Скорее всего, в **какой-нибудь школе** училась? (далее следует ответ героини передачи о том, что она училась в кулинарной школе в Болонье – ред.)»* // *Значит / я учился в ПТУ №19 в Тимирязевском районе»*⁸². Ведущий реализует троллинг с помощью намека на пренебрежение группой людей кулинаров-любителей, к которой принадлежит гостья передачи (указательное местоимение «этих»). Кроме того, семантика глагола «раскрываю» в значении «обнаруживать что-то скрываемое» может указывать не неодобряемое поведение с точки зрения социальных норм, норм морали. Далее ведущий продолжает троллинг с помощью предположения, стремящегося выразить предсказуемость поступков гостьи передачи (инверсивный порядок слов, неопределенное местоимение «какой-нибудь»). После этого ведущий намекает на отсутствие ценности полученного героиней образования с помощью сравнения с собственным опытом (кулинарная школа Болоньи – ПТУ №19), а

⁸⁰ Строителев М. Н. Троллинг как разновидность провокационного речевого поведения (на материалах англоязычных IRC-чатов) // Электронное научное издание «Ученые заметки ТОГУ», 2013. Том 4, № 4. С. 663 – 668. URL: http://pnu.edu.ru/media/ejournal/articles-2013/TGU_4_141.pdf (дата обращения: 03.04.2017)

⁸¹ Лутовинова О. В. Лингвокультурологические характеристики виртуального дискурса: монография. – Волгоград: Изд-во ВГПУ «Перемена», 2009. С. 52

⁸² Телепередача «Вкус по карману». Выпуск №5. URL: https://rutube.ru/video/5b328f258d33cf5b19d01906b2f6c6c6/?pl_id=10476&pl_type=source (дата обращения: 02.03.2017)

также на собственное превосходство вне зависимости от фактора обучения (Константин Ивлев является профессиональным поваром, а гостя передачи – любителем). В связи с этим, на наш взгляд, использование троллинга в качестве оценки личности любителя в тележурналистике хобби не удачен и входит в разрез с ценностной картиной любительского сообщества. Таким образом, приведенный фрагмент является примером неверного построения гипотезы об адресате или непродуманного речевого поведения.

Жанровая модель «Оценка опыта любителя» чаще всего реализуется в виде демонстрации положительного действия любителя, которое принесло ему удовольствие и, возможно, имело значение и для других представителей сообщества. К примеру, в одном из выпусков передачи «Планета собак» ведущий Григорий Манев принял участие в гонке на собачьих упряжках «Берингия» и дал оценку этой поездке: *«Если честно / я как-то себе ее (гонку – ред.) по-другому представлял, как-то более пафосно / Мне кажется / каждый из нас должен проделывать такого рода путешествие / для мужчины – это важно, чтобы понять и узнать / на что ты способен / где ты можешь переступить через свою усталость // Получилось путешествие очень полезное для меня»*⁸³. В приведенном фрагменте репрезентуются средства субъективной модальности (местоимения в форме первого лица единственного числа «я», «себе», «мне», вводная конструкция «мне кажется»), указывающих на выражение личных эмоций по поводу факта поездки. Возможный, но неподтвердившийся вариант оценки выражается с помощью оценочного разговорного наречия «пафосно», проводится сопоставление с реальным положением дел. Григорий Манев косвенно обращается к мужской части любительской аудитории, которую он в виде первичного речевого жанра «призыв» побуждает к повторению его опыта (с помощью модальных слов «должен», «важно»). В целом путешествие оценивается положительно с помощью качественного прилагательного «полезное» в сочетании с наречием

⁸³ Телепередача «Планета собак». Выпуск «Гонка на собачьих упряжках. Часть 3». URL: https://www.moya-planeta.ru/manev/view/grigorij_manev_na_gonke_beringiyachast_1_10321/ (дата обращения: 03.03.2017)

меры и степени «очень». Таким образом, опыт любителя подвергся положительной оценке, что соответствует общей направленности оценочности хобби-деятельности, выраженной в виде одобрения. Описываемая жанровая модель может быть интересна телезрителям по разным причинам. Во-первых, адресат сообщения, который уже имеет аналогичный опыт, может сопоставить собственные впечатления с описываемой оценкой. Во-вторых, телезритель в результате описываемой оценки может вдохновиться на повторение аналогичного опыта в рамках занятий собственной хобби-деятельностью. В-третьих, оценка опыта любителя позволяет телезрителю удовлетворить интерес, связанный с желанием узнать, каковы впечатления от совершенных действий.

Одобрительная оценка хобби-деятельности в тележурналистике прочно вошла в практику. Интересно, что даже не совсем удачные действия любителя, как правило, оцениваются положительно. Единственный критерий неудачи для оценки любого опыта – это полное отсутствие удовольствия от хобби-деятельности или нанесение непоправимого вреда объекту. Во всех других случаях любые попытки самореализации в рамках увлечения оцениваются положительно. К примеру: *«Официальной международной кинологической организацией собаки города Рибэ не признаны, но мне кажется, что от этого не страдают ни собаки, ни сами люди»*. Положительная оценка опыта любителя выражена в большей степени косвенно и пронизывает весь текст, преимущественно при отборе фактов и с помощью положительной оценки самого любителя и хобби-деятельности.

Жанровая модель «Оценка высказывания любителя». Эта жанровая модель в тележурналистике хобби реализуется в ответ на запрос любителей об интерпретации какого-либо высказывания. Ведущие и герои телепередач о хобби, являясь одновременно любителями или профессионалами сферы, выражают различные мнения и позиции, которые бытуют в любительском сообществе. Таким образом, реакция на какое-либо высказывание любителя может быть началом дискуссионного обсуждения, в результате которого может

быть выработан адекватный подход к тому или иному вопросу. Иногда герои передач озвучивают позиции, в справедливости которых они не уверены, для того, чтобы обсудить их с единомышленником или профессионалами сферы и выработать собственное отношение к заявленной теме. К примеру, в передаче «Вкус по карману» героиня в виде вопроса озвучивает, на ее взгляд, распространенное в любительском сообществе суждение в надежде получить профессиональный комментарий относительно резки овощей в ресторане: *«А разве миф / что / если приходишь в ресторан / чем красивее в нем порезаны овощи / например / тем выше его уровень?»*. В ответ на это высказывание Константин Ивлев озвучивает свою оценку этого суждения, реализуются речевое действие «разъяснение»: *«Ты это говоришь про гастрономический ресторан / а если мы с тобой говорим про простые / неклассические рестораны – то там никто этим не занимается»*. Речевые действия оценки реализуются посредством вопросно-ответного комплекса, разъяснение дается с помощью использования приема сопоставления (гастрономический ресторан - простой ресторан). Кроме того, для интимизации манеры общения используются личное обращение в форме единственного числа «ты», синтаксическая конструкции «мы с тобой». В данном случае с помощью реализации жанровой модели «Оценка высказывания любителя» ведущий стремится просветить телезрителей относительно сферы, в которой они осуществляют хобби-деятельность: озвучить свое экспертное мнение и позицию, рассказать о новых фактах, явлениях, тенденциях, описать общее положение дел.

