

Ефимова С.И.,

Томский государственный университет

ЯЗЫКОВЫЕ ОСОБЕННОСТИ ЖАНРА FEATURE (НА МАТЕРИАЛЕ ЖУРНАЛОВ «GEO» И «GEO TRAVELLER»)

Говоря о современной публицистике, стоит отметить, что, подвергаясь непрерывным и многообразным воздействиям, она качественно меняет свой облик. Все это в значительной степени обусловлено изменением самого характера общества. «Заострение социальной сущности рассматриваемого явления, четкость смысловых акцентов — те признаки, которые отличают современные прогрессивные жанры публицистики»¹. Границы между отдельными жанрами становятся более свободными, меняются взгляды на допустимые в пределах каждого жанра правила поведения публициста.

Яркий пример активно изменяющейся публицистики сегодня — современные **научно-популярные журналы**. В России они развиваются особым путем, как совершенствуясь в отечественных жанрах, так и «впитывая» черты зарубежных стилей. Один из бурно развивающихся молодых журналов данного типа на отечественном рынке сегодня — журнал «GEO»². В нем особенности авторского мировосприятия представлены разнообразными лингвистическими средствами, отражающими индивидуально авторскую картину мира. Личностное отношение к изображаемому, эмоциональность, яркое проявление авторской позиции — всё это характерные черты материалов в жанре **feature**, представленных в современных научно-популярных журналах.

Жанр feature — это сложная форма журналистского произведения, пришедшая к нам из американской прессы. Эквивалент термину feature отсутствует в лексиконе отечественной журналистики. При переводе на русский язык исследователи соотносят его с понятиями «занимательная статья» или «занимательный очерк»³.

Ярко выраженная позиция автора, наличие оригинальной интерпретации, образность языка — всё это обязательные элементы feature, которые привлекают, вызывают интерес не только у читателей, но и у исследователей, в частности лингвистов: при помощи каких языковых средств, конструкций публицист передает свое видение, какими способами он увлекает читателя в мир feature. В подобных материалах непременно присутствует герой: это может быть человек или группа людей, но нередко это животные, рыбы, птицы, расте-

ния и даже овощи. В качестве примера приведем несколько отрывков из разных статей журналов «GEO» и «GEO Traveller».

***Томат** в Апулии — король. Владения его простираются от моря и до моря. А на самом деле куда дальше. На каждую кухню, где когда-либо пробовали приготовить самое простое блюдо итальянской кухни — макароны с помидорами («Синьор Помидор» — GEO Traveller. 2011. № 28).*

***Манты** обитают в теплых морях. Точки на карте сосредоточены у Восточного побережья Австралии, в районе тихоокеанских архипелагов, у берегов Калифорнии и в Карибском море. Но больше всего их в Индийском океане: у Восточного побережья Африки, а также у берегов Таиланда и Индонезии. Сколько всего скатов манта обитает в Мировом океане? Каковы средняя продолжительность их жизни и повадки? На все эти вопросы у науки пока нет четкого ответа («Гигантские морские дьяволы» — GEO. 2011. № 162).*

***Роза** — совсем как дитя. От посадки до среза и отправки из теплицы в США и Европу проходит девять месяцев. Эти девять месяцев цветок берегут от грибков и насекомых, от ночных заморозков и дневной жары, от солнечных ожогов и от холодных дождей, от застоя воздуха и от сквозняков («Донна Роза Эквадорская» — GEO. 2011. № 156).*

Необычный и оригинальный авторский подход — всё это привлекает и читателей, и исследователей, позволяет активно развиваться молодому жанру в отечественной публицистике.

У журналиста, работающего в жанре feature, больше свободы в выборе методик написания и интерпретации события. Автор вправе создавать свою историю такими средствами, которые, по его мнению, помогут раскрыть тему глубже и расставить правильно акценты. Чтобы приблизить читателя к герою или описываемому явлению, используется прием **human touch** — акцентирование внимания на эмоциональной стороне материала. Суть приема в том, чтобы интерпретировать событие через восприятие самого автора или передачу ощущений героя. Рассмотрим несколько примеров, взятых из исследуемых журналов.

*Нихал **развязывает** ленточку, **приподнимает** крышку, **видит** внутри фотографии и тут же **закрывает** коробку. Она **улыбается** официанту, тот **протягивает** ей меню.*

Но Нихал **даже не заглядывает** в него. **Ей, похоже, не до еды.** На Нихал **нахлынули воспоминания**, такое с ней часто бывает после переезда в Дамаск. Нихал кладет на стол стопку фотографий и по одной **рассматривает** их, снимки со своей свадьбы. Сначала она **улыбается**, но потом **вдруг меняется в лице**. **Прижимает к щекам ладони**, пытается справиться с чувствами. **Вытирает глаза, прижимается к мужу. Глубоко вздыхает, отпускает его руку и... возвращается мыслями в прошлое** («Границы любви» — GEO. 2011. № 162).

