

М. М. Гукасова
Краснодар, Россия

КОМБИНИРОВАННАЯ МОНОСИСТЕМНАЯ ПЕРСОНАЛИЗАЦИЯ НА ПРИМЕРЕ ПУБЛИЦИСТИКИ ВСЕВОЛОДА ОВЧИННИКОВА

АННОТАЦИЯ. Работа посвящена такому многогранному междисциплинарному феномену, как персонализация. Специальное внимание уделено политическому контексту персонализации. Принято выделять непосредственную персонализацию (такая персонализация, которую раскрывают указания на «персону», например, система наименований лица), опосредованную (лицо характеризуется через иные именованя: номинации проблем, событий, животных; в анализируемом медиатексте — через общие философские, социальные, духовные, этические проблемы) и комбинированную, сочетающую оба основных типа. На примере анализа медиатекста В. Овчинникова (публицистический цикл «Ветка сакуры») автор исследования выявляет комбинированный моносистемный характер персонализации. Исследование позволяет сделать вывод о многоаспектности персонализации в медийном творчестве В. Овчинникова, которая проявляется в единстве бытия человека с природой, в ее деятельностном, созидательном и потребительском подходах. Выделяется шесть компонентов рассмотрения персонализации: знаниевый, профессиональный, эмоциональный, волевой, креативный и патриотический. Текстобразующим для исследуемого текста является представление амбивалентности, формулируется предлагаемое В. Овчинниковым «рабочее определение» японской натуре в принципе двойственна, и это проявляется разносторонне и специфически. В некоторых контекстах двойственность реализуется как трезвая самооценка субъектом ограниченности его понимания. С помощью публицистического типа познания, с опорой на персонализацию в журналистском тексте читатель начинает проникать в сознание народа, особенности его искусства, архитектуры, живописи, его эстетики. Обстоятельность, глубина познаний В. Овчинникова о Японии как предпосылка успеха его работы проявляются в публицистическом начале его книги, в живой реакции на актуальные события.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: политический контекст; непосредственная персонализация; комбинированная персонализация; моносистемная персонализация; медийный образ; журналистика.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ: Гукасова Мира Михайловна, преподаватель Института среднего профессионального образования, соискатель кафедры истории и правового регулирования массовых коммуникаций, Кубанский государственный университет; 350040, Россия, г. Краснодар, ул. Ставропольская, д. 149; e-mail: mira_1966@mail.ru.

Для современной науки о журналистике характерно взаимодействие установок, нацеленных на объяснение связей между новыми тенденциями медиаведения и динамикой самих медиа. Так, привлекают всё большее внимание изменения в пространстве очерка [Седенкова 2009]. Эти изменения соотносятся с определенными способами раскрытия реальности, которые ранее не обобщались на медийном материале. В их системе заслуживает внимания персонализация, определяемая на основе соотношения дефиниций как такое «медийное представление потребности личности в активной созидательной деятельности, которое проявляется в общественно-политической, культурной, экономической, научной сферах с привлечением масс-медиа» [Гукасова 2016: 57]. При этом «популярные издания маркированы персонализацией как в содержательном, так и в стилистическом отношении» [Мальцева 2008: 146]. Показательно, что Р. И. Мальцева иллюстрирует эту закономерность медийным раскрытием политической проблематики. Системную значимость подобного освещения поддерживает иное понятие — позиционирование, т. е. «фиксация определенного понятного аудитории образа, имиджа отображаемого объекта или явления действительности, продуцируемая и репродуцируемая средствами массовой информации и другими медиа с целью занять обособленное положение в сознании целевой аудитории» [Самойленко 2017: 30]. Указанная целевая, а

точнее телеологическая направленность также раскрывается на примере политического контента.

Цель данной статьи — выявить проявления персонализации в публицистическом дискурсе.

Явление персонализации требует междисциплинарного рассмотрения. Персонализация характерна для медийной сферы. По характеру проявления персонализация бывает непосредственная, опосредованная и комбинированная. Непосредственной является такая персонализация, которую раскрывают указания на «персону», например, система наименований лица. Опосредованной оказывается персонализация, при которой лицо характеризуется через иные именованя: номинации проблем, событий, животных и др. При комбинированном характере в персонализации сочетаются два вышеуказанных метода. Средства медиадискурса как классификационное основание могут уточнять вышеуказанную характеристику; такими средствами становятся конкретные единицы двух видов: или специально выделяющие, подчеркивающие персону, или же освещающие ее без «самоактуализации», а в разносторонних связях. Соответственно различаем специализированную и неспециализированную передачу персонализации. Моносистемная комбинированная специализированная персонализация определяется в единстве непосредственных и опосредованных показателей: личность освещается как конкретными указаниями на персону, само-

оценкой, так и косвенно, обобщенно через наименования проблем и т. п. [Гуасова 2018: 137—139].

В медиаведческом плане такую персонализацию уместно проиллюстрировать на примере публицистики В. Овчинникова. Известный журналист-международник, японист, публицист В. В. Овчинников (более сорока лет проработавший корреспондентом, политическим обозревателем газеты «Правда» в Японии, затем обозревателем «Российской газеты») длительное время разрабатывает тему единства бытия человека с природой. Результатом его работы стал, в частности, публицистический цикл «Ветка сакуры. Рассказ о том, что за люди японцы», впервые представленный в рамках журнальной периодики — изданный в «Новом мире» в 1970 г. [Докучаева 2012: 137—140].

Установка на персонализацию представлена уже в подзаголовке («...что за люди...») и развернута в пространстве всего дискурса. Оговорим, что для логической структуры понятия «персонализация», используемого в филологическом исследовании, значим ряд аспектов, которые связаны с созидательной установкой личности, закрепляются в разных категориальных системах и объединяются в междисциплинарном контексте. Отметим шесть основных взаимодополнимых аспектов; они выделяются на различных совместимых классификационных основаниях и соотносятся с персонализацией. Это следующие компоненты: знаниевый, профессиональный, эмоциональный, волевой, креативный (в иной системе координат — акциональный) и патриотический.

Знаниевый аспект (компонент) определяется как осознание самим человеком своего персонального потенциала. «Знание с точки зрения уровня персонализации можно разделить на явное (формализованное) и скрытое. ...Неявное знание существует на персональном уровне, поэтому его достаточно сложно формализовать, передать, использовать кому-нибудь, кроме владельца» [Разинкина 2014]. При этом знаниевый компонент логической структуры понятия «персонализация» включает и когнитивную составляющую. В этих же категориальных координатах определяется второй компонент — профессиональный, обращенный к жизненному самоопределению личности, непосредственно влияющий на качество жизни человека, его самореализацию, чувство собственного достоинства и значимости. С двумя названными аспектами соотносится третий компонент логической структуры понятия персонализации — эмоциональный, понимаемый онтологически: «...в эмоциях и чув-

ствах как раз и отражается соотношение между тем, „чего хочет“ человек, и тем, „что он может“. А в результате во многом возникает то, „что он есть“» [Рубинштейн 2002: 681]. В используемом категориальном аппарате с тремя аспектами закономерно связан четвертый — волевой компонент логической структуры понятия «персонализация», который определяет реализуемость знаниевых, эмоциональных и иных установок и конкретизируется как мужество, настойчивость, решительность, целенаправленность. Четыре указанных аспекта (компонента) предопределяют системную значимость пятого — креативного. Как компонент логической структуры понятия персонализации он «выражается в способности к творчеству, <...> реализуется в форме новых идей и подходов в науке, культуре, политике, бизнесе — словом, во всех динамичных областях жизни... Этим и определяется ее ценность для общества» [Ободникова 2013: 125—127]. Опираясь на дефиниционный анализ, уместно сблизить креативный компонент с акциональной (деятельностной, преобразовательной) стороной персонализации. «Человек как субъект деятельности планирует, организует, направляет, корректирует ее. В то же время сама деятельность формирует человека как ее субъекта, как личность» [Ждан 2007: 75—76].

В дефинициях креативности и акциональности архисемой выступает элемент «созидание», причем в них может акцентироваться двунаправленность отношений между феноменом личности и феноменом деятельности. В логическую структуру понятия персонализации, судя по исследовательской практике и по эмпирическому материалу, входит и шестой, патриотический компонент, выделяемый с учетом аксиологических и нравственных оснований. В нем обобщаются социально-психологические и нравственные качества личности, сочетающие в себе чувство любви к Родине, ответственность за развитие ее социальных и политических институтов, осознание себя как полноправного гражданина, обладающего совокупностью прав и обязанностей. Примечательны в этом плане суждения философа И. А. Ильина: «...далеко не каждому суждено любить свою родину, и соответственно стать патриотом. Это объясняется отсутствием у людей духовного начала, преобладанием лично-эгоистических или эгоистических классовых интересов над более возвышенными, в том числе истинно патриотическими»; «Идея родины предполагает в человеке живое начало духовности...»; «Есть люди, никогда не бывавшие в России и еле говорящие по-русски, но сердцем поющие и тре-

пещущие вместе с Россией...» Таким образом, «чтобы постигнуть сущность родины, необходимо уйти вглубь своего сердца, проверяя и удостоверяясь, и обнять взором весь объем человеческого духовного опыта» [Ильин: 171—176].

Проиллюстрируем проявление каждого из шести компонентов в пространстве персонализации. Нижеследующий контекст раскрывает их в единстве: «В быту японцев прочно укоренились обычаи коллективно любоваться наиболее поэтическими явлениями природы. Зимой принято любоваться свежесвыпавшим снегом. Весной — цветением сливы, азалий, вишни. ...Речь идет не о каком-то избранном классе. Металлургические заводы, профсоюзы шахтеров, электротехнические фирмы, рыболовецкие артели заказывают для этого целые экскурсионные автоколонны... Японцы не любят оценивать искусство на бегу, приемля его лишь как часть повседневной жизни. Чайная церемония, мастерство икебана, стихосложение, любование природой — все это объединено у них названием „фурю“, что можно перевести несколько старомодным термином „изящные досуги“... Японцы, побывавшие в Соединенных Штатах, поражаются тому, как много там людей — и причем людей богатых — не имеют никаких художественных интересов. В противоположность этому у японцев, особенно в пожилом возрасте, непременно есть излюбленные увлечения: живопись, выращивание хризантем, коллекционирование керамики...».

Личностное и обобщенное начала в персонализации определяются «излюбленными увлечениями». В заключительных высказываниях контекста представлен знаниевый компонент: увлечение взаимообусловлено знанием его предмета, «погружением» в чайную церемонию, в секреты стихосложения и т. д. Этому закономерно сопутствует волевая установка. Патриотический компонент персонализации определяется не прямолинейно — и оттого с особой системностью: типичная самоидентификация японцев связана с художественными интересами (в отличие от их значимого отсутствия, например, у многих американцев). Оригинально раскрыт креативный компонент персонализации — это единство созерцания и духовного созидания. На периферии и притом в системной связи с иными компонентами проявляется профессиональный аспект: показателен тот факт, что увлечением могут быть объединены лица разных профессий (шахтеры, металлурги, рыбаки...).

Стержневым же компонентом семантической структуры персонализации оказывается

эмоциональный, а точнее, эмоционально-оценочный аспект. В его представлении взаимодействуют четыре средства. Это единицы, связанные ассоциативно-деривационными системными отношениями («любование», «излюбленный»); специализированный квалификатор: «оценивать»; и носитель метаязыковой характеристики с японской лексемой: «...стихосложение, любование природой — все это объединено у них названием „фурю“, что можно перевести несколько старомодным термином „изящные досуги“».

Рассмотрим публицистический цикл В. Овчинникова «Ветка сакуры» со стороны системных характеристик персонализации. Цикл, по признанию самих японцев, стал одним из лучших произведений об их стране. Известно, что в Японии сложилась своя модель демократии, на которую оказали влияние национальная социокультурная и этико-правовая специфика, традиции политической культуры. Специфика формирования гражданского общества в Японии состоит также в том, что здесь еще в Средневековье, с V—VI вв. н. э., активно, разносторонне, оригинально развивается процесс формирования личности, причем традиционно ценится сохранение гармоничных отношений между человеком и природой. В 1971 г. в этой стране было создано Агентство по охране окружающей среды (ныне Министерство окружающей среды). Журналист-международник В. Овчинников стремится проникнуть в сущность природного явления, понять и объяснить читателю наиболее важное, значимое для Японии и самих японцев, через определенные природные и национальные символы раскрыть душу этого загадочного, стойкого, мужественного, умного народа. Здесь проявляется не только непосредственная, но и моносистемная опосредованная специализированная персонализация. В таких случаях личность персонализуется опосредованно, без узко определенной характеристики человека или его конкретного творческого «продукта» и т. п., а, например, через общие философские, социальные, духовные, этические проблемы. При этом налицо специализированность, т. е. соотнесенность с конкретной личностью или объектом природы. Таков следующий фрагмент в материале, главной темой которого стали цветение сакуры, священная гора Фудзияма.

Обратимся к лингвистической верификации приведенных медиаведческих положений.

При этом опираемся на исследовательскую практику анализа дискурсивных определений Японии, учитываем специфические языковые характеристики публицистического

дискурса, включая «ответственность автора», средства ее выражения [Федосюк 2013: 227], и тот факт, что «СМИ создают и поддерживают целостную, упорядоченную картину мира» [Добросклонская 2015: 78]; эта упорядоченность может носить динамический характер, например в представлении образов той или иной страны зарубежными медиа [Егорова 2016: 3—4; Тарасенко 2014: 11 и след.]. В специальной работе Н. Б. Руженцевой «Япония в определениях-репликах: дискурсивный контекст как фактор текстообразования» (2013) представлено, в частности, семь основных характеристик на материале публицистики Вс. Овчинникова, для которой показателен непolemический контекст. Это широкий круг дефиниций, выделенных в одном ряду на взаимодополняющих основаниях: от социокультурных до «определений-аллюзий» [Руженцева 2013: 19—32].

Для исследуемого материала особо значимы «определения, подчеркивающие парадоксальность, непредсказуемость Японии» [Там же: 24]. В аспекте персонализации это специфическое дефинирование развивается в характеристику двойственности, амбивалентности. Причем она значима для персонализации как сама по себе, так и в единстве с другими категориальными характеристиками. Напомним, что текстообразующая роль представления амбивалентности на ином материале выявлена, например, в специальной работе Е. И. Дибровой уже в первые годы XXI в. (см. также недавние работы А. А. Голубковой, Е. О. Труфановой и других ученых) [Диброва 2004: 6—26; Голубкова 2016: 170—181; Труфанова 2017: 100—112].

Репрезентативен контекст, открывающийся фрагментом: «Двойственность японской природы проявляется в контрасте между суровым, бескомпромиссным подавлением личных порывов во имя долга и поразительной терпимостью к человеческим слабостям, на которые японцы смотрят скорее как на человеческие радости».

Такие контексты обобщаются следующим «рабочим определением»: **Японская натура в принципе двойственна, и это проявляется разносторонне и специфически.**

Соотнесем четыре аспекта этого определения, существенных для персонализации. Это акцентирование самого феномена контраста, одновременность и попеременность проявления полярных смыслов, их семантическая специфика и аксиологическая сторона.

Феномен контраста закрепляется в контексте специализированными средствами: «контраст», «столкновение», «противобор-

ство». Их лексическое разнообразие акцентируют системную семантическую и, шире, сущностную общность.

Одновременность и попеременность проявления контрастных начал представлены лингвистически упорядоченно. Показательна двойственность эмоциональных, этических, деонтологических отношений, характеризующаяся антонимами и явленная как доминанта, двойственность «здесь и сейчас» — «в контрасте между суровым, бескомпромиссным подавлением личных порывов во имя долга и поразительной терпимостью к человеческим слабостям, на которые японцы смотрят скорее как на человеческие радости».

Не менее показательна попеременность контрастных проявлений, которую также предполагает вышеприведенное определение двойственности. Например: «Японец же именно в среднем возрасте меньше всего хозяин сам себе. Но, как ни странно, к этому его приучают подчеркнутой, даже чрезмерной свободой в ранние годы жизни».

Семантическая специфика контраста углубляет системную суть принципиального характера двойственности. Для персонализации значимо контрастное соотнесение «личность — группа». См.: «Действительно, вступая в 21-й век Япония предпринимает энергичные усилия, чтобы из „царства групп“ превратиться в „царство личностей“».

Не менее актуально представление органической двусторонности природы, души. Причем ему сопутствует семантическое уточнение отличий японской ментальности, духовности от западной: «Это никак не вяжется с укоренившимся на Западе взглядом относительно духа и плоти как враждующих в человеке сил, первая из которых олицетворяет добро, а вторая — зло».

Двойственность человеческой природы японцы толкуют по-иному. Они считают, что у всякой души есть как бы две стороны: мягкая и жесткая, подобно тому как одна и та же рука может разить врага и ласкать ребенка; японцы не видят в людской природе противоборства духа и плоти, им также не присуще смотреть на жизнь лишь как на столкновение добра и зла».

Такое использование системных семантических отношений, прежде всего антонимических и ассоциативных, включает элемент отрицательной дефиниции в развернутой характеристике, «контекстуальном толковании».

Аксиологическая сторона определения японской природы как принципиально двойственной взаимосвязана с предшествующими аспектами и представлена у публициста с помощью квалификаторов контрастных

оценок: нельзя — надо — надлежит. Например: «Нельзя ценить лишь душевную мягкость, порицая жесткость, или наоборот. К жизни надо всякий раз обращаться именно той стороной души, какой надлежит».

Двойственность показателна не только сама по себе, но и в единстве с другими смысловыми характеристиками, значимыми для персонализации. Такова характеристика непостижимости японского характера для иностранца, она выступает как основа следующего рабочего определения: **Япония — страна, у которой духовный мир жителей доступен наблюдателю лишь внешне.** Показателен контекст, значимый для персонализации автора-публициста:

«...в тот вечер я осознал, какой непроницаемой стеной еще скрыт от меня внутренний мир японцев. Много ли толку было понимать их язык — вернее, слова и фразы, если при этом я с горечью чувствовал, что сам строй их мыслей мне непостижим, что их душа для меня пока еще потемки.

Была, правда, минута, когда все вдруг стало понятным и близким, когда охмелевшие женские голоса стройно подхватили знакомую мелодию:

...И пока за туманами
Видеть мог паренек,
На окошке на девичьем
Все горел огонек...

Как дошла до них эта песня? То ли их мужья привезли ее из сибирского плена, прежде чем свирепый шторм порешил рыбацкие судьбы? То ли эти женщины овдовели еще с войны и от других услышали эту песню об одиночестве, ожидании и надежде, до краев наполнив ее своей неутолимой тоской? <...> то утихала, то оживлялась беседа. Но я уже безнадежно потерял ее нить».