Оценка условий хобби-деятельности. В телепередаче «Планета собак» можно проследить реализацию жанровой модели «Оценка культурного достояния» страны, с которой связана порода собаки. Оценка местности нацелена на то, чтобы стимулировать познавательный интерес адресата к истории, другим культурам. В данном случае реализуется просветительский потенциал текста. Оценочность способствует привлечению внимания к фактам о местности. Субъективная оценка автора насыщена различными типами

частных оценок с положительной окраской: «сказочный Копенгаген», «прекрасная и сказочная страна», «замечательный город», «красивый город», «удивительная этническая деревенька»⁸⁴. Жанр «Оценка местных жителей» реализован в передаче в виде оценочного коммуникативного действия «Подтверждение оценки»⁸⁵. В начале сюжета ведущий выдвинул тезис, который он последовательно доказывает: «Люди, где бы они не жили, живут одними и теми же ценностями». Далее предпринимается попытка доказать этот тезис с помощью рассказов о местных жителях и о породе собак города Рибэ. Авторские выступления перемежаются портретными и информационными синхронами с местными любителями. Автор подчеркивает единство любительского сообщества, повсеместную ценность хобби и его социальную значимость: «Собаки обладают **удивительной способностью / они сближают людей / Еще час назад мы были незнакомы с Хелен Хауген / а сейчас у нас полно тем для обсуждения**». Значимость занятия хобби подчеркнута с помощью демонстрации универсальной ценности объекта, на которой часто заостряется внимание адресата. Одновременно с этим автор стремится оценить нравы, характер, темперамент местного населения – эти критерии составляют шкалу оценок. К примеру: «Про жителей Скандинавии говорят, что они **неконтактные / и холодно относятся к чужакам / Друзья, неправда это!**». В данном случае оценочность проявляется за счет отказа от некоторых неверных, по мнению автора, суждений, в данном случае стимулируется отказ от стереотипов.

В рамках жанровых моделей оценочных жанров элементы хобби представлены с помощью различных оценочных номинаций, имеющих исключительно положительную окраску, среди чувственно-воздействующих средств выразительности наиболее часто встречаются сравнения, метафоры, эпитеты. Кроме того, различные типы частных оценок (особенно

⁸⁴ Телепередача «Планета собак». Выпуск «Собаки города Рибэ». URL: https://www.moya-planeta.ru/video/view/planeta_sobak_sobaki_iz_datskogo_goroda_ribe_17476/ (дата обращения: 03.04.2017)

⁸⁵ Дускаева Л. Р. Диалогическая природа газетных речевых жанров / под ред. М. Н. Кожинной. – СПб: филол. факультет СПбГУ, 2012. С. 156

психологические, сенсорные и теологические) представлены с помощью оценочных прилагательных, наречий и существительных. Активно транслируются субъективные эмоции адресанта – субъективное начало выражено с помощью личного местоимения «я», оценочных слов и словосочетаний.

3.4. Стилистико-речевые особенности побудительных жанров тележурналистики хобби

Побудительные жанры связаны с реализацией побудительной интенции – то есть с выработкой конкретных действий по усовершенствованию мира, постановкой целей и предложениями по их достижению, советами, рекомендациями и коррекцией ошибочных действий⁸⁶. В тележурналистике хобби побудительные жанры связаны со стимулированием любителей к определенным действиям или движениям в рамках хобби-деятельности и их коррекцией. Кроме того, в рамках побудительных жанров реализуется стремление журналиста побудить зрителя к покупке сопутствующих хобби-деятельности товаров. Таким образом, в телепередаче о хобби автор может рекомендовать тот или иной способ осуществления хобби-деятельности, пропагандировать какой-то определенный аспект хобби, предупреждать о возможных ошибочных действиях, а также мотивировать любителя на достижение новых результатов. В рамках побудительных жанров журналист реализует консультационную функцию журналистики хобби, которая заключается в руководстве действиями телезрителя для достижения целей. Предполагается, что в результате осуществления этих целей любитель получит удовольствие (удовлетворение). На практике побудительная интенция

⁸⁶ Стилистика и литературное редактирование. Т. 1: учебник для академического бакалавриата / под ред. Л. Р. Дускаевой. – М: Издательство Юрайт, 2016. С. 188

реализуется посредством демонстрации профессионалом или любителем, в качестве которых могут выступать герои передач и ведущий, определенных способов занятия хобби-деятельностью, позволяющих разнообразить, облегчить или усовершенствовать досуг телезрителя. Побудительные жанры стимулируют адресата к действиям или движениям, что по своей природе перекликается с природой самой хобби-деятельности. Именно с этим связан тот факт, что некоторые телепередачи о хобби можно отнести к потребительской журналистике, которая транслирует «информацию прагматического характера» и в рамках которой «зритель берет на вооружение те или иные практические советы либо делает для себя после передачи определенные выводы, помогающие ему принять верное решение и сделать правильный выбор»⁸⁷. Таким образом, такие передачи о хобби предполагают обучение любителей занятиям хобби с помощью трансляции действий ведущего или героев передачи. В свою очередь ведущий и герои передачи, чаще всего, являются профессионалами в определенной области или активными любителями. В формате, который условно можно назвать «мастер-класс», создана и рассматриваемая в данной работе телепередача о любительской кулинарии «Вкус по карману». Ведущий Константин Ивлев, который является профессиональным поваром, совместно с героем передачи – кулинаром-любителем – готовит несколько блюд. Подобное распределение ролей позволяет с одной стороны, подчеркнуть любительский характер занятий кулинарией, а с другой стороны, дать профессиональные и полезные советы, рекомендации зрителям. Для наиболее эффективного побуждения зрителя к следованию советам и рекомендациям, транслируемых в передаче, процесс приготовления пищи детально описывается. Ведущий внимательно следит за тем, чтобы зритель был проинформирован о том, какие ингредиенты используются и как они сочетаются, в каком количестве и так далее. Предполагается, что телезритель впоследствии сможет полностью повторить

⁸⁷ Почкай Е. П. Потребительская тележурналистика // Журналистика сферы досуга: учеб. пособие / под общ. ред. Л. Р. Дускаевой, Н. С. Цветовой. – СПб: Высш. школа журн. и мас. коммуникаций, 2012. С. 188

аналогичный процесс приготовления пищи в рамках собственных занятий хобби-деятельностью. Помимо обучающей и консультирующей интенции в телепередаче о хобби, как правило, реализуется и мотивационный аспект. Необходимо не просто проконсультировать любителя, как наиболее эффективно заниматься хобби-деятельностью, но и вдохновить его, побудить прислушаться к рекомендациям и советам, мотивировать его к достижению новых целей и вершин. Именно поэтому в телепередачах о хобби в формате «мастер-класс», как правило, присутствует активный любитель, с которым зритель может себя ассоциировать. Исследователь Е. П. Почкай пишет: «Тема показа увлеченного человека привлекательна для журналистов тем, что хобби в жизни современного человека нередко становится смысловой доминантой»⁸⁸. Зритель может вдохновиться примером единомышленника, который на экране либо делится собственным опытом, либо учится и повторяет за профессионалом. Таким образом, в журналистике хобби побудительная интенция реализуется в двух направлениях. Во-первых, любителя мотивируют к занятию собственной хобби-деятельностью с помощью примера увлеченного человека, положительной оценки его действий, а также подчеркивания позитивного результата, увлекательности процесса. Во-вторых, телезрителю создают все условия для того, чтобы он воспользовался рекомендациями, воспроизведенными в телепередаче. В частности, ведущий использует приемы прямого обращения к телезрителям, акцентирует внимание на наиболее значимых фактах, транслируется подробное описание всех действий, есть предупреждения о возможных ошибках и так далее.

