

На правах рукописи

Бельцова Инна Александровна

**ТЕМА УСПЕШНОСТИ ЛЮДЕЙ ПЕНСИОННОГО ВОЗРАСТА
В СОВРЕМЕННЫХ РОССИЙСКИХ И АМЕРИКАНСКИХ СМИ**

Специальность 10.01.10 – Журналистика

АВТОРЕФЕРАТ

диссертации на соискание ученой степени
кандидата филологических наук

Казань – 2014

Работа выполнена на кафедре журналистики Федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего профессионального образования «Казанский (Приволжский) федеральный университет» Министерства образования и науки Российской Федерации (ФГАОУ ВПО К(П)ФУ МО и Н РФ)

Научный руководитель: доктор философских наук, профессор
Шайхитдинова Светлана Каимовна

Официальные оппоненты: доктор филологических наук,
профессор кафедры теории массовых
коммуникаций ФГБОУ ВПО «Челябинский
государственный университет» (г. Челябинск)
Загидуллина Марина Викторовна

кандидат филологических наук, доцент кафедры
издательского дела и книговедения ФГБОУ ВПО
«Удмуртский государственный
университет» (г. Ижевск)
Старкова Галина Ивановна

Ведущая организация: ФГБОУ ВПО «Тольяттинский государственный
университет»

Защита состоится «22» мая 2014 года в 15 часов 00 минут на заседании диссертационного совета Д 212.081.14 в Казанском (Приволжском) федеральном университете по адресу: 420008, г. Казань, ул. Татарстан, д.2, ауд. 207.

С диссертацией можно ознакомиться в Научной библиотеке имени Н.И. Лобачевского Казанского (Приволжского) федерального университета (Казань, ул. Кремлевская, д.35). Электронная версия автореферата размещена на официальном сайте Казанского (Приволжского) федерального университета: <http://www.kpfu.ru>, а также на официальном сайте ВАК: <http://vak.ed.gov.ru/>. Электронная версия текста диссертации размещена на официальном сайте Казанского (Приволжского) федерального университета: <http://www.kpfu.ru>

Автореферат разослан « » _____ 2014 г.

Ученый секретарь диссертационного совета,
кандидат филологических наук,
доцент

Р.Л. Зайни

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность темы диссертационного исследования обусловлена упрочнением концепта «успех» в средствах массовой информации в качестве одной из основных ценностей, указывающих на состоятельность личности или общности. Имея оценочную семантику, это понятие наиболее часто используется для создания положительных образов, в том числе и средствами журналистики – через поворот темы, через основную идею, подбор персонажей, выбор сюжетной линии. С помощью различного рода выразительных средств и методов построения текстов в российских СМИ конструируется устойчивый дискурс успешности героев журналистских произведений. При этом обнаруживается практически полное отсутствие представленности геронтологического ракурса этого понятия. Успешность в практической журналистике формируется либо в контексте имиджа людей молодого и среднего возраста (трудоспособная часть населения), либо обобщенно. Более того, в СМИ наблюдается преобладание негативной информации в материалах, посвященных представителям пенсионного возраста, что способствует маргинализации и социальному отчуждению этой возрастной группы. Старость, судя по публикациям, не пользуется уважением. Хотя именно на этом этапе жизни обостряется потребность ощущать себя не оставленным, не отесненным на «обочину» жизни. Эта проблема находится вне поля зрения как журналистской практики, так и отечественной теории журналистики. Практически не исследован образ старшего поколения в различных источниках информации, особенности и специфика раскрытия этого образа в странах, где существует положительный опыт.

Между тем, возвращение человека и его мира в информационную повестку дня является сегодня одной из насущных проблем нашей жизни в условиях все нарастающей технологизации и технизации повседневности¹. Утверждение в журналистике идеи о том, что пожилые люди могут чувствовать себя нужными обществу, успешными, исследование возможностей достижения ими успеха видится нам одним из важнейших тематических направлений на пути «возвращения человека». От того, как мы относимся к старшему поколению, в каких культурных кодах, какими творческими методами транслируется это отношение через телевидение, прессу, Интернет-СМИ, зависит, в конечном счете, здоровье нации. Что может сделать журналистика для здоровья нации – начатый учеными и практиками поиск

¹ См.: Фролова Т.И. Человек и его мир в информационной повестке дня: Гуманитарные технологии в журналистике. М.: АСИ, 2009. 288 с. Шайхитдинова С.К. Информационное общество