

Кравченко Юлия Дмитриевна, Абросимова Екатерина Алексеевна

ЭТНИЧЕСКИЕ СМИ В СТРУКТУРЕ СОВРЕМЕННОЙ РЕГИОНАЛЬНОЙ ЖУРНАЛИСТИКИ (К ПОСТАНОВКЕ ПРОБЛЕМЫ)

Статья посвящена феномену этнических СМИ, находящихся после распада СССР и до настоящего времени в состоянии кризиса. На основе анализа существующих работ выделяются проблемы, которые препятствуют выполнению национальными медиа их основных функций. Этнические СМИ представлены как важнейшее средство создания и поддержания национальной идентичности народов, проживающих на территории Омской области. Рассматриваются основные исследования по этнической журналистике, делается вывод о недостаточной освещенности данного явления в общефилологических и лингвистических трудах. Намечаются основные пути изучения этнических СМИ Омского региона.

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/2/2017/7-3/10.html

Источник

Филологические науки. Вопросы теории и практики

Тамбов: Грамота, 2017. № 7(73): в 3-х ч. Ч. 3. С. 41-45. ISSN 1997-2911.

Адрес журнала: www.gramota.net/editions/2.html

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/2/2017/7-3/

© Издательство "Грамота"

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: www.gramota.net
Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: phil@gramota.net

УДК 81-13,070.19

Статья посвящена феномену этнических СМИ, находящихся после распада СССР и до настоящего времени в состоянии кризиса. На основе анализа существующих работ выделяются проблемы, которые препятствуют выполнению национальными медиа их основных функций. Этнические СМИ представлены как важнейшее средство создания и поддержания национальной идентичности народов, проживающих на территории Омской области. Рассматриваются основные исследования по этнической журналистике, делается вывод о недостаточной освещенности данного явления в общепилологических и лингвистических трудах. Намечаются основные пути изучения этнических СМИ Омского региона.

Ключевые слова и фразы: этнические СМИ; региональная журналистика; национальная идентичность; журналистика национальных меньшинств Омской области; проблемы этнических медиа Омской области; комплексный анализ этнических СМИ.

Кравченко Юлия Дмитриевна, к. филол. н., доцент
Абросимова Екатерина Алексеевна, к. филол. н., доцент
Омский государственный университет имени Ф. М. Достоевского
jdkovalenko@rambler.ru; abrosimova@inbox.ru

ЭТНИЧЕСКИЕ СМИ В СТРУКТУРЕ СОВРЕМЕННОЙ РЕГИОНАЛЬНОЙ ЖУРНАЛИСТИКИ (К ПОСТАНОВКЕ ПРОБЛЕМЫ)

В современных гуманитарных исследованиях все чаще ставится вопрос о парадоксальной ситуации, сложившейся в мире: наряду с мощными процессами глобализации идут «параллельные и противоположно направленные процессы обострения национальных чувств... возрастает значение категории национальной идентичности» [11, с. 198].

Идентичность российской гражданской нации – это, с одной стороны, чувство принадлежности к Российскому государству, народу, это наши символы, ценности, достижения, язык и культура; с другой стороны, это представление об этническом разнообразии, составляющем единую российскую нацию, это многообразие и богатство языков и культур самых разных народов, живущих на территории Российской Федерации [9, с. 6-11].

Исследователи отмечают, что распад СССР вызвал «усиление этнической доминанты в общественной жизни России» [10, с. 93] и способствовал развитию национальных (этнических) СМИ, играющих важнейшую роль в укреплении национальной идентичности: «Придать своей идентичности более сильное выражение в информационную эпоху можно скорее посредством медиаканалов. Поэтому вопрос о прессе национальных меньшинств является таким же ключевым вопросом национальной политики государства, как и вопрос территориальности той или иной этничности» [7, с. 120]. С. Г. Корконосенко приводит данные об усилении влияния СМИ для этнических меньшинств, представители которых стремятся сохранить родственную им культурную среду с помощью медиа [12, с. 319].