В контексте двойственность реализуется как трезвая самооценка субъектом ограниченности его понимания. Этому служит столкновение двух смысловых полюсов. Таково мимолетное и притом иллюзорное, внешнее впечатление ясности: «минута, когда всё вдруг стало понятным и близким» — и глубинная непостижимость: «непроницаемой стеной скрыт от меня внутренний мир японцев». Лингвистическая определенность последней представлена и линейно, сильными позициями: от начальной, где внутренний мир скрыт «непроницаемой стеной», до финальной с констатацией утраченной смысловой ясности: «потерял... нить». А близкие к начальному фрагменту актуализируемые семы «понятности, близости» только подчеркивают принципиальную непостижимость внутреннего мира.

Для публициста важна основательность

знаний о стране, причем знать нужно так, чтобы читатель не превзошел наблюдательностью самого автора. Для этого мало одного любопытства, простой заинтересованности предметом. Всеволод Овчинников не просто побывал на Японских островах, прожил там несколько лет. К этой книге его подготовила и журналистская работа в Китае, и глубокая любовь к языкам, культуре, народам Востока, и внимательное изучение литературы и быта. В. Овчинникову в «Ветке сакуры» мастерски удалось передать всю «многоцветность» Японии, сложность и философскую глубину народа с древней историей и древней культурой. Из этой книги читатель узнает, что для японцев означает чайная церемония — целый ритуал и какую роль в их жизни играют цветы (целое искусство — создание икебаны).

Цветение сакуры явлено в своеобразной системной семантической связи с представлением национального характера. Этому служит актуализация трех основных типов отношений. Во-первых, используется полисемия. В контексте реализуются два лексико-семантических варианта прилагательного «розовый»: цветовой и оценочный. Они даны в искусно-органичном взаимодействии: «...их (японцев. — М. Г.) изображали только одной краской — или розовой, или черной.

Сакура, то есть вишня, которая украшает множество японских вееров, кимоно и фуросики, цветет действительно розовыми цветами. Я не думаю, однако, чтобы розовой была жизнь Японии».

См.: **«РОЗОВЫЙ.** <...> 2. Бледно-красный. <...> 4. Ничем не омраченный, заключающий в себе только приятное, радостное, светлое» [Большой толковый словарь русского языка 2014: 1127].

Во-вторых, цветение вишни лингвистически конкретно ассоциируется с «окраской бытия» японцев. Этому вектору персонализации сопутствуют ассоциации, обобщающие многоаспектность и трепетную мимолетность цветущей сакуры: «Ее розовые соцветия волнуют и восхищают японцев не только своим множеством, но и своей недолговечностью». Доминантная сема в единичах контекста — мимолетность.

Непосредственная персонализация — раскрытие своеобразного объекта любования: способность восхищаться этим творением природы раскрывает особую эмоциональную глубину и «созерцательную креативность» личности.

В-третьих, на основе такой непосредственной персонализации закономерно вырастает опосредованная — особая направленность человеческого познания. См.: «По-

этизация изменчивости, недолговечности связана со взглядом буддийской секты дзэн, оставившей глубокий след в японской культуре. Смысл учения Будды, проповедует дзэн, настолько глубок, что его нельзя выразить словами. Его можно постигнуть не разумом, а интуицией; не через изучение священных текстов, а через некое внезапное озарение. Причем к таким моментам чаще всего ведет созерцание природы в ее бесконечном изменении». В представлении человека как субъекта, «персоны» познания ведущую роль играют согипонимические системные семантические отношения, ряд «разум — интуиция — слова — озарения» как разные «модусы» постижения бытия. Предполагаем также проявление лексико-семантической конверсии; способом выражения оказывается невыразимость: «Смысл учения настолько глубок, что его нельзя выразить словами». Причем способ этот особый, в чем-то обладающий высокой объяснительной силой.

Отмеченные особенности обобщаются в сложном единстве. С необходимостью дополняют друг друга крайне различные средства: от полисемии единицы «розовый» до системных отношений в паре «разум — интуиция». В пространстве персонализации, таким образом, востребуется особая упорядоченность выявленных лингвистических характеристик.

С помощью публицистического типа познания с опорой на персонализацию в журналистском тексте читатель начинает проникать в сознание народа, особенности его искусства, архитектуры, живописи, его эстетики.

Примером служит контекст, построенный на основе гипо-гиперонимических системных семантических отношений: «Японцам присуща не столько решимость покорять, преобразовывать природу, сколько стремление жить в согласии с ней. Этой же чертой пронизано их искусство. Японские архитекторы возводят свои постройки так, чтобы они сливались с окружающей средой, были открыты ей. Цель японского садовника — воссоздать природу в миниатюре. Ремесленник стремится показать фактуру материала, повар — сохранить вкус и вид продукта».

Опорной для персонализации оказывается цепочка: гипероним «японцы» и гипонимические номинации профессий: японский архитектор — садовник — ремесленник — повар... Открытый характер ряда соотносен со строгой лингвистической организацией, в которой участвуют целевые и инструментальные семы. При этом грамматические значения моделей двусоставных предложений, глагольных и именных (схемная семан-

тика), организованы в контексте таким образом, что формируется значение всеобщности особого созидания. В итоговой характеристике персонализация оригинально соединяет разные меры обобщенности: «Стремление к гармонии с природой — главная черта японского искусства. Она определяет подход художника к материалу».

Только владея знаниями нелегкого японского языка и культуры, автор может расшифровать загадки Страны восходящего солнца. Публицист приводит выдержки из многих трудов зарубежных авторов, создавая таким образом обширную библиографию о стране. Десятки имен показывают основательность В. Овчинникова. Более того, весь этот материал органически вошел в книгу, пять больших разделов которой названы: «Их вкусы», «Их мораль», «Их быт», «Их труд», «Их помыслы». Уже эти названия показывают, какое увлекательное путешествие совершит читатель вместе с автором по Японии.

Обстоятельность, глубина познаний В. Овчинникова о Японии как предпосылка успеха его работы проявляются в публицистическом начале его книги, в живой реакции на актуальные события, в той смелости, с которой пересекаются в его работе различные исторические пласты. По мнению профессора В. В. Тулупова, «профессиональные и личностные качества журналиста можно оценить с точки зрения действия внутренних, внешних и субъективных факторов». Внутренние факторы он связывает «с особенностью самой профессии, журналистского труда: оперативность, аналитизм, объективность, сообразительность, находчивость, обаяние, креативность, эрудированность, владение устным и письменным словом, умение вести полемику, поддерживать дискурс, потребность рассказывать, умение создавать оригинальный информационный продукт, следование профессиональным и этическим стандартам» [Тулупов 2014: 216]. В этом участвуют также внешние и субъективные факторы. Первые влияют извне: требования к знанию родного и иностранных языков, к универсальности, к технической подготовленности. Субъективные же факторы, по мнению В. В. Тулупова, связаны с человеческими качествами специалиста: гражданственность, пассионарность, ответственность, честь и достоинство, смелость, мужество, доброта, физическое здоровье. Эти факторы присущи публицистике В. Овчинникова и определяют комбинированный характер персонализации. Один фактор подтолкнул к идее написать «Ветку сакуры» и обратно, с помощью выразительных средств,

осуществить эту идею доступным языком. Без знания японского языка, без смелости писателя, интеллектуально, физически и духовно постигшего вершину священной японской горы, читатель не узнал бы о «Японии публициста», т. е. стране с разноцветными переливами и полутонами (можно трактовать это и как понимание, вживание публициста в японскую культуру, менталитет). Здесь самым прямым образом проявился второй фактор. Третий фактор выразился в гражданской позиции В. Овчинникова, который не остался равнодушным и поднял проблему стонущего от боли национального символа японцев на мировом уровне.

Основная цель этих очерков для публициста — расширение кругозора читателей, просвещение своих собеседников. Овчинников вводит их в загадочный мир Страны восходящего солнца. Рассказ о том, что за люди японцы и каковы их ценности, сыграл значимую роль в формировании медийного образа Японии. Публицистика писателя была востребована обществом, она выходила в СССР как раз в то время, когда «многие читатели интересовались и жизнью других стран, научными исследованиями: географическими, этнографическими и т. п. Возникла потребность в прессе о путешествиях в широком смысле этого слова» [Ростовская 2018: 29]. «Ветка сакуры» — своеобразный путеводитель по японской душе; по выражению самого Овчинникова, «японский характер можно сравнить с деревцем, над которым долго трудился садовод — изгибая, подвязывая, подпирая его. Если даже избавить такое дерево от пут и подпорок, дать волю молодым побегам, то под их свободно разросшейся кроной все равно сохраняются очертания, которые были когда-то приданы стволу и главным ветвям». На протяжении всей книги автор подробно выясняет, как создавался характер целого народа. Живо, эмоционально автор повествует нам о символе Японии — священной горе Фудзияма («Восхождение на Фудзи»). Символьность автор сам разгадал благодаря своей профессии — и сразу просвещает читателя. Лишь только Овчинников взобрался на самую вершину горы (3776 метров), он вспомнил японскую пословицу: «Кто ни разу не взобрался на эту гору, тот дурак; но кто вздумал сделать это дважды, тот дважды дурак». Дорогу на Фудзи он описывает как священный ритуал: «На высоте 3776 метров сами собой приходят возвышенные мысли.

Но, взобравшись на Фудзи, лучше любоваться далями — не приглядываться к самой вершине, не смотреть под ноги». Публицист

согласен с японцами, что «традиционное паломничество делает человека чище». А далее автор закономерно поднимает нравственные проблемы, которые «испытывает народная гора», ввергнутая в политический контекст: «Но четверть миллиона восхождений в год отнюдь не очищают саму святыню. Вершина вулкана похожа уже не столько на отвал шлака, сколько на свалку мусора. Повсюду разбросаны консервные банки, пестрые обертки, пустые бутылки... Местные старожилы помнят со слов своих дедов народные приметы, которые предвещают очередное извержение Фудзи. Нынешнее поколение окрестных жителей научилось распознавать приближение бедствий иного рода. Корея, Вьетнам, Персидский залив — каждой американской авантуре в Азии предшествовали или сопутствовали военные учения на склонах Фудзи». Подножие священной горы все послевоенные годы служит полигоном для морской пехоты США — профессиональных карателей, составляющих ядро «корпуса быстрого развертывания».

Сравнивая священную гору с «израненным телом», журналист словно беседует с японской святыней и доносит до нас ее величие: «Фудзи — это вулкан правильной конической формы, самая высокая и самая красивая гора в Японии... Фудзи волнует своей картинностью в благородном смысле этого слова. Кажется, перед тобой не явление природы, а произведение искусства...». И будто предупреждением человечеству за его неправильное отношение к природе звучит заключительная часть очерка: «Иностранцы туристы падки на сувениры с изображением Фудзи. Для них это марка местной экзотики, вроде наклейки на чемодан. Да, Фудзи действительно можно считать национальным символом Японии. И будь жив Хокусай, он запечатлел бы на своей очередной гравюре ее сто первое лицо. Он изобразил бы не только воронки на теле горы, но и крестьянок, бесстрашно загордивших собой боевые мишени. Он сумел бы показать, что израненная святыня, символизирующая собой трудолюбивый японский народ, — вулкан дремлющий, но не потухший, вулкан, который способен проявить спокую могучую силу...». Сегодня многие туристы одолевают вершину Фудзи не для того, чтобы пройти какой-то путь очищения, познания Истины, красоты мира и Природы, а для того, чтобы перед собратями кичиться: «Я был на Фудзи. Вот какой я — крутой!».

Системные семантические отношения, в которые вступает номинация «Фудзи», способствуют персонализации. Этот топоним охвачен единством разноплановых связей,

включая ономаσιологические и экспрессивные. Наиболее обобщенным является символический смысл «Фудзи-символ»: «Фудзи действительно можно считать национальным символом Японии». Уже этот высокий уровень обобщенности определяется в ассоциации с человеком, народом: «святыня, символизирующая собой трудолюбивый японский народ, — вулкан дремлющий, но не потухший, вулкан, который способен проявить свою могучую силу...». Ассоциативные отношения опираются на ряд сем, включая «покой» и «сила», и реализуют нормативную связь «гора» — «человек», отраженную в специальном академическом «Русском ассоциативном словаре» [РАС 2002, т. 1: 140].

Системные ассоциативные отношения «Фудзи — лицо», «Фудзи — крестьянка» представляют персонализацию специализированно: «И будь жив Хокусаи, он запечатлел бы на своей очередной гравюре ее (Фудзиямы. — М. Г.) сто первое лицо. Он изобразил бы не только воронки на теле горы, но и крестьянок, бесстрашно загородивших собой боевые мишени». В этом контексте слова «гора» и «человек» углубляют семантику друг друга. Такому соотношению сопутствуют ассоциативно-деривационные отношения, представляющие сакральные меры личности: в контексте последовательно используется ряд «святыня — священная гора».

Функциональный оттенок системных семантических отношений определяется в ряду «гора — паломничество — человек»: «традиционное паломничество делает человека чище».

Персонализации способствуют и эмоционально-экспрессивные характеристики. Так соотносятся единицы «самая красивая — волнует — картинность». Их своеобразную системность представляет семантический оттенок рукотворности («произведение искусства» в конце фрагмента). См.: «...это вулкан правильной конической формы, самая высокая и самая красивая гора в Японии... Фудзи волнует своей картинностью в благородном смысле этого слова. Кажется, перед тобой не явление природы, а произведение искусства...». Семантический оттенок рукотворности также обращен к личности, специфически соединяя независимое от человека творение природы и его особую значимость в постижении личности.

Публицистические произведения В. Овчинникова можно рассматривать как медийный «вариант решения проблемы», о котором говорит медиавед Д. Ю. Волокитин: «Практически любой социальный конфликт — толчок для создания журналистского материала» [Волокитин 2016: 5]. В одной из сво-

их статей В. Овчинников отмечает: «Многие часто спрашивают, как мне удалось в советское время, когда была строгая цензура, печатать такие честные произведения? Меня спасло глубокое знание стран, из-за которого начальство не решалось давить из-за боязни „сесть в лужу“. Я убежден, что компетентность журналиста — залог его творческой независимости. Поэтому своим девизом по жизни я сделал надпись, которую мне удалось прочесть в Токио на могиле Рихарда Зорге: „Чтобы узнать больше, нужно знать больше других. Нужно стать интересным для тех, кто тебя интересуется...“. Как много полезной информации читатель узнает из этого короткого монолога публициста: и кто такой Р. Зорге, где разведчик захоронен, и какая эпитафия на его могиле. А главное — автор словом воздействует на читателя так, что у него побуждается интерес что-то новое узнать, тяга к знаниям.

С опорой на персонализацию раскрывается, что в основе успешной личности — глубокие знания, благодаря которым возможна качественная профессиональная деятельность, заслуживающая авторитет, безупречную репутацию в обществе. Вышеприведенный материал свидетельствует о том, что перед нами журналист-путешественник, долгое время писавший репортажи о явлениях разных сфер жизни в странах пребывания, который считает важнейшим качеством журналиста компетентность в широком понимании. Повторяя образ, введенный самим Овчинниковым, современный медиавед отмечает: «Ему удалось создать „путеводитель по японской душе“» [Щеглова 2014: 170—175]. Причем у читателя возникает ощущение, что он не книгу читает, а созерцает картину талантливого художника. Именно так написана «Ветка сакуры», словно радужными кистями, с гармоничным перетеканием из одного в другое.

Придавая своей профессии особый статус, Овчинников реализует персонализацию убедительно и чутко: «*Ощущаю себя счастливейшим человеком, поскольку мне не стыдно ни за одну свою строчку. Я выполнил главный долг любого журналиста — помогал людям становиться зорче, мудрее, просвещеннее и добрее. Мы, журналисты 60-х годов, всегда относились к делу нашей жизни — международной журналистике, не как к ремеслу, а как к служению*» [Овчинников 2014]. Словно в подтверждение этих слов в поздравительной телеграмме к 90-летнему юбилею В. Овчинникова премьер РФ Д. А. Медведев по праву называет его «патриархом российской публицистики», отмечая его профессиональную персонализа-

цию: «Ваши яркие и увлекательные репортажи из Китая, Японии, Великобритании в свое время были „окном в мир“ для миллионов людей. Вы как-то сказали, что компетентность журналиста — залог его творческой независимости. И всю жизнь Вы следуете этому правилу». А в поздравлении президента страны В. В. Путина делается упор на возрастной аспект персонализации и преемственность в журналистском творчестве: «Отрадно, что и сегодня вы заняты любимым делом, продолжаете активно трудиться, передаете свой бесценный опыт молодым коллегам» [Шестаков 2016].

Итак, персонализация в публицистике выдающегося очеркиста В. В. Овчинникова представлена в раскрытии единства бытия человека с природой, их сил и отношений. На этом основана ведущая мысль его творчества: анализ бытия человека невозможен без обращения к природным основаниям сущности человека и к деятельному развертыванию его сущностных сил. Такая задача потребовала персонализации комбинированного характера, использование как непосредственного ее вида, так и опосредованного.

В общем виде обе соответствующие группы персонализации определяются системой компонентов. Шесть основных выявленных компонентов: знаниевый, профессиональный, эмоциональный, волевой, креативный и патриотический — подкрепляются семантическими соответствиями в наполнении контекстов. При этом налицо избирательная связь персонализации с системными семантическими отношениями: их характер при непосредственной персонализации и при опосредованной совпадает не полностью.

ЛИТЕРАТУРА

1. Алимуратов О. А. Функциональная природа лексического значения // Вестн. Пятигор. гос. лингвист. ун-та. 2004. № 4. С. 77—82.
2. Алимуратов О. А., Бруданина А. В. Опыт моделирования динамики формирования и вербализации концепта: теоретико-методологические подходы и практические приложения (на материале концепта PARTING, вербализуемого средствами английского языка) // Вестн. Пятигор. гос. лингвист. ун-та. 2009. № 3. С. 105—110.
3. Большой толковый словарь русского языка / гл. ред. С. А. Кузнецов. — СПб. : РАН : Норинт, 2014. 1456 с.
4. Волокитин Д. Ю. Замысел журналистского материала: идея, медиапотенциал, информационный повод, формулирование // Уч. зап. Крым. федер. ун-та им. В. И. Вернадского. Филологические науки. 2016. Т. 2 (68). № 4. С. 3—11.
5. Голубкова А. А. Амбивалентное очарование модерна // Новый мир. 2016. № 11. С. 170—181.
6. Гукасова М. М. Персонализация в социокультурном медиапространстве: от философских истоков до возможностей СМИ. — Саарбрюккен : LAP LAMBERT Academic Publ., 2016. 207 с.
7. Гукасова М. М. К вопросу о видах персонализации как способа медийного представления общественно-политических про-

- блем // Вестн. Пятигор. гос. ун-та. 2018. № 1. С. 137—139.
8. Диброва Е. И. Амбивалентность как текстообразующая категория // Текст. Структура и семантика. — М. : МГУ им. М. А. Шолохова, 2004. С. 6—26.
9. Добросклонская Т. Г. Язык средств массовой информации. — М. : КДУ, 2015. 116 с.
10. Докучаева И. Сравнительный анализ образа Японии в творчестве В. В. Овчинникова и В. Я. Цветова (на примере произведений «Ветка сакуры» и «Пятнадцатый камень Реандзи») // Сер.: Гуманитарные науки. 2012. № 24 (143). Вып. 16. С. 137—140.
11. Егорова Э. В. Лексическая реализация политических стереотипов в медиапространстве : автореф. дис. ... канд. филол. наук. — М., 2016. 26 с.
12. Ждан А. Н. Методологические уроки С. Л. Рубинштейна // Методология и история психологии. 2007. Т. 2. Вып. 4. С. 75—76.
13. Ильин А. И. Путь духовного обновления // Собр. соч. Т. 1. С. 171—176.
14. Коханова Л. А., Речицкий Л. А. Четвертый сегмент СМИ: реальность или вымысел? // Журналист. Социальные коммуникации. 2016. № 1—2. С. 63—76.
15. Мальцева Р. И. Несколько замечаний о природе популярной прессы // Коммуникационные системы и текстовые структуры. — Краснодар : КубГУ, 2008. С. 139—149.
16. Ободникова И. А. Педагогические подходы к определению креативности // Вестн. Брян. гос. ун-та. 2013. № 1. С. 125—127.
17. Овчинников В. В. Ветка сакуры. Рассказ о том, что за люди японцы. — М. : Молодая гвардия, 2014. 221 с.
18. Разинкина И. В. Управление знаниями с точки зрения глубины процессов изменений и уровня персонализации [Электронный ресурс] // Вестн. Москов. гос. обл. ун-та : электрон. журн. 2014. № 3. URL: <http://vestnik-mgou.ru/vi/Articles/Doc/580> (дата обращения: 15.03.2018).
19. РАС = Русский ассоциативный словарь : в 2 т. / отв. ред. Ю. Н. Караулов ; РАН. — М. : АСТ, 2002.
20. Ростовская Ю. В. Туристическая пресса в СССР: характер становления и развития // Вопросы теории и практики журналистики. 2018. Т. 7. № 1. С. 24—41.
21. Рубинштейн С. Л. Основы общей психологии. Сер.: Мастера психологии. — Питер, 2002. 720 с.
22. Руженцева Н. Б. Япония в определениях-репликах: дискурсивный контекст как фактор текстообразования // Политическая лингвистика. 2013. № 1 (43). С. 19—32.
23. Современный русский язык / под ред. Л. Р. Дускаевой. — М. ; СПб. : Питер, 2014. 352 с.
24. Самойленко Н. С. Позиционирование в тексте СМИ: номинативный аспект : дис. ... канд. филол. наук. — Воронеж, 2017. 214 с.
25. Седенкова Е. «Калейдоскоп жизни» Всеволода Овчинникова [Электронный ресурс]. 2009. 14 апр. URL: http://www.iile.ru/news_5920.html (дата обращения: 01.02.2018).
26. Тарасенко Т. П. Доминирующие модели образа России в современном дискурсе зарубежных СМИ. — Краснодар : КубГУ, 2014. 231 с.
27. Труфанова Е. О. «Я» как реальность и как конструкция // Вопр. философии. 2017. № 8. С. 100—112.
28. Тулупов В. В. Профессиональные стандарты, роли и деструктуризация в журналистике // Вестн. КГУ им. Н. А. Некрасова. 2014. № 7. С. 214—219.
29. Федосюк М. Ю. Синтаксис современного русского языка. — М. : ИНФРА-М, 2013. 245 с.
30. Чудинов А. П. Политическая лингвистика : учеб. пособие. 3-е изд., испр. — М. : Флинта : Наука, 2008. 256 с.
31. Шестаков Е. Человек с улицы Правды // Рос. газ. 2016. 17 нояб.
32. Щеглова Е. А. Стилистические особенности авторской колонки «Час с Овчинниковым» // Медиалингвистика / С.-Петерб. гос. ун-т, Ин-т «Высш. шк. журн. и масс. коммуникаций». 2014. Вып. 3 : Речевые жанры в массмедиа : сб. статей. 228 с.

M. M. Gukasova
Krasnodar, Russia

COMBINED MONOSYSTEMIC PERSONALIZATION DRAWING ON THE EXAMPLE OF PUBLICISM BY VSEVOLOD OVCHINNIKOV

ABSTRACT. *The paper discusses such multidimensional phenomenon as personalization. Special attention is paid to the political context of personalization. There are three types of personalization: direct personalization (personalization on the basis of calling a person by name), indirect personalization (a person is characterized by naming the problems, events, animals; in the analyzed discourse they are referred to with the help of general philosophical, social, spiritual and ethnic problems) and combined personalization that has the features of the other two types. Based on the media text by V. Ovchinnikov (a publicistic cycle "A Branch of Sakura") the research reveals combined monosystemic nature of personalization. A conclusion is made about the presence of multidimensional personalization in the works by V. Ovchinnikov that manifests itself in the unity of existence of a man and the nature, and in its activity-based, creative and consumer approaches. There are six components of personalization: knowledge-based, professional, emotional, volitional, creative and patriotic. Ambivalence lies in the basis of the text; there is V. Ovchinnikov's definition of the Japanese nature: the Japanese nature is ambivalent, which manifests in a flexible and specific way. In some context this ambivalence appears in the understanding of a person's narrow-mindedness. With the help of publicistic cognition and supported by personalization present in a publicistic text, readers comprehend the way of thinking of the people, their art, architecture, painting and aesthetic in general. The deep knowledge of Japan is found in the very beginning of V. Ovchinnikov's book and in his reaction to the current issues.*

KEYWORDS: political context; direct personalization; combined personalization; monosystemic personalization; media image; journalism.

ABOUT THE AUTHOR: Gukasova Mira Mikhailovna, Teacher of the Institute of Secondary Professional Education, Applicant Student of the History and Legal Regulation of Mass Communications Department, Kuban' State University, Krasnodar, Russia.

REFERENCES

1. Alimuradov O. A. Funktsional'naya priroda leksicheskogo znacheniya // Vestn. Pyatigor. gos. lingvist. un-ta. 2004. № 4. S. 77—82.
2. Alimuradov O. A., Brudanina A. V. Opyt modelirovaniya dinamiki formirovaniya i verbalizatsii kontsepta: teoretiko-metodologicheskie podkhody i prakticheskie prilozheniya (na materiale kontsepta PARTING, verbalizuemogo sredstvami angliyskogo yazyka) // Vestn. Pyatigor. gos. lingvist. un-ta. 2009. № 3. S. 105—110.
3. Bol'shoy tolkovyy slovar' russkogo yazyka / gl. red. S. A. Kuznetsov. — SPb. : RAN : Norint, 2014. 1456 s.
4. Volokitin D. Yu. Zamysel zhurnalistskogo materiala: ideya, mediapotsial, informatsionny povod, formulirovanie // Uch. zap. Krym. feder. un-ta im. V. I. Vernadskogo. Filologicheskie nauki. 2016. T. 2 (68). № 4. S. 3—11.
5. Golubkova A. A. Ambivalentnoe ocharovanie moderna // Novyy mir. 2016. № 11. S. 170—181.
6. Gukasova M. M. Personalizatsiya v sotsiokul'turnom mediaprostranstve: ot filosofskikh istokov do vozmozhnostey SMI. — Saarbrücken : LAP LAMBERT Academic Publ., 2016. 207 s.
7. Gukasova M. M. K voprosu o vidakh personalizatsii kak sposob mediynogo predstavleniya obshchestvenno-politicheskikh problem // Vestn. Pyatigor. gos. un-ta. 2018. № 1. S. 137—139.
8. Dibrova E. I. Ambivalentnost' kak tekstoobrazuyushchaya kategoriya // Tekst. Struktura i semantika. — M. : MGGU im. M. A. Sholokhova, 2004. S. 6—26.
9. Dobrosklonskaya T. G. Yazyk sredstv massovoy informatsii. — M. : KDU, 2015. 116 s.
10. Dokuchaeva I. Sravnitel'nyy analiz obraza Yaponii v tvorchestve V. V. Ovchinnikova i V. Ya. Tsvetova (na primere proizvedeniy «Vetka sakury» i «Pyatnadsatyy kamen' Reandzi») // Ser.: Gumanitarnye nauki. 2012. № 24 (143). Vyp. 16. S. 137—140.
11. Egorova E. V. Leksicheskaya realizatsiya politicheskikh stereotipov v mediaprostranstve : avtoref. dis. ... kand. filol. nauk. — M., 2016. 26 s.
12. Zhdan A. N. Metodologicheskie uroki S. L. Rubinshteyna // Metodologiya i istoriya psikhologii. 2007. T. 2. Vyp. 4. S. 75—76.
13. Il'in A. I. Put' dukhovnogo obnovleniya // Sobr. soch. T. 1. S. 171—176.
14. Kokhanova L. A., Rechitskiy L. A. Chetvertyy segment SMI: real'nost' ili vymysel? // Zhurnal. Sotsial'nye kommunikatsii. 2016. № 1—2. S. 63—76.
15. Mal'tseva R. I. Neskol'ko zamechaniy o prirode populyarnoy pressy // Kommunikatsionnye sistemy i tekstovye struktury. — Krasnodar : KubGU, 2008. S. 139—149.
16. Obodnikova I. A. Pedagogicheskie podkhody k opredeleniyu kreativnosti // Vestn. Bryan. gos. un-ta. 2013. № 1. S. 125—127.
17. Ovchinnikov V. V. Vetka sakury. Rasskaz o tom, chto za lyudi yaponsy. — M. : Molodaya gvardiya, 2014. 221 s.
18. Razinkina I. V. Upravlenie znaniyami s tochki zreniya glubiny protsessov izmeneniy i urovnya personalizatsii [Elektronnyy resurs] // Vestn. Moskov. gos. obl. un-ta : elektron. zhurn. 2014. № 3. URL: <http://vestnik-mgou.ru/vi/Articles/Doc/580> (data obrashcheniya: 15.03.2018).
19. RAS = Russkiy assotsiativnyy slovar' : v 2 t. / otv. red. Yu. N. Karaulov ; RAN. — M. : AST, 2002.
20. Rostovskaya Yu. V. Turisticheskaya pressa v SSSR: kharakter stanovleniya i razvitiya // Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki. 2018. T. 7. № 1. S. 24—41.
21. Rubinshteyn S. L. Osnovy obshchey psikhologii. Ser.: Mastera psikhologii. — Piter, 2002. 720 s.
22. Ruzhentseva N. B. Yaponiya v opredeleniyakh-replikakh: diskursivnyy kontekst kak faktor tekstoobrazovaniya // Politicheskaya lingvistika. 2013. № 1 (43). S. 19—32.
23. Sovremennyy russkiy yazyk / pod red. L. R. Duskaevoy. — M. ; SPb. : Piter, 2014. 352 s.
24. Samoilenko N. S. Pozitsionirovanie v tekste SMI: nominativnyy aspekt : dis. ... kand. filol. nauk. — Voronezh, 2017. 214 s.
25. Sedenkova E. «Kaleydoskop zhizni» Vsevoloda Ovchinnikova [Elektronnyy resurs]. 2009. 14 apr. URL: http://www.iile.ru/news_5920.html (data obrashcheniya: 01.02.2018).
26. Tarasenko T. P. Dominiruyushchie modeli obraza Rossii v sovremennom diskurse zarubezhnykh SMI. — Krasnodar : KubGU, 2014. 231 s.
27. Trufanova E. O. «Ya» kak real'nost' i kak konstruktivnaya // Vopr. filosofii. 2017. № 8. S. 100—112.
28. Tulupov V. V. Professional'nye standarty, roli i destruktivnaya realizatsiya v zhurnalistike // Vestn. KGU im. N. A. Nekrasova. 2014. № 7. S. 214—219.
29. Fedosyuk M. Yu. Sintaksis sovremennogo russkogo yazyka. — M. : INFRA-M, 2013. 245 s.
30. Chudinov A. P. Politicheskaya lingvistika : ucheb. posobie. 3-e izd., ispr. — M. : Flinta : Nauka, 2008. 256 s.
31. Shestakov E. Chelovek s ulitsy Pravdy // Ros. gaz. 2016. 17 noyab.
32. Shcheglova E. A. Stilisticheskie osobennosti avtorskoy kolonki «Chas s Ovchinnikovym» // Medialingvistika / S.-Peterb. gos. un-t, In-t «Vyssh. shk. zhurn. i mass. kommunikatsiy». 2014. Vyp. 3 : Rechevye zhanry v massmedia : sb. statey. 228 s.