Отметим, что побудительные жанры, реализуемые в телепередаче о хобби, могут иметь рекламный характер. Ранее мы отмечали, что индустрия хобби-деятельности в мире приобретает внушительные объемы, так как для занятий хобби почти всегда необходимы те или иные сопутствующие

⁸⁸ Почкай Е.П. Вторая жизнь человека на телеэкране (журналистика хобби) // Век информации. Журналистика XXI века: поиски теоретического обоснования: матер. конференции междунар. научно-культурного форума «Дни философии в Санкт-Петербурге-2015». No 1 / ред.-сост. И. Н. Блохин, С. Г. Корконосенко. – СПб.: С.Петербург. гос. ун-т; Высш. шк. журн. и мас. ком-муникаций, 2016. С. 222

инструменты. В телепередачах о хобби рекламирование какого-либо продукта как бы встраивается в процесс демонстрации хобби-деятельности. Как правило, ведущий советует тот или иной товар любителю с целью сделать его хобби-деятельность более эффективной, правильной, приятной. Ведущий наглядно демонстрирует товар и его применение.

Стимулирование к активным действиям или движениям: рекомендация, инструкция. Речевой жанр рекомендации или инструкции почти всегда получает реализацию в телепередачах о хобби в том или ином виде и объеме. Этот факт связан с тем, что хобби-деятельность – это активный способ свободного времяпрепровождения, который связан с действиями или движениями, а также с созданием (а не созерцанием, пользованием) материальных и нематериальных благ. С помощью побудительных жанров в телепередачах о хобби реализуется их действенный, практический потенциал, так как ведущий программы способен вдохновить любителя на занятие тем или иным аспектом хобби-деятельности, а также предоставить ему инструкцию по совершению действий или движений для достижения удовольствия. Побудительные жанры возникают в ответ на запрос любителя о том, каким образом заниматься хобби-деятельностью, какие новые аспекты хобби любитель может попробовать, каким образом они могут принести удовольствие. Зритель стремится не только получить новую информацию о хобби, но и применить полученные навыки на практике. С этим связан тот факт, что побудительные жанры в телепередачах о хобби – это не только указания на совершение действий или движений, но и подробная, наглядная рекомендация или инструкция, которая предоставляется для её потенциального воплощения любителями. Другими словами, рекомендация – «это инструктивное разъяснение последовательности действий»⁸⁹. Отличительной особенностью побудительных жанров является их реализация в модальности долженствования. Модальность долженствования необходима для того, чтобы

⁸⁹ Карасик В. И., Бейлинсон Л. С. Речевой жанр и речевое действие // Ученые записки РГСУ. 2010. №1. С. 125

зритель смог четко выполнить указания ведущего и достичь желаемого результата.

Жанровая модель «Конкретная рекомендация по выполнению действий». В рамках этой жанровой модели побуждение осуществляется посредством 1) изложения конкретных действий в виде рекомендации, инструкции, а также 2) положительной оценки полученного результата.

Во-первых, в рамках этой жанровой модели реализуется прямой призыв к совершению действий или движений в рамках хобби-деятельности. Речевой жанр рекомендации или инструкции реализуется с помощью четкого и последовательного изложения действий или движений, которые может предпринять любитель. Инструкция содержит последовательное описание действий, направленных на освоение какой-либо техники, выбор инструмента для осуществления хобби-деятельности, его правильное использование и так далее. Во-вторых, побуждение усиливается за счет положительной оценки полученного результата. Ведущий стремится мотивировать телезрителя к выполнению рекомендаций с помощью наглядной демонстрации результатов и их оценки, содержащей указание на его положительные свойства. Приведем пример реализации жанровой модели «Конкретная рекомендация по выполнению действий» в кулинарной передаче «Вкус по карману». В кадре ведущий готовил картофельную запеканку, после этого специально для зрителя на экране повторно, но более динамично воспроизвели все этапы приготовления блюда, параллельно транслировался закадровый текст, который подробно и последовательно описывал все действия повара: *«Репчатый лук и чеснок **редко порубить и прижарить** на растительном масле / **вести** жирные сливки / и **довести** до кипения / **добавить** мускатный орех, соль / картофель **мелко нарезать** на пяточки и **вести** в теплые сливки / через три минуты **добавить** одну часть тертого сыра / **все хорошо перемешать** и **уложить** в форму для запекания / бекон **нарезать** на мелкие кусочки / картофель **посыпать** сыром / **переложить** на сито / **закрыть** все фольгой и*

*поставить в духовку на 30 минут / при температуре 180 градусов»*⁹⁰. Для того чтобы телезритель смог самостоятельно приготовить демонстрируемое в передаче блюдо, ему необходимо поэтапно записать или запомнить процесс. В ответ на этот запрос ведущий описывает свои действия минимум дважды: непосредственно во время готовки и с помощью заранее подготовленного закадрового текста. Воспроизведение заранее прописанного текста позволяет ведущему более подробно прокомментировать свои действия, еще раз повторить их последовательность. Побуждение в данном примере реализуется с помощью ряда акциональных глаголов движения. Описываемое действие как бы членит потоки событий «на динамические фрагменты»⁹¹. Модальность долженствования подчеркивает прямое побуждение телезрителя действовать согласно инструкции. Ряд обстоятельств образа действия («редко», «на кусочки», «хорошо» и др.), времени («на 30 минут»), места («на сито»), выраженных наречиями и существительными с предлогами, конкретизируют декларируемые действия, разъясняют необходимые условия выполнения рекомендаций для достижения результата. Предполагается, что впоследствии телезритель при занятиях собственной хобби-деятельностью сможет выступить в роли субъекта, совершающего описываемые действия. Далее в конце передачи, после трансляции всех рекомендаций для телезрителя, ведущий и герой передачи оценивают совместно приготовленные блюда. Оценка объектов хобби воспроизводится ведущим или героем передачи в виде отзывов, к примеру: «очень нежная, полезная», «очень вкусно, очень красиво, очень много», «праздник для живота»⁹². Субъективная экспрессивная оценка приготовленных блюд в данном случае выражена с помощью словосочетаний с наречием меры и степени «очень», а также с помощью метафоры («праздник

⁹⁰ Телепередача «Вкус по карману». Выпуск №8. URL: https://rutube.ru/video/a4ef60830d968de950828c9ff003303e/?pl_id=10476&pl_type=source (дата обращения: 03.04.2017)

⁹¹ Арутюнова Н. Д. Путь по дороге и бездорожью // Логический анализ языка. Языки динамического мира. – Дубна, 1999. С. 3

⁹² Телепередача «Вкус по карману». Выпуск №8. URL: https://rutube.ru/video/a4ef60830d968de950828c9ff003303e/?pl_id=10476&pl_type=source (дата обращения: 04.05.2017)

для живота»). Прилагательные и наречия выражают гедонистические, сенсорно-вкусовые и эстетические типы частных оценок. Выбор данных типов оценок соотносится с гедонистической природой хобби-деятельности, а также с особенностями оцениваемого объекта (в данном случае кулинарного произведения). Описание и положительная оценка полученного результата усиливает стимуляцию любителя за счет мотивации, выраженной в виде возможности получения аналогичного удовольствия при условии следования всем рекомендациям. Таким образом, положительная оценка результатов хобби-деятельности усиливает побуждение любителя к выполнению указанных действий.

Жанровая модель «Косвенный призыв к действиям с помощью положительного примера». В отличие от прямого побуждения косвенный призыв к действиям адресатов осуществляется с помощью рассказа и (или) демонстрации практически полезного и познавательного опыта любителя или специалиста соответствующей сферы. Этот любительский или профессиональный опыт может касаться взаимодействий с объектами или инструментами хобби-деятельности, занятий новыми направлениями хобби, открытий эффективных способов и приемов, облегчающих или усовершенствующих досуг участника хобби. Косвенный призыв к действию выражается в виде стремления автора передачи транслировать опыт, модель поведения, которую может воспроизвести адресат и которая поможет ему решить собственную задачу, достичь поставленных целей. К примеру, в выпуске передачи «Планета собак» ведущий рассказал телезрителям о том, как собаки породы португальская овчарка общаются с детьми. Ведущий задал вопрос одной из героинь передачи: *«Патрисия, вы не переживаете, что все-таки такие большие собаки рядом с ребенком? Сердце не ёкает?»*. Героиня передачи ответила: *«Мы очень доверяем своим собакам и вообще этой породе / Эти собаки всегда ведут себя очень спокойно рядом с детьми / они понимают*

/ кто рядом с ними»⁹³. Этот диалог инициирован ведущим в ответ на потенциальный запрос адресата о том, как взаимодействуют собаки данной породы с детьми. Ведущий учитывает возможные сомнения адресата в том, что можно оставлять крупных собак и детей, именно поэтому он задает вопросы с отрицательными частицами «не» при глаголах («не переживаете», «не екает»), использует выражающую противопоставление частицу «все-таки», подчеркивает величину собаки с помощью указательного местоимения «такие». Для того чтобы психологически сократить дистанцию в общении с героиней передачи, сделать диалог более эмоциональным, ведущий уточняет свой первый вопрос, используя разговорный экспрессивный фразеологизм («сердце не ёкает»). Собеседница ведущего также эмоционально отвечает, ее реплика усиливается дважды повторенным наречием степени «очень» в сочетании со словами «доверяем», «спокойно», семантически обозначающими состояние спокойствия. Из приведенного диалога можно сделать следующий вывод: крупные собаки (особенно) породы овчарка способны уживаться с маленькими детьми. Этот тезис наглядно подтвержден и визуальным видеорядом, в котором собака лижет лицо ребенка. Таким образом ведущий побуждает телезрителя, который намерен иметь ребенка и овчарку одновременно, последовать примеру героини передачи, перенять ее опыт.

Приведем еще один пример косвенного призыва к действию в случае возникновения определенных обстоятельств. В одном из выпусков передачи «Планета собак» ведущий Григорий Манев (профессиональный собаковод, опытный кинолог) делится собственным опытом о том, как общаться с собаками: *«Как быстро наладить взаимоотношения с собаками? / Единого рецепта для таких ситуаций нет / Я полагаюсь исключительно на свой опыт, а опыт говорит / делай, что угодно / только не в коем случае не*

⁹³ Телепередача «Планета собак». Выпуск «Португальская овчарка». URL: <https://rutube.ru/video/732cfc2a72a659a998c1da1ab0f6e2a5/> (дата обращения: 02.03.2017)

*бойся / Испугаешься / порвут как тузик грелку»*⁹⁴. В данном случае ведущий озвучивает потенциальный вопрос, который, по его мнению, мог бы задать телезритель. С помощью вопросно-ответного комплекса Григорий Манев делится собственным опытом и субъективной оценкой ситуации, что в тексте реализуется в виде использования личных местоимений («я», «свой»), а также частицы «исключительно». Косвенный призыв телезрителя к повторению заданной модели поведения в аналогичной ситуации реализован с помощью глаголов в повелительном наклонении, отражающих модальность долженствования («не бойся», «делай»). Кроме того, побудительная интенция выражена и с помощью предостережения от возможных ошибочных действий. В телепередаче это предупреждение реализовано посредством глаголов в условном наклонении, а также экспрессивно усилено с помощью разговорного фразеологизма («как тузик грелку»).

Стимулирование к приобретению предметов и услуг: реклама. Эта функциональная направленность жанра представляет собой реализацию побудительной интенции посредством «рекламной формы речи»⁹⁵, это терминологическое сочетание предложила исследователь А. А. Миронова при изучении рекламы. В России рынок услуг в области хобби и развлечений развит и до недавнего времени все время расширялся, а в Санкт-Петербурге он по-прежнему растет⁹⁶. Как отмечает З. С. Тинькова, любительские увлечения «открывают для бизнеса поистине безграничные возможности»⁹⁷. Рекламу вспомогательных товаров и услуг для занятий хобби нередко интегрируют в материалы тележурналистики хобби. Как правило, рекламодатели в передачах о

⁹⁴ Телепередача «Планета собак». Выпуск «Тайский риджбек». URL: https://russia.tv/video/show/brand_id/22145/episode_id/1085823/video_id/1099077/viewtype/picture/ (дата обращения: 04.05.2017)

⁹⁵ Миронова А. А. Жанры рекламы: к проблеме классификации // Вестник Челябинского государственного университета. 2012. № 32 (286). Филология. Искусствоведение. Вып. 71. С. 70

⁹⁶ Кац Б. Вся правда о российском рынке товаров для хобби и творчества – опыт «Леонардо» // блог «PlanetaSMI». URL: <http://planetasmi.ru/roznitsa/42574-vsya-pravda-o-rossijskom-rynke-tovarov-dlya-khobbi-i-tvorshestva-opyt-leonardo> (дата обращения: 01.05.17)

⁹⁷ Тинькова З. С. Теория и методика культурно-досуговой деятельности: курс лек. мат. – Орел, 2012. С. 40

хобби выступают в качестве спонсоров, которые финансово поддерживают программы, подходящие им по предмету освещения и по тематике. Такая реклама называется спонсорской. Например, в телепередаче о собаководстве «Планета собак» спонсором программы выступает фирма «Royal Canin», которая производит корма для кошек и собак. В выпусках телепередачи рекламируются различные виды кормов для собак, рекламные блоки интегрируются в каждый сюжет программы. Подобного рода реклама может принимать различные виды: телезрителей могут побуждать к приобретению корма как с помощью косвенного, так и с помощью прямого призыва. С этой целью используются две жанровые модели «Косвенный призыв к приобретению» и «Прямой призыв к приобретению».

Жанровая модель «Косвенный призыв к приобретению». Эта жанровая модель представлена двумя основными коммуникативными действиями или субжанрами: 1) представление товара или услуги, 2) обозначение потенциально существующей проблемы, 3) аргументирование преимуществ товара или услуги. Косвенный призыв отличается от прямого побуждения тем, что потребителю открыто не предлагают приобрести товар или услугу. К примеру, в телепередаче о хобби потребитель может узнать о товаре и его свойствах в виде советов или рекомендаций, которые ведущий дает герою передачи. В таком случае ведущий побуждает своего собеседника сделать выбор в пользу определенного товара или услуги. Во-первых, он рассказывает о какой-либо потенциально существующей проблеме, решить которую можно с помощью использования рекламируемой продукции. Во-вторых, ведущий озвучивает и при возможности демонстрирует уникальные свойства товара или услуги – качество, пользу, эффективность. В связи с этим рекламируемый товар или услуга должны быть интегрируемы в сценарий выпуска, соответствовать его тематике и предмету отображения. К примеру, в одном из выпусков передачи «Планета собак», который был посвящен греческим мастифам, одному из владельцев этой породы был подарен специальный корм: *«Никос, мы вам дарим корм «Royal Canin» для собак очень*

*крупных размеров / В его составе вещества / поддерживающие три самых слабых места таких собак / суставы / кость / а кроме того, этот корм очень правильно усваивается / и не позволяет такой большой собаке еще и толстеть»*⁹⁸. Для представления товара ведущий назвал его точное наименование и объяснил, для каких пород собак он предназначен. Далее была озвучена потенциально существующая проблема, с которой могут столкнуться представители целевой аудитории передачи и герой программы. В виде субжанра «оценка товара» в составе побудительной жанровой модели были представлены полезные свойства корма с помощью однородных сказуемых «не позволяет толстеть» и «усваивается», экспрессия которых была усилена синтаксической конструкцией «еще и» и наречным словосочетанием «очень правильно». Таким образом, косвенный призыв к покупке товара был реализован посредством квалификативных категорий модусов персуазивности, аргументативности и оценочности. Эти три категории модусов отвечают за формирование у потребителей определенного положительного и лояльного отношения к товару за счет аргументов, выраженных в виде фактов его оценки.