Таким образом, сегодня важнейшей задачей современных СМИ становится «позитивная мобилизация этнокультурного взаимодействия, нацеленная на формирование толерантного сознания, обеспечение социальной консолидации, межнациональной и межконфессиональной стабильности – как на внутригосударственном, так и на глобальном уровнях» [9, с. 11].

Вместе с тем по сравнению с общероссийскими медиа СМИ национальных меньшинств гораздо реже становятся предметом научных исследований [25].

В первую очередь, возникает необходимость уточнить ключевое понятие «журналистика национальных меньшинств», отличительной чертой которой является концентрация информационного внимания средств массовой информации на темах этнической идентичности, разных сторонах жизни этнокультурных общностей [4].

Помимо названных терминов, эту проблематику отражает целый ряд иных понятий, зафиксированных теоретиками журналистики, таких как «этническая журналистика», «журналистика народов России», «иноэтническая», «региональная», «национальная», «периферийная», «провинциальная», «местная» журналистика.

Как отмечает Р. Л. Исхаков, на уровне первичной интуиции научным сообществом уже принят термин «этническая журналистика»: «Понятие *этническое*, родившись на водоразделе “свой – чужой”, уже носит в себе представления и о *своей* журналистике, и об *иной* (чужой) журналистике» [10, с. 94]. На современном этапе развития общества и СМИ феномен этнической журналистики переходит в новое качество, которое отдельные исследователи называют «национально ориентированной прессой» [Там же, с. 97].

Ф. А. Аракелян в своей работе обосновывает понятие «иноэтническая пресса» и выделяет 3 признака: 1) пресса титульных этносов, имеющих формы национально-территориальной автономии; 2) пресса коренных этносов, имеющих этнические территории и этнические границы; 3) пресса диаспор: а) представителей народов России, проживающих в среде иного титульного этноса; б) представителей других стран [1, с. 3-4]. Как видим, в первых двух случаях пресса по своей специфике приближается к понятию «региональная пресса». Что же касается еще одного термина – «СМИ диаспор», то зачастую его объединяют с понятиями «этническая группа», «этническая общность» и др., однако последние явно шире по своему объему.

Е. С. Гибова в своей статье [5] рассматривает различные подходы к определению понятия «этнические медиа» и делает обзор научной литературы, посвященной данной проблематике. В результате анализа автор приходит к следующим выводам. Термин «этнические медиа» применяется широко, хотя и является дискуссионным. В научных представлениях фрагментарно представлено понимание СМИ, принадлежащих малым местным этническим сообществам, которое репрезентирует концепцию «коммунальных медиа» как альтернативу «доминантным медиа» [Там же, с. 324]. Характерными особенностями этнических СМИ являются их тематическая направленность, билингвистичность, тесная взаимосвязь с аудиторией [Там же, с. 327].

Учитывая объективно выделенные черты этнических СМИ, возникает необходимость отделить это понятие от понятия «региональные СМИ», «региональная журналистика». (Здесь отметим, что в рамках статьи мы рассматриваем понятия «массмедиа», «СМИ» и «журналистика» как синонимичные, поскольку делаем акцент на иную проблему; при этом согласны с мнением ряда специалистов о необходимости различать их с учетом новейших социальных и научных изменений. Аналитический обзор дискуссий по этому вопросу подробнее см. в публикации Л. Г. Свитич [21].)

Как отмечает Р. П. Овсепян, региональная журналистика является подсистемой российских СМИ и «располагает своей сферой распространения, определенным сочетанием административно-территориального, демографического и национального факторов; возможностью непосредственного включения в социальные процессы, происходящие в данной территориальной общности» [16]. В отличие от общенациональных (т.е. федеральных, или так называемых центральных) СМИ, региональная журналистика «обслуживает информационные потребности той читательской аудитории, которая ограничивается пределами данной части страны, а не всей ее аудитории» [Там же].

Таким образом, при наличии общих признаков понятия «этнические СМИ» и «региональные СМИ» имеют разный объем, а вместе с понятием «общероссийские СМИ» логически соотносятся по принципу матрешки: общероссийские СМИ включают в себя региональные СМИ, которые, в свою очередь, включают СМИ национальных меньшинств (последние же могут включать «СМИ диаспор»).

В рамках нашего анализа особый интерес представляют этнические СМИ, существующие в Сибирском регионе – на территории г. Омска и Омской области.

«История Сибири есть история не только колоссальных ее пространств и их освоения, но и всего разноязычного и разнокультурного множества племен и народов, ее населяющих. Это значительная часть всемирной истории» [17, с. 16]. По этническому составу Омская область – один из ярких и самобытных субъектов Российской Федерации. По данным Всероссийской переписи населения 2010 года, на территории Омского Прииртышья проживают представители более 120 этносов. Наиболее многочисленными из них являются 12 этносов (по убыванию численности): русские, казахи, украинцы, немцы, татары, армяне, белорусы, азербайджанцы, чуваша, узбеки, поляки, эстонцы [9, с. 28]. На территории г. Омска и Омской области, по данным Управления Министерства юстиции РФ по Омской области, зарегистрировано более 70 национальных общественных объединений [Там же, с. 57].

В условиях многонациональности, в которых находится наша страна в целом и Омская область в частности, национальные СМИ должны способствовать сохранению языка, культурных, образовательных, религиозных традиций, осуществлять «организацию диалога, расширяющего зону взаимного признания», являться «ответом на потребность в коммуникациях, формирующих взаимодействие и взаимопонимание» [4]. Однако, как показывают исследования, национальные СМИ к настоящему времени находятся в весьма сложной ситуации, по сути, препятствующей выполнению этой миссии.

Так, Ю. М. Ершов, анализируя медиа Сибирского региона, отмечает следующие проблемы национальных СМИ: мизерная доля вещания на «родном» языке в национальных республиках; отсутствие системы подготовки журналистов из коренного населения на местах (небольшая доля представителей национальных республик учится на русскоязычных факультетах и отделениях журналистики сибирских вузов, где в последние годы сокращается плановый набор); финансовые проблемы; отрицательная динамика языковой ситуации, когда многие жители республик, особенно в крупных городах, утрачивают владение родным языком [7, с. 124].

В публикации А. Г. Бекбаевой [2] рассмотрены казахские периодические издания, издаваемые в Омском регионе с перестроечного периода до настоящего времени. Анализ показал, что большинство газет при явной востребованности среди населения выдерживали лишь первые выпуски и прекращали свое существование уже через несколько месяцев после возникновения. Автор называет такие причины малой жизнеспособности изданий, как «отсутствие согласованности между “верхним” и “нижним” кабинетом», т.е. творческим коллективом и спонсорами; нехватка средств, издательского оборудования, журналистских кадров; разрушение сложившейся в советское время системы распространения печати [Там же, с. 52].

А. М. Гасанов, исследуя СМИ национальных диаспор, отмечает архаичность форм работы редакций, неэффективность менеджмента, отсутствие продуманных маркетинговых стратегий, недостаточное использование мультимедийных проектов [4].

Существующие обзоры демонстрируют также определенную односторонность тематического наполнения этнических СМИ. В большинстве работ отмечались материалы о праздниках, религиозных традициях, проблемах, связанных с миграцией, тогда как многие актуальные темы остаются без освещения.

Так, в сборнике материалов «Информационное обеспечение государственной национальной политики» [9] авторы провели в 2016 г. – в год 300-летнего юбилея г. Омска – мониторинг омских региональных СМИ по вопросам межнациональных отношений и сформулировали ряд выводов. Исследователи отметили тематическое

разнообразие материалов СМИ, но вместе с тем выявили их диспропорцию, характеризующую явное преобладание публикаций о международном сотрудничестве, праздниках и проблеме миграций. В целом материалов по вопросам межнациональных отношений и национальной культуры публикуется мало, регулярно их освещают лишь отдельные СМИ – телекомпании и информагентства. Кроме того, как проблему отметили недостаточное владение журналистами соответствующей терминологией и, как следствие, проявление их некомпетентности в представляемых материалах [Там же, с. 14-22].

Примечательно, что исследователи национальных СМИ за рубежом нередко отмечают такие же проблемы, например незначительный удельный вес воспитательно-образовательных программ, однообразие заголовков к материалам и телесюжетам [6].

Подобная тематическая однобокость, по-видимому, порождает интолерантные национальные стереотипы. Так, в статье А. С. Сарсамбековой [20] приведены выводы контент-анализа периодической печати г. Омска и Омской области на предмет выявления этнических стереотипов и идеологем, используемых журналистами при передаче этнически окрашенной информации, связанной с «казахским вопросом». В результате исследования было выявлено, что и стереотипы, и идеологемы являются по содержанию нейтральными, толерантными и интолерантными. Наличие интолерантности, по мнению автора, можно объяснить отсутствием информации о положении дел в Казахстане: «Несмотря на то, что Омская область является приграничной с Казахстаном, омичи не знают о реальной ситуации в республике. В связи с этим необходимо наладить трансляцию хотя бы одного казахстанского телеканала, чтобы люди имели представление о том, “как живут соседи”» [Там же, с. 39].

Сегодня эксперты из общественных организаций, органов власти и СМИ г. Омска и Омской области говорят о том, что «в основе информационного обеспечения реализации государственной национальной политики должен стоять принцип формирования и внедрения в общественное сознание образа региона как успешной модели комфортного проживания народов России, территории межнационального согласия и межконфессионального взаимодействия» [15]. В связи с этим предлагается использовать меры общественного контроля в целях недопущения публикаций, направленных на разжигание межнациональной (межэтнической) или межконфессиональной ненависти, пропаганду идей экстремизма. Предлагается также сформировать пул журналистов в печатных и электронных СМИ, которые бы специализировались на данной тематике, готовили бы тематические программы и рубрики на телевидении, радио и в газетах [Там же].

Исследователи называют и другие возможные пути развития национальных СМИ, способы повышения их жизнеспособности.

Так, А. М. Гасанов [4] пишет о необходимости уточнения концепций газет и программ кабельного телевидения, перехода от архаичных форм работы редакций к более прогрессивным методам, на основе которых можно создавать новые модели СМИ.

По мнению Ю. М. Ершова, должны быть приняты такие меры, как привлечение переводчиков и титрование иноязычных программ, разработка моделей телевидения, транслирующего не только факты, мнения и знания, но и национальные образы мира; междисциплинарные исследования телевидения как культурной фабрики нации и мастерской национальной идентичности [7, с. 128].

Г. Ф. Хасанова и Р. С. Валиев, анализируя федеральный государственный образовательный стандарт высшего профессионального образования по направлению подготовки 031300 «Журналистика» (квалификация (степень) «бакалавр»), отмечают включенные в него общекультурные компетенции, связанные с толерантностью, и предлагают конкретные практические решения по обучению будущих журналистов, которые должны получить представления о способах передачи этничности через структурные элементы текста [25].

Итак, проблемы, с которыми сталкиваются национальные СМИ, следующие.

Тематика СМИ сводится в основном к национальной культуре, поэтому преимущественно «современные печатные издания национальных меньшинств имеют комплементарный культурно-просветительский характер, и размещенным материалам не хватает проблемности в подаче информации» [5, с. 326]. Журналистский консерватизм, стереотипность в работе с информацией, а также отсутствие достаточного финансирования не позволяют расширить круг рассматриваемых вопросов [8; 24].

Что касается экономической составляющей, СМИ национальных меньшинств зачастую вынуждены руководствоваться коммерческими интересами. Говоря, к примеру, о региональном телевидении, ряд экспертов считает, что «нынешняя концепция цифровизации никак не учитывает интересы частных региональных компаний. Реализация этой концепции приведет к исчезновению негосударственного регионального ТВ, и это нанесет существенный удар по развитию современного демократического процесса в России, становлению гражданского общества и развитию общественных институтов...» [Цит. по: 18, с. 61].

Другая проблема этнических СМИ связана с процессом языкового взаимодействия в билингвистических изданиях, который помимо положительного эффекта имеет и отрицательный. Положительное заключается в том, что читатели получают возможность ознакомиться с особенностями иной культуры, овладеть двумя языками. Обратная же сторона таких изданий состоит в том, что «в читательской аудитории при поверхностном знакомстве с чужим языком происходит размывание языковых норм» [5, с. 326]. Частая же нехватка профессионализма журналистов национальных СМИ не позволяет решить этот вопрос.

Еще одна острая проблема не только этнических, но и региональных СМИ в целом – это проблема журналистских кадров. По статистическим данным экспертов из различных регионов РФ, далеко не все журналисты муниципальных изданий имеют профильное (журналистское, филологическое) образование, часть

журналистов областных изданий вообще не имеют высшего образования [18; 22; 24]. Исследователи видят причину такой ситуации в отсутствии продуманной экономической и кадровой политики в данной сфере.

В завершение отметим необходимость системного изучения этнических медиа г. Омска и Омской области. Такой подход должен включать комплексный анализ этнических СМИ, поскольку не вызывает сомнений тот факт, что национальные СМИ крайне востребованы населением, однако в настоящее время большинство из них не в состоянии выполнять свои задачи.

В разработке проблематики СМИ национальных меньшинств исследователи выделяют преимущественно исторические, культурологические, общественно-политические аспекты. При этом можно констатировать недостаточную изученность феномена национальных СМИ в рамках филологии.

К настоящему времени практически нет общефилологических и лингвистических работ, посвященных этническим СМИ, тогда как многие специфические особенности данных медиа могут быть раскрыты при помощи контент-анализа, концептуального, прагматистического, интертекстуального анализа, исследования национальных стереотипов.

Общефилологические и лингвистические подходы к анализу медиаобраза Омского региона показали свою эффективность в работах Е. Г. Малышевой, Н. А. Гриднева [13], М. В. Терских, Е. Д. Маленовой [23], Е. С. Радионцевой [19]. Как нам представляется, многие выводы исследователей могут быть использованы и при анализе этнических СМИ, формирующих медиаобразы различных наций. Так, реконструкция медиаобразов может иметь связь с работой по выявлению национальных стереотипов и обучению журналистов адекватной работе с текстовыми показателями этничности.

Интертекстуальный анализ позволит выявить прецедентные феномены, тексты влияния, специфические для той или иной нации, и сформировать интертекстуальный тезаурус представителя такой нации, что поможет журналисту адекватно понимать своего читателя (зрителя, слушателя).

Контент-анализ, часто применяемый для исследования общероссийских СМИ, может быть с успехом использован для выявления текстовой специфики и национальных медиа.

Таким образом, применение лингвистических методик позволит более точно определить основные болевые точки этнических СМИ и поможет создать систему профессиональной подготовки (переподготовки) журналистов (в формате стажировок, курсов, семинаров, школ повышения квалификации), способных вывести национальные медиа на нужный путь развития.

Список источников

- Аракелян Ф. А.** Иноэтническая пресса в России: генезис, регулирование, организация деятельности (по материалам армянской печати второй половины XIX в.): дисс. ... к. филол. н. СПб., 2004. 284 с.
- Бекбаева А. Г.** К проблеме становления и развития казахской национальной печати в Омской области в начале 90-х годов до сегодняшнего дня // Омский научный вестник. 2009. № 6 (82). С. 50-52.
- Блохин И. Н.** Журналистика в этнокультурном взаимодействии. СПб.: Изд. дом СПбГУ, 2013. 198 с.
- Гасанов А. М.** Средства массовой информации диаспор в структуре этнической журналистики (на примере средств массовой информации азербайджанской диаспоры в России): дисс. ... к. филол. н. М., 2007. 20 с.
- Гибова Е. С.** «Этнические медиа»: отечественные подходы к определению понятия // Ученые записки Таврического национального университета им. В. И. Вернадского. Серия «Философия. Культурология. Политология. Социология». 2013. Т. 26 (65). № 4. С. 323-329.
- Дауи Уафаа.** Особенности подготовки и размещения журналистских материалов в национальных СМИ североафриканских стран (опыт телевидения Марокко): автореф. дисс. ... к. филол. н. М., 2004. 16 с.
- Ершов Ю. М.** Особенности национальной идентичности телевидения в России // Вестник Томского государственного университета. 2012. № 2 (18). С. 120-129.
- Запругаева М.** Язык и стиль районных газет // Акценты: альманах. 2013. Вып. 1-2 (112-113). С. 54-59.
- Информационное обеспечение государственной национальной политики:** справочно-методические материалы для СМИ / авт.-сост.: М. Л. Бережнова, К. Ю. Гизиева, И. А. Селезнева, Т. Б. Смирнова. Омск: Полиграфический центр «Татьяна», 2016. 80 с.
- Исхаков Р. Л.** Феномен этнической журналистики (к определению понятия) // Известия Уральского государственного университета. 2008. № 60. № 24. С. 93-98.
- Кокумбаева Л. А.** Национальная идентичность как междисциплинарное понятие современной гуманитаристики // Известия Алтайского государственного университета. 2007. № 4: в 3-х ч. Ч. 2. С. 198-202.
- Корконосенко С. Г.** Проблема ценностного потенциала современной отечественной журналистики // Вестник Нижегородского университета им. Н. И. Лобачевского. 2012. № 1: в 3-х ч. Ч. 2. С. 318-325.
- Малышева Е. Г., Гриднев Н. А.** Формирование медиаобраза региона в федеральных телевизионных СМИ (на материале текстов об Омске) // Научный диалог. 2016. № 12 (60). С. 134-144.
- Малькова В. К.** Этнические аспекты журналистики. Из опыта анализа российской прессы. М.: Информполиграф, 2004. 278 с.
- На семинаре обсудили тему освещения в СМИ государственной национальной политики в Омской области** [Электронный ресурс]. URL: http://omskregion.info/news/45796-na_seminare_obsudili_temu_osvechsheniya_v_smi_gosu (дата обращения: 22.05.2017).
- Овсепян Р. П.** История новейшей отечественной журналистики [Электронный ресурс]. URL: evartist.narod.ru/text/60.htm (дата обращения: 24.05.2017).
- Окладников А. П.** Открытие Сибири. Изд. 2-е. М.: Молодая гвардия, 1981. 223 с.
- Олешко В. Ф.** Региональная журналистика: современные тенденции и вызовы // СМИ и общество. 2012. № 1. С. 55-67.

19. Раднонцева Е. С. Медиаобраз высшей школы (на примере СМИ Омской области) // Коммуникативные исследования. 2014. № 2. С. 67-69.
20. Сарсамбекова А. С. Контент-анализ средств массовой информации Омской области // Омский научный вестник. 2007. № 5 (59). С. 36-39.
21. Свитич Л. Миссия журналистики: поле понятий и терминов // Акценты: альманах. 2013. Вып. 1-2 (112-113). С. 24-33.
22. Смирнова С. Ю. Современные требования и проблемы подготовки кадров для региональной журналистики // Вестник Чувашского университета. 2006. Вып. № 6. С. 98-102.
23. Терских М. В., Малёнова Е. Д. Медиаобраз Сибирского региона: лингвокогнитивное моделирование. Омск: Литера, 2015. 160 с.
24. Тулупов В. Региональная журналистика: сегодня и завтра // Акценты: альманах. 2013. Вып. 1-2 (112-113). С. 2-7.
25. Хасанова Г. Ф., Валиев Р. С. Воспитание толерантности журналистов национальных СМИ в процессе профессионального образования // Научный потенциал. 2011. № 4. С. 81-86.

ETHNIC MEDIA IN THE STRUCTURE OF MODERN REGIONAL JOURNALISM (ON THE PROBLEM STATEMENT)

Kravchenko Yuliya Dmitrievna, Ph. D. in Philology, Associate Professor
Abrosimova Ekaterina Alekseevna, Ph. D. in Philology, Associate Professor
Dostoevsky Omsk State University
jdkovalenko@rambler.ru; abrosimova@inbox.ru

The article discusses the phenomenon of ethnic media, which are in the state of crisis after the collapse of the Soviet Union to the present time. Based on the analysis of existing works the authors highlight the problems that hinder the implementation of the main functions by the national media. Ethnic media are presented as the most important means of creating and maintaining national identity of the peoples living on the territory of the Omsk region. The paper discusses basic research on ethnic journalism. The conclusion is made about the insufficient research of this phenomenon in general philological and linguistic writings. The main ways of studying ethnic media in the Omsk region are outlined.

Key words and phrases: ethnic media; regional journalism; national identity; journalism of national minorities of Omsk region; problem of ethnic media in Omsk region; integrated analysis of ethnic media.

УДК 821.111

Основное содержание исследования составляет анализ образа Стамбула в журналистских очерках Эрнеста Хэмингуэя, написанных во время греко-турецкой войны. Значительное внимание уделяется противопоставлению образа Стамбула, представленного писателем, образу, сложившемуся в западном сознании в начале XX века. Отмечается, что именно в журналистских очерках начал формироваться характеризующийся лаконичностью авторский стиль писателя.

Ключевые слова и фразы: образ города; журналистский очерк; Стамбул; имагология; культурная инаковость; Э. Хемингуэй.

Листопадова Ольга Юрьевна

Ивановский государственный университет
ol.listopadova@yandex.ru

ОБРАЗ СТАМБУЛА В ВОЕННЫЙ ПЕРИОД (НА МАТЕРИАЛЕ ЖУРНАЛИСТСКИХ ОЧЕРКОВ ЭРНЕСТА ХЭМИНГУЭЯ)

Эрнест Миллер Хэмингуэй (1899-1961) – американский писатель и журналист, обладатель Нобелевской премии по литературе (1954), широко известный не только благодаря своим романам и рассказам, но и яркой жизни, полной приключений. Писатель был увлечён военной тематикой: он побывал на фронте Первой мировой войны в Италии в качестве шофёра-добровольца Красного Креста, в 1922 году отправился в Стамбул в качестве корреспондента канадской газеты «Торонто Стар» следить за событиями греко-турецкой войны, в 1937 году наблюдал за ходом гражданской войны в Испании непосредственно из Барселоны, во время Второй мировой войны осуществлял журналистскую деятельность в Лондоне, участвовал в боях за Париж и Бельгию [4, р. 688]. Именно тема войны является одной из центральных во многих романах Хэмингуэя – «И восходит солнце» (“The Sun Also Rises”, 1926) «Прощай, оружие!» (“A Farewell to Arms”, 1929), «По ком звонит колокол» (“For Whom the Bell Tolls”, 1940) и др.

Хэмингуэй всегда хотел писать о войне реалистично, однако для достижения максимального правдоподобия писателю необходимо было стать если не участником военных действий, то хотя бы их наблюдателем. В статье «Популярный в мирное время – уклоняющийся от службы в военное» (“Popular in Peace – Slacker in War”, 1920) года Хэмингуэй поделился с читателями секретом о том, как можно казаться ветераном войны: