

одному языковому ареалу (польскому или русскому соответственно); 2) онимы-интернационализмы; 3) пограничные образования (с. 21–34).

Сопоставительный анализ конкретных примеров польских и русских вторичных онимов и моделей формирования их семантики позволил автору показать трудности лингводидактического и лингвопереводческого освоения ономастической лексики, продемонстрировать сходства и различия обозначенных моделей в двух родственных славянских языках, подчеркнуть узуальную культуроспецифичность некоторых номинаций. Например, онимы польск. *Belweder* ‘резиденция президента Польши’, *Wawel* ‘город Краков’, русск. Останкино ‘центральная телебашня, основные службы телевидения России’ и др. подобные лексемы понятны только носителям соответствующего языка, хотя и образованы на основе одной метонимической модели. Перифрастические польские и русские интернационализмы, связанные с общеевропейской системой образов, символов и ассоциаций, часто представляют собой полные и частичные соответствия межрегионального и международного характера. Это обусловлено тем, что может существовать или не существовать переосмысление общеизвестных реалий, личностей и т.п. в рамках определенного языкового ареала. Так, польск. *Żelazna Dama* и русск. *Железная Леди* ‘Маргарет Тэтчер’ эквивалентны по значению и структуре, в отличие от примеров, соотносимых друг с другом не по всем параметрам: польск. *Korsykanin* ‘корсиканец, Наполеон’ и русск. *корсиканский узурпатор* – наименование Наполеона с негативным оценочным компонентом.

Отдельно в монографии рассматриваются перифрастические онимы, являющиеся наименованиями политических, исторических личностей, в частности Наполеона, а также антропонимы, обозначающие обычных людей. Автор делает акцент на психо- и социолингвистических методах исследования этих слов как специфических групп лексики, а также обозначает трудные дидактические моменты их перевода, поиска эквивалентов и интерпретаций.

В целом монография В.Г. Кульпиной может быть полезна не только специалистам по ономастике, лингводидактике и переводу, но и более широкому кругу ученых, занимающихся общими вопросами лексикологии, проблемами сопоставительного и сравнительного изучения славянских языков и культур.

М.Е. Локтева

СОВРЕМЕННОЕ НАУЧНОЕ ПОСТИЖЕНИЕ МЕДИА-СРЕДСТВ: ИСТОРИЧЕСКИЙ И ТИПОЛОГИЧЕСКИЙ КОМПОНЕНТЫ

(*Смеюха В.В.* Вопросы медиалогии: монография / науч. ред. Н.И. Бусленко. Ростов н/Д., 2013. 324 с.)

Развитие информационно-технических технологий привело к качественному изменению системы СМИ, трансформации информационного пространства, в котором параллельно с традиционными средствами массовой информации (СМИ) стали функционировать новейшие средства массовых коммуникаций (СМК), эффективно реализующие важнейшие для социума функции. И хотя учеными разработаны теории, формирующие представления о СМИ и СМК, их отличиях (Е.П. Прохоров, М.В. Шкондин, Е.В. Ахмадулин и др.), сегодня для обозначения массовых информационных ресурсов стали активно использоваться термины «медиа», «масс-медиа», потому название

монографии доктора филологических наук В.В. Смеюхи – «Вопросы медиа-логии» – довольно точно обозначает целевое назначение и объект ее исследования – изучение массовых коммуникаций, причем изучение реализуется в историческом контексте, начиная от традиционной печатной прессы, зародившейся в России в XVIII в., и заканчивая новейшими социальными ресурсами. Н.И. Бусленко в предисловии к изданию определил значение термина «медиалогия» следующим образом: «... не сами средства массовой информации, это наука о них» (С. 7). В свете изменения характера массовых коммуникаций актуальным становится изучение воздействия на медийную среду процессов глобализации, глокализации, конвергенции, в работе В.В. Смеюхи данные процессы рассматриваются в качестве актуальных направлений функционирования медиа (и СМИ, и СМК), основы которых были заложены еще более 200 лет назад, более того, автор не просто знакомит с историческими и современными преобразованиями медийных коммуникаций, а определяет причины трансформаций и их последствия.

Наиболее объемной является первая глава, в которой рассматривается традиционная печатная пресса, а именно женская, что является продолжением научных исследований автора, начатых ею еще в 90-е гг. прошлого века. Научной аудитории хорошо известны статьи и монографии В.В. Смеюхи (Издания для прекрасных дам: женские журналы России. Ростов-на-Дону: Печатник, 2009. 120 с., Процессы идентификации и женская пресса. Ростов-на-Дону: РостИздат, 2012. 318 с. и др.), посвященные гендерно ориентированной периодике. В главе «Гендерная периодика в социокультурном пространстве» исторические, социальные, философские, гендерные интересы ученого позволили раскрыть значимость женской прессы в различных сферах общества. Мы находим детальную историю объекта (начиная с моментов и этапов появления такого рода изданий), степень его изученности, классификационно-типологические признаки, формирование и развитие наиболее распространенных отечественных журнальных средств (что важно, рассматриваются локальные женские издания, в частности изучена их северокавказская специфика) на протяжении всего исторического (в том числе досоветского и советского) периода. Отдельным подразделом первой главы исследования выступает женская пресса постсоветского времени, оптимально содержащая современный, могущий быть обозначенным как независимый подход, свободный от какой-либо навязанной идеологии или субъективной заинтересованности. Данного рода объективную беспристрастность автора признаем главным и стержневым достоинством всего анализируемого исследования В.В. Смеюхи. Нельзя не отметить, что объем фактического материала позволил автору не ограничиваться описанием изданий и перейти к углубленному теоретическому рассуждению – осмыслению роли гендерной периодики в эволюционном развитии общества, разработке понятийно-терминологического аппарата.

Указанное качество объективности характерно и для других глав. Так, в главе «Журналистика и публицистика: история и современность» автор рассматривает особенности ведения пропаганды в период Второй мировой войны, влияние прессы на развитие рекреативной, в частности, туристской сферы, а также выявляет роль СМИ в становлении таких процессов, как национальная, культурная идентичность, брендинг территорий и др.

Несомненный интерес представляет глава «Телевидение в системе СМИ», где наряду с другими вопросами освещается история телевидения. Причем делается это с неизменным акцентом на имеющуюся специфику региональных

медиа-средств, что также можно назвать осязаемым и зримым достоинством научной работы. Читателю предлагается познакомиться с историей становления ростовского телевидения, а также излагается специфика его аудитории. Стоит упомянуть, что научных исследований, посвященных истории телевидения Дона, до сих пор не было представлено.

Национального читателя, более приученного в современном РФ-социуме к информационному восприятию федеральных СМИ и СМК, «приятно удивит» столь достоверно описанные действующие на северо-кавказских территориях этнические издания. При рассмотрении таковых В.В. Смеюха акцентирует внимание на том, что модели данных изданий позволяют наиболее полно учитывать менталитет, культуру, обычаи этносов Северного Кавказа и других регионов. Обозначенный региональный компонент позволяет говорить о том, что автор затрагивает малоизученную, но важную в условиях глобализации тему – функционирование национальной периодики.

Подробно и детализированно рассматривая разного рода медиа-средства, обладающие и политической, и культурной, и гендерной, и региональной спецификой, В.В. Смеюха поэтапно выстраивает исторически обусловленную, логически грамотную и обоснованную аргументами имидж-технологию. Формируется конструкция, базирующаяся на информационных ресурсах, являющаяся активной и востребованной в современном обществе. Она позволяет производить построение имиджа и его оптимальную реализацию. В роли единиц имиджирования в монографии выступают вузы (Ростовский государственный университет (ныне Южный федеральный), Ростовский государственный университет путей сообщения), печатные издания (газета «Гудок»), регионы (Ростовская область, Краснодарский край), социальные фигуры и группы, например, Президент РФ и даже этно-группа Республики Адыгея с ее культурными приоритетами (комплекс мероприятий, посвященных 110-летию адыгского классика Тембота Керашева) (глава «Новые медиа») и др.

Предлагаемое научное издание «Вопросы медиалогии» обозначает не только направления развития медийной системы, но и определяет возможные пути ее улучшения, что позволяет представить методiku повышения качества общемирового и регионального медиапространства. Данная идея выступает в качестве фактического подтверждения социально-отнесенной установки, сформулированной профессором Н.И. Бусленко в предисловии: «Хочется верить, что это произведение найдет признание научного сообщества, в том числе и студентов, а также всех, кто изучает журналистику или просто интересуется тайнами публицистического мастерства, секретами установления связей с общественностью или успехами рекламного дела» (с. 7), которая проистекает из непосредственного содержания работы. В.В. Смеюха обращает внимание на увеличение численности медийных источников, изменение статуса автора, аудитории и делает заключение о необходимости улучшения медиаобразования: «...правомерно ставить вопрос о повышении качества журналистского образования, а также образования тех специалистов, которые имеют непосредственное отношение к массмедийному процессу». Таким образом, можно заключить, что работа В.В. Смеюхи «Вопросы медиалогии» будет не только интересна, но и полезна преподавателям и студентам гуманитарных факультетов, школьным педагогам, а также участникам массовой коммуникации: как профессионалам (журналистам, публицистам, специалистам по связям с общественностью), так и читателям, слушателям, зрителям, выступающим сегодня в роли создателей информационного контента, распространяемого посредством новых медиа.

Ф.Н. Хуако