К утру в моей бурке не осталось ни одного сухого места. **Живот урчал от голода**; еще ни разу в жизни **я так не мерз**. За всю ночь, наверное, я **не проспал** и пяти минут. В четыре утра чабаны встали и засобирались в путь. Один из них спросил меня: «Ну и как тебе, **нравится** у нас?» Я ответил, что **мечтал** об этом путешествии всю жизнь («Тушинский путь» — GEO. 2010. № 147).

Если для газет уместно использование прошедшего времени, то feature описывает события и явления во времени настоящем. Это необходимо для создания **«эффекта присутствия»**, ранее характерного лишь для репортажа. Рассмотрим несколько примеров, встречающихся в «GEO» и «GEO Traveller».

Огромный экскаватор, расшвыривая гусеницами снег и ломая кусты, **подбирается** к опушке хвойного леса; на конце стрелы вместо привычного ковша **вращается** гигантский диск циркулярной пилы. На мгновение **раздаётся** визг металла — и исполинское дерево **взмывает** вверх, а на земле **остаётся** лишь пенёк («Как вырастить из шишки доску» — GEO. 2011. № 159).

Дайвер-гид **достает** приманку из пакета и **протягивает** ее самой большой из восьми акул. Та **хватает** ее, и вся «эскадра» тут же **исчезает** в темноте («Рандеву с подводным хищником» — GEO. 2011. № 154).

Сощутив глаза, медведица долго **лежит** под солнечными лучами, предоставив себя малышам. Медвежата **сосут** молоко, затем, не слезая с матери, **играют** друг с другом, то и дело норовя **лизнуть** материнский нос. Медведица **отвечает** ленивым движением лапы или головы («Спят твои соседи... белые медведи» — GEO. 2012. № 166).

Еще одной особенностью материалов, написанных в жанре feature в журналах «GEO» и «GEO Traveller», является активное использование авторами различных средств художественной выразительности для описания ситуации восприятия. Такие авторские «украшения» необходимы, они помогают сделать текст зримым, осязаемым, звучащим. Рассмотрим конкретные примеры, встречающиеся в журналах «GEO» и «GEO Traveller».

• Олицетворение:

И конечно, более подходящего антуража, чем **ровно дышащий** океан, босые, облепленные песком ступни, минимум одежды и море кайпирины, для всеобщего братания не придумать («Жизнь как пляж» — GEO Traveller. 2010. № 25).

Казалось, что **горы смеялись** над горсткой людей, которые пытались заснуть на голой земле, рядом с продрогшими животными («Тушинский путь» — GEO. 2010. № 147).

Особый менталитет жителей Кампаны определяется соседством с Везувием: **одной рукой вулкан уничтожает** города, **другой наделяет** окружающие почвы редким плодородием («Дорогой пепла и песен» — GEO Traveller. 2011. № 28).

• Метафора:

Вокруг простирается **море разноцветных роз**, из которых надо выбрать лучшие («Цветущий бизнес» — GEO. 2011. № 165).

В разговорах со студентами она **играючи жонглирует тремя языками** («Улыбка бесплатно» — GEO Traveller. 2011. № 27).

• Сравнение:

Директоров, заботящихся о комфорте постояльцев, замещают специалисты по управлению активами, которые **выжимают отель, как лимон** («Улыбка бесплатно» — GEO Traveller. 2011. № 27).

• Скрытое сравнение:

«Бабушка при смерти, но все вокруг отводят глаза, чтобы этого не видеть». Так описывает состояние Болоньи ее коренной житель 53-летний Луиджи Педриали («Болонья на перепутье» — GEO Traveller. 2011. № 28).

• Оксюморон:

Ни Америко Кораллини, ни его соучредительница Валерия Бертуцци **не говорят** об этом напрямую, но **«громко думают»** одно и то же...» («Болонья на перепутье» — GEO Traveller. 2011. № 28).

Из всего вышесказанного можно сделать вывод, что, наряду с информационной функцией языка средств массовой информации, важнейшей является и функция воздействия на читателя. Яркое выражение позиции журналиста, наличие оригинальной интерпретации, образность языка — это привлекает, вызывает интерес, будит воображение читателей. Наиболее ярко авторская индивидуальность выражена в материалах, написанных в жанре feature. Чтобы заинтересовать, удивить читателя, журналисты прибегают к различным языковым приемам: human touch, создание эффекта присутствия, использование различных средств художественной выразительности. Благодаря такому разнообразию материалы в жанре feature более экспрессивны и насыщены эмоцио-нально-оценочными компонентами, чем другие жанры современной публицистики.

¹ Смелкова З.С. Риторические основы журналистики. Работа над жанрами газеты: Учебное пособие. М.: Флинта: Наука, 2002. С. 15.

² См.: GEO. М.: Издательский дом Аксель Шпрингер, 2010–2012; GEO Traveller. М.: Издательский дом Аксель Шпрингер, 2010–2012.

³ Добросклонская Т.Г. Вопросы изучения медиатекстов. М.: Едиториал УРСС, 2005. С. 145.