Жанровая модель «Прямой призыв к приобретению». В рамках этой жанровой модели осуществляется открытое побуждение к покупке товара или услуги. Как мы уже отмечали, в журналистских материалах о хобби рекламный текст тесно связан с телесюжетом, тематикой, особенностями предмета отображения. В телепередачах о хобби рекламный блок озвучивает, как правило, ведущий или герой передачи, который 1) обозначает потенциально существующую проблему 2) советует определенный товар или услугу 3) аргументирует свой выбор, оценивая и подчеркивая преимущества продукта, его эффективность и полезные свойства. При рекламировании какого-либо продукта особенно важным обстоятельством представляется наличие в рекламных блоках субъективной экспрессивной оценки, разговорных слов и конструкций для демонстрации личного отношения к товару или услуге, а

⁹⁸ Телепередача «Планета собак». Выпуск «Греческий мастиф». URL: https://www.moya-planeta.ru/video/view/planeta_sobak_grecheskij_mastif_23699/ (дата обращения: 02.02.2017)

также для сокращения коммуникативной психологической дистанции при общении с потенциальным потребителем. Приведем пример спонсорской рекламы в телепередаче «Планета собак» с прямым побуждением к приобретению в виде рекомендации: *«Нельзя не сказать и о слабых местах собак породы болгарская овчарка / это кости, суставы, сердце и пищеварение / **Надо помнить** / что регулярная профилактика поможет такой собаке оставаться здоровой долгие годы / **Помните**, что корм играет в этом важную роль / особенно в щенячем возрасте / Я рекомендовал и продолжаю рекомендовать использовать специальные корма «Роял-канин» / Они учитывают особенности развития собаки в зависимости от ее породы и размеров / Так / для болгарской овчарки подойдет «Джайнт джуниор» / В нем есть белки и пребиотики для нормального пищеварения / кальций / фосфор для суставов и костей / Питаюсь правильно / собака будет здоровой»⁹⁹.*

Проанализируем последовательность коммуникативных шагов, которые побуждают телезрителей к приобретению товара. Во-первых, ведущий указывает на существующую проблему, необходимость решения которой подчеркивается с помощью модального словосочетания «нельзя не сказать», иллокутивных типов предложений, содержащих ряд повторяющихся императивов «надо помнить», «помните». Далее ведущий Григорий Манев открыто побуждает телезрителей использовать рекламируемый корм, транслируя свое личное отношение к товару: субъективная модальность представлена однородными сказуемыми настоящего и будущего времени 1-го лица единственного числа («рекомендовал, «продолжаю рекомендовать»). Аргументы, подтверждающие пользу корма, представлены в виде относительно объективных характеристик товара, в частности, его функции выражены в виде глаголов в изъявительном наклонении «есть» и «учитывают», состав корма представлен рядом однородных подлежащих – лексем-номинаций, называющих полезные для организма собаки химические вещества. Завершается реализация

⁹⁹ Телепередача «Планета собак». Выпуск «Болгарская овчарка». URL: <https://www.youtube.com/watch?v=uAz6M0J73z4> (дата обращения: 03.04.2017)

жанровой модели, по сути, рекламным слоганом – основным прогнозом, который сбудется при определенном условии, выраженном деепричастным оборотом («питаюсь правильно»). Ведущий побуждает телезрителей поспособствовать соблюдению этого условия с помощью приобретения рекламируемого товара.

Стимулирование коррекции действий: совет. В тележурналистике хобби наряду с побуждением к активным действиям встречается побуждение к коррекции этих действий, которое выражается, как правило, в форме совета. Такой совет касается стимулирования изменений направленности действий адресата. Предполагается, что в результате этих изменений адресат может достичь наиболее удачных результатов в рамках занятий хобби. В свою очередь адресант сообщения стремится повлиять на адресата таким образом, чтобы последний прислушался к совету, убедился в его справедливости и эффективности. Как пишет исследователь А. А. Соловьева, адресант всеми силами стремится «изменить прагматическую ситуацию, создать новое положение дел»¹⁰⁰. В журналистике хобби совет, который дает адресант, как правило, основан на собственном опыте или опыте других любителей, на практике убедившихся в его справедливости.

Стимулирование коррекции действий возникает в результате предположения адресанта о том, какие потенциальные ошибочные действия может совершать адресат. Однако, отметим, что само побуждение получает эффективную реализацию только в том случае, если адресант убежден в правильности своей позиции (выражается в модальности высказывания) и уверен в том, что возможные действия адресата неверны. Кроме того, адресант должен быть готов точно указать на действия, которые необходимо исправить, предложить свой вариант их коррекции, аргументировать и изложить транслируемую позицию.

¹⁰⁰ Соловьева А. А. Речевой жанр «совет» с точки зрения его семантических характеристик (на материале современного английского языка) // Альманах современной науки и образования. №2 (21), 2009. Часть 2. С. 141

Жанровая модель «Предупреждение об ошибочных действиях». В журналистике хобби эта жанровая модель реализуется с целью побудить любителя скорректировать какие-либо действия или движения в рамках занятий хобби-деятельностью. Коррекция этих действий может привести к улучшению результата, облегчению, усовершенствованию, разнообразию занятий хобби, то есть к увеличению удовольствия, испытанного любителем. Другими словами, изменение направленности действий любителя может качественно усовершенствовать его хобби-деятельность, целью которой является удовлетворение различных потребностей и желаний любителя. Само же побуждение возникает в результате реакции на факт возможных ошибочных действий любителя при занятиях хобби-деятельностью, взаимодействиях с объектами, использовании инструментов, общении с другими любителями и так далее. К примеру, в передаче «Планета собак» такого рода побуждение реализуется с целью скорректировать действия любителя при выборе и общении с собакой, то есть с объектом хобби: *«Дорогие друзья / если вы решились завести щенка греческого молосса / то знайте / вам нужно будет отказаться от отпусков / выходных и прочих благ / Эти собаки требуют максимум внимания / максимум нагрузок / и максимум любви»*¹⁰¹. Для привлечения внимания телезрителей к предстоящему побуждению ведущий использует прием прямого обращения («друзья»). Далее в ответ на собственное предположение о возможных ошибочных действиях телезрителей ведущий стремится их скорректировать с помощью побуждения, выраженного в виде совета. В тексте совет реализуется посредством предложения с глагольным условным наклонением («если, то») и предикатом долженствования («нужно будет отказаться»). Для уточнения своей позиции ведущий заявляет о том, что объект хобби – собака – превращается в субъект, который активно предъявляет определенные условия взаимодействия с ним («собаки требуют»),

¹⁰¹ Телепередача «Планета собак». Выпуск «Греческий мастиф». URL: <https://www.youtube.com/watch?v=KyC1WoVH7UQ> (дата обращения: 02.03.2017)

ультимативность условий подчеркивается с помощью приема тоекратного повтора наречия меры и степени «максимум».

Приведем еще один пример реализации жанровой модели «Предупреждение об ошибочных действиях» в передаче «Планета собак»: *«**Говорят** / маленьких собачек можно выгуливать на подоконнике вокруг цветочного горшка / **ничего подобного!** / Малышам тоже **нужны активные прогулки**...»*. В данном случае ведущий также дает совет относительно того, как взаимодействовать, ухаживать за объектом. В собаководстве собака является главной ценностью, поэтому важным условием хобби-деятельности представляется забота о здоровье собаки. В связи с этим ведущий Григорий Манев предупреждает о возможных ошибочных действиях, которые потенциально могут совершить любители по причине неосведомленности, заблуждения. Это предупреждение может относиться как к потенциальным владельцам собак мелких пород, так и к реальным хозяевам, которые по каким-то причинам не выполняют верные, по мнению автора, действия. Итак, с точки зрения стилистики в данном текстовом фрагменте активно проявляется косвенная диалогичность. С одной стороны, представлена позиция владельцев небольших собак, которые совершают ошибочные с точки зрения ведущего действия (позиция выражена с помощью неопределенно-личного предложения в составе сложноподчиненного – «говорят»). С другой стороны, ведущий выражает категорическое несогласие с представленной позицией с помощью разговорного фразеологизма «ничего подобного», подчеркивая убежденность в своей правоте с помощью восклицательной интонации. Разъясняя собственную позицию, ведущий дает совет, важность соблюдения которого подчеркивается с помощью модальности необходимости («нужны»).

Приведем еще несколько примеров реализации этой жанровой модели. В передаче о любительской кулинарии «Вкус по карману» предупреждение об ошибочных действиях касается приготовления пищи по указанному рецепту. Таким образом, ведущий Константин Ивлев дает советы с целью

скорректировать возможные ошибочные действия любителей-кулинаров при их самостоятельном приготовлении блюд по транслируемым в передаче рецептам. К примеру: *«Нам надо сделать дырочки (у рулета – ред.) / чтобы у нас все внутри хорошо и равномерно пропекалось / чтобы не получилось так / что снаружи все пропеклось / а внутри будет сыро»*¹⁰². Ведущий предлагает определенную модель действий, которая, на его взгляд, будет наиболее эффективной в данных обстоятельствах: модальность необходимости выражена с помощью модального слова «надо». Справедливость предложенной модели он подчеркивает с помощью наречий образа действия «хорошо», «равномерно», отражающие позитивные признаки действия. Кроме того, ведущий озвучивает и возможные последствия ошибочных действий, которые могут предпринять любители. Негативная часть прогноза выражена также с помощью наречия образа действия («будет сыро»), содержащего негативную характеристику достигнутого результата.

Итак, в данной главе мы рассмотрели особенности реализации жанровых моделей с помощью разноуровневых средств языка на примере телепередач о хобби. Жанровые модели информирующих речевых жанров направлены на представление всех элементов хобби-деятельности, обоснование их выбора в качестве предметов отображения, трансляции интересных фактов и сведений. Данные стремления адресанта выражены с помощью речевых действий и средств, направленных на указание, пояснение и уточнение тех или иных сведений. Жанровые модели оценочных речевых жанров направлены на реализацию стремлений адресанта выразить одобрение по отношению к каждому элементу хобби-деятельности с целью привлечь внимание целевой аудитории любителей, заслужить их расположение и доверие. Данные жанровые модели реализованы посредством предъявления эмоций и впечатлений, выраженных с помощью средств субъективной модальности.

¹⁰² Телепередача «Вкус по карману». Выпуск №6. URL: https://rutube.ru/video/19faa3b3c0b7100e9cdbc9f5a1b500b1/?pl_type=source&pl_id=10476 (дата обращения: 03.04.2017)

Жанровые модели побудительных речевых жанров реализуют прямой или косвенный призыв адресата к действиям или движениям в рамках хобби-деятельности, а также служат целям рекламирования соответствующих товаров и услуг. Предписания, транслируемые в телепередачах о хобби, выражены с помощью модальности долженствования, необходимости, а также с помощью изложения или описания действий увлеченного любителя.

Побуждение к совершению каких-либо действий, движений или к их коррекции в рамках хобби-деятельности выражено с помощью средств, реализующих категории модальности долженствования, необходимости, которые представлены с помощью глаголов в повелительном наклонении, модальных слов и словосочетаний. Для привлечения внимания активно используются обращения, трансляция личного мнения с помощью оценочных слов и словосочетаний.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В данной работе были рассмотрены стилистико-речевые особенности тележурналистики хобби в аспекте речевых жанров как речевых процедур досуговой деятельности и специфики их реализации посредством разноуровневых речевых средств. В результате предпринятого исследования мы пришли к следующим выводам:

1. Предмет отображения в тележурналистике – хобби – это особый способ досугового времяпрепровождения, который обладает рядом специфических признаков, отличающих его от остальных занятий на досуге. К этим признакам мы отнесли: регулярность (периодичность), добровольный выбор, получение удовольствия и наличие действия или движения. Эти черты отразились как на функционировании самой хобби-деятельности, так и на функциях тележурналистики хобби. Мы установили, что хобби-деятельность имеет структуру, которая состоит из нескольких элементов: участники (любители), объект (предметное воплощение усилий и устремлений любителя) и инструменты (вспомогательные средства), а также условия ее осуществления (окружающая среда). Каждый элемент хобби-деятельности находит свое отражение в тележурналистике хобби.

2. В данной работе были исследованы отличительные особенности тележурналистики хобби как подсистемы журналистики сферы досуга. Мы установили, что телевизионные журналистские материалы о хобби являются специализированными и направлены на удовлетворение информационных запросов целевой аудитории любителей или потенциальных участников хобби-деятельности. Кроме того, в данном исследовании была предпринята попытка выявить среди ключевых функций телевизионной журналистики, выделяемых исследователями, наиболее актуальные для тележурналистики хобби. К таким функциям мы отнесли: рекреативную, образовательную, культурно-просветительскую, интегративную. Перечисленные функции, учитывающие

предмет отображения, способствуют расслаблению и развлечению, просвещению и обучению, а также объединению любительского сообщества в результате просмотра телевизионных журналистских материалов о хобби

3. В исследовании нами были сопоставлены два направления тележурналистики хобби, выделяемых исследователями, с доминирующими интенциями в рамках интенционально-стилистического подхода. В результате проведенного сопоставления мы пришли к заключению, что, во-первых, в телевизионных журналистских материалах о хобби первого направления, в рамках которых происходит информирование о хобби-деятельности в целом, доминирующей является фактуальная интенция, реализуемая с помощью группы информирующих речевых жанров. Во-вторых, в телевизионных журналистских материалах о хобби первого направления, в рамках которых происходит демонстрация опыта увлеченного любителя, доминирующей является побудительная интенция, реализуемая с помощью группы побудительных речевых жанров.

4. В работе были выявлены экстралингвистические предпосылки формирования специфических стилистико-речевых особенностей тележурналистики хобби. К таким экстралингвистическим факторам мы относим: профессиональную интенциональную направленность журналистских текстов в целом, социально-ролевые характеристики тележурналистики хобби, конкретизирующие эту область журналистики, а также запросы целевой аудитории любителей. Взаимодействие этих факторов повлияло на особенности реализации речевых жанров в тележурналистике хобби.

5. Установлены ключевые жанровые модели, свойственные тележурналистике хобби, а также специфика их направленности в рамках трех групп речевых жанров: информирующих, оценочных и побудительных. В тележурналистике хобби информирующие и оценочные речевые жанры направлены на информирование и оценивание элементов хобби-деятельности. В рамках этих групп жанров адресант стремится представить элементы хобби-деятельности, сообщить о них новые факты и сведения, а также транслировать

субъективную положительную оценку конкретного любительского увлечения. В рамках побудительных жанров адресант стремится дать конкретные предписания – советы, рекомендации, инструкции – по осуществлению тех или иных действий в рамках хобби-деятельности.

6. В данной работе мы изучили особенности жанровых моделей тележурналистики хобби на примере специализированных любительских передач о собаководстве «Планета собак» и о кулинарии «Вкус по карману», являющихся макрожанрами. Было обнаружено, что речевые действия, участвующие в реализации жанровых моделей, организуются с помощью средств лексического, синтаксического и морфологического уровней языка. Жанровые модели информирующих жанров на лексическом уровне представлены с помощью отдельных единиц и целых семантических полей, которые отражают номинативные значения элементов хобби-деятельности, для их характеристики используются логико-понятийные средства выразительности – цифровая информация, количественные данные, совершаемые действия активно описываются с помощью ряда акциональных глаголов. В рамках жанровых моделей оценочных жанров элементы хобби представлены с помощью различных оценочных номинаций, имеющих исключительно положительную окраску: наиболее часто встречаются сравнения и метафоры, эпитеты, а также обращения, экспрессивная и оценочная лексика, вопросно-ответное повествование. Различные типы частных оценок (особенно психологические, сенсорные и теологические) представлены с помощью оценочных прилагательных, наречий и существительных. Жанровые модели побудительных жанров выражены с помощью средств, реализующих категории модальности долженствования, необходимости, которые представлены с помощью глаголов в повелительном наклонении, модальных слов и словосочетаний.

ЛИТЕРАТУРА

1. Акимова Л. А. Социология досуга.: учеб. пособие. – М: МГУКИ, 2003. 124 с.
2. Антонова Л. Ю. Хобби как средство культурной интеграции молодежи // Вестник БГУ. 2012. №6. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/hobbi-kak-sredstvo-kulturnoy-integratsii-molodezhi> (дата обращения: 28.03.2017).
3. Арутюнова Н. Д. Аксиология в механизмах жизни и языка / Н. Д. Арутюнова // Проблемы структурной лингвистики. – М.: Наука, 1984. С. 5 – 23.
4. Арутюнова Н. Д. Путь по дороге и бездорожью // Логический анализ языка. Языки динамического мира. – Дубна, 1999. С. 3 – 17.
4. Бахтин М. М. Проблема речевых жанров: собр. соч. Т. 5. – М.: Русские словари, 1996. 732 с.
5. Бахтин М. М. Проблемы творчества Достоевского // Бахтин М.М. Собр. соч.: В 7 т. – М.: Русские словари, 2000. Т. 2. С. 7 – 300.
6. Блохин И. Н. Характеристики аудитории СМИ сферы досуга // Медиа. Демократия. Рынок. Часть 2. Функционирование средств массовой информации в сфере досуга: мат. меж. науч.-практ. конф. – СПб.: Астерион, 2010. С. 19 – 24.
7. Борев Ю. Б. Эстетика. – М.: Издательство политической литературы, 1988. 399 с.
8. Верещагина И. М. Социально-культурная поддержка хобби как личностной любительской инициативы: автореф. дис. канд. пед. наук. – Кемерово, 2008. 24 с.
9. Виноградов В. В. Итоги обсуждения вопросов стилистики // Вопросы языкознания. №1, 1955. С. 60 – 87.
10. Голь Н. М. Занимательный этимологический словарь. 2007. URL: http://etymology_gol.academic.ru/331 (дата обращения: 18.12.15).
11. Горелов И. Н., Седов К. Ф. Основы психолингвистики: учебное пособие. – М.: Лабиринт, 1997. 224 с.

12. Дускаева Л. Р. Диалогическая природа газетных речевых жанров / Под ред. М. Н. Кожинной. – СПб: филол. факультет СПбГУ, 2012. URL: http://medialing.spbu.ru/upload/files/file_1394529248_3919.pdf (дата обращения: 03.02.2017).
13. Дускаева Л. Р. Журналистский дискурс в аспекте речевых жанров // Жанры речи. 2014. №1 – 2. С. 50 – 57. URL: <http://zhanry-rechi.sgu.ru/sites/default/files/duskajeva.pdf> (дата обращения: 04.04.2017).
14. Дускаева Л. Р. О жанровых текстовых категориях // Жанры речи. 2016. №2. С. 25 – 32. URL: <http://zhanry-rechi.sgu.ru/sites/default/files/2.pdf> (дата обращения: 04.04.2017).
15. Есин Б. И. Русская газета и газетное дело в России. М., 1981. 132 с.
16. Журналистика сферы досуга: учеб. пособие / под общ. ред. Л. Р. Дускаевой, Н. С. Цветовой. – СПб: Высш. школа журн. и мас. коммуникаций, 2012. 304 с.
17. Ильин Е. П. Эмоции и чувства. – СПб: Питер, 2001. 752 с.
18. Кайуа Р. Игры и люди; Статьи и эссе по социологии культуры / Роже Кайуа // Сост., пер. с фр. С. Н. Зенкина. – М.: ОГИ, 2007. 304 с.
19. Карасик В. И., Бейлинсон Л. С. Речевой жанр и речевое действие // Ученые записки РГСУ. 2010. №1. С. 123 – 126.
20. Кац Б. Вся правда о российском рынке товаров для хобби и творчества – опыт «Леонардо» // блог «PlanetaSMI». URL: <http://planetasmi.ru/roznitsa/42574-vsya-pravda-o-rossijskom-rynke-tovarov-dlya-khobbi-i-tvorshestva-opyt-leonardo> (дата обращения: 01.05.17)
21. Кожина М. Н. Речевой жанр и речевой акт (некоторые аспекты проблемы) / М. Н. Кожина // Жанры речи. – Саратов: Колледж, 1999. С. 52 – 61.
22. Корконосенко С. Г. Основы журналистики: Учебник для вузов. – М.: «Аспект Пресс», 2001. 287 с.
23. Кох-Костерзитц М. Четыреста советов любителю собак / Перевод с нем. Л. М. Глотова. – М.: Мир, 1991. 256 с.

24. Кройчик Л. Е. Система журналистских жанров // Основы творческой деятельности журналиста / под ред. С. Г. Корконосенко. – СПб, 2000. С. 125 – 168.
25. Кузнецов Г. В., Цвик В. Л., Юровский А. Я. Телевизионная журналистика: учебник, 4-е издание. – М.: Высшая школа, 2002. 254 с.
26. Ларина Е. Г. Телевизионный дискурс и его жанровое разнообразие // Вестник Волгоградского государственного университета. №5, 2006. С. 166 – 168.
27. Личко А. Е. Психопатии и акцентуации характера у подростков. – 2-е изд. – Л.: Медицина, 1983. 256 с.
28. Люшер М. Сигналы личности: ролевые игры и их мотивы. – Воронеж: НПО «МОДЭК», 1993. 160 с.
29. Лутовинова О. В. Лингвокультурологические характеристики виртуального дискурса: монография. – Волгоград: Изд-во ВГПУ «Перемена», 2009. 477 с.
30. Миронова А. А. Жанры рекламы: к проблеме классификации // Вестник Челябинского государственного университета. 2012. № 32 (286). Филология. Искусствоведение. Вып. 71. С. 67 – 72.
23. Мискевич А. Б. Человек в свободное время. – Минск: Наука и техника, 1989. 56 с.
31. Николаев М. Н. Журналистика хобби: коммуникативные стратегии и тактики: дис. магистра жур. – СПб, 2013. 103 с.
32. Николаев М. Н. Формирование журналистики хобби как нового направления досуговой журналистики. URL: http://conf.msu.ru/archive/Lomonosov_2012/1758/45097_4fae.pdf (дата обращения: 18.12.15)
33. Ожегов С. И., Шведова Н. Ю. Толковый словарь Ожегова. 1949-1992. URL: <http://dic.academic.ru/dic.nsf/ogegova/261374> (дата обращения: 18.12.15)
34. Почкай Е. П. Потребительская тележурналистика // Журналистика сферы досуга: учеб. пособие / под общ. ред. Л. Р. Дускаевой, Н. С. Цветовой. – СПб: Высш. школа журн. и мас. коммуникаций, 2012. С. 188 – 195.

35. Почкай Е.П. Вторая жизнь человека на телеэкране (журналистика хобби) // Век информации. Журналистика XXI века: поиски теоретического обоснования: матер. конференции междунар. научно-культурного форума «Дни философии в Санкт-Петербурге-2015». № 1 / ред.-сост. И. Н. Блохин, С. Г. Корконосенко. – СПб: С.Петербург. гос. ун-т; Высш. шк. журн. и мас. коммуникаций, 2016. С. 219 – 229.
36. Прохоров Е. П. Введение в теорию журналистики: учебник. – М.: Аспект Пресс, 2009. 351 с.
37. Происхождение термина «хобби». URL: https://medaboutme.ru/obraz-zhizni/publikacii/stati/hobbi/#tayny-etimologii-slova-khobbi?utm_source=copypaste&utm_medium=referral&utm_campaign=copypaste (дата обращения: 03.04.2017)
38. Риторические основы журналистики: работа над жанрами газ.: учеб. пособие / З. С. Смелкова, Л. В. Ассуирова, М. Р. Савова, О. А. Сальникова. – М.: Флинта: Наука, 2006. 320 с.
39. Салимовский В. А. Жанры речи в функционально-стилистическом освещении. – Пермь: Издательство Пермского университета, 2002. URL: http://medialing.spbu.ru/upload/files/file_1394527445_9556.pdf (дата обращения: 02.02.2017)
40. Соловьева А. А. Речевой жанр «совет» с точки зрения его семантических характеристик (на материале современного английского языка) // Альманах современной науки и образования. №2 (21), 2009. Часть 2. С. 141 – 143.
41. Сороко А. В. К вопросу о коммуникативной стратегии и речевом акте одобрения // Известия Южного федерального университета. Филологические науки. №1, 2013. С. 60 – 70.
42. Стеббинс Р. А. Свободное время: к оптимальному стилю досуга (взгляд из Канады) / Р. А. Стеббинс // Социологический журнал, 2000. – № 7. С. 64 – 72.
43. Стилистика и литературное редактирование: учебник для академ. бакалавриата // Под ред. Л. Р. Дускаевой. – Т. 1. – М.: Издательство Юрайт, 2016. – 325 с.

44. Стрельцов Ю. А. Культурология досуга: учебное пособие. – М.: МГУКИ, 2002. 184 с.
45. Строителей М. Н. Троллинг как разновидность провокационного речевого поведения (на материалах англоязычных IRC-чатов) // Электронное научное издание «Ученые заметки ТОГУ», 2013. Том 4, № 4. С. 663 – 668. URL: http://pnu.edu.ru/media/ejournal/articles-2013/TGU_4_141.pdf (дата обращения: 03.04.2017)
46. Телевизионная журналистика / под ред. Г. В. Кузнецова, В. Л. Цвика, А.Я. Юровского. – М.: Издательство Московского университета: «Высшая школа», 2002. URL: <http://evartist.narod.ru/text6/23.htm> (дата обращения: 03.03.2017)
47. Тертычный А. А. Аналитическая журналистика: познавательно-психологический подход. – М., 1996. 255 с.
48. Тинькова З. С. Теория и методика культурно-досуговой деятельности: курс лек. мат. – Орел, 2012. 150 с.
49. Философия: Энциклопедический словарь / Под ред. А.А. Ивина. – М.: Гардарики, 2004. URL: <http://ariom.ru/wiki/FJeS/> (дата обращения: 03.03.2017).
50. Фрейд З. Положение о двух принципах психической деятельности // Основные психологические теории в психоанализе. Очерк истории психоанализа. – СПб: Алетейя, 1998. С. 99 – 108.
51. Хобби для мужчин / Сост. Н. Дубенюк. – М.: Эксмо, 2008. 192 с.
52. Шароградский В. И. О соотношении понятий «досуг» и «досуговая журналистика» // Досуговая журналистика в России: мат. межвуз. науч.-практ. конф. – СПб.: Астерион, 2009. С. 34 – 38.
53. Unruh D. R. Characteristics and Types of Participation in Social Worlds // Symbolic Interaction, 1979. – № 2. С. 115 – 130.

Эмпирические материалы:

1. Официальная группа телепередачи «Планета собак» в социальной сети «ВКонтакте». URL: https://vk.com/planeta_sobak (дата обращения: 02.03.2017)

2. Телепередача «Планета собак». Выпуск «Финские лайкообразные собаки». URL: <https://tv.rambler.ru/peredacha-tv-planeta-sobak/planeta-sobak-finskie-laykoobraznye-sobaki/> (дата обращения: 04.03.2017)
3. Телепередача «Планета собак». Выпуск «Собаки города Рибэ». URL: https://russia.tv/video/show/brand_id/22145/episode_id/1200266/video_id/1176726/ (дата обращения: 03.03.2017)
4. Телепередача «Планета собак». Выпуск «Финская и болгарская гончие». URL: https://russia.tv/video/show/brand_id/22145/episode_id/1222163/video_id/1209664/ (дата обращения: 02.04.2017)
5. Телепередача «Планета собак». Выпуск «Болгарская овчарка». URL: https://russia.tv/video/show/brand_id/22145/episode_id/1222163/video_id/1209664/ (дата обращения: 04.04.2017)
6. Телепередача «Планета собак». Выпуск «Левретка». URL: https://russia.tv/video/show/brand_id/22145/episode_id/1085799/video_id/1101161/ (дата обращения: 02.03.2017)
7. Телепередача «Планета собак». Выпуск «Гонка на собачьих упряжках. Часть 3». URL: https://www.moya-planeta.ru/manev/view/grigorij_manev_na_gonke_beringiyachast_1_10321/ (дата обращения: 03.03.2017)
8. Телепередача «Планета собак». Выпуск «Португальская овчарка». URL: <https://rutube.ru/video/732cfc2a72a659a998c1da1ab0f6e2a5/> (дата обращения: 02.03.2017)
9. Телепередача «Планета собак». Выпуск «Греческий мастиф». URL: https://www.moya-planeta.ru/video/view/planeta_sobak_grecheskij_mastif_23699/ (дата обращения: 02.02.2017)
10. Телепередача «Вкус по карману». Выпуск №2. URL: https://rutube.ru/video/79c55e856b98c21dd08e573429bfa7c8/?pl_id=10476&pl_type=source (дата обращения: 03.03.2017)

11. Телепередача «Вкус по карману». Выпуск №3. URL: https://rutube.ru/video/bc4daf0eb31214c73472f46841a4e37d/?pl_id=10476&pl_type=source (дата обращения: 03.03.2017)
12. Телепередача «Вкус по карману». Выпуск №9. URL: https://rutube.ru/video/7ce1ec8f5fd7cc26b7b431423d0cd20a/?pl_id=10476&pl_type=source (дата обращения: 02.03.2017)
13. Телепередача «Вкус по карману». Выпуск №5. URL: https://rutube.ru/video/5b328f258d33cf5b19d01906b2f6c6c6/?pl_id=10476&pl_type=source (дата обращения: 02.03.2017)
14. Телепередача «Вкус по карману». Выпуск №8. URL: https://rutube.ru/video/a4ef60830d968de950828c9ff003303e/?pl_id=10476&pl_type=source (дата обращения: 03.04.2017)
15. Телепередача «Вкус по карману». Выпуск №6. URL: https://rutube.ru/video/19faa3b3c0b7100e9cdbc9f5a1b500b1/?pl_type=source&pl_id=10476 (дата обращения: 03.04.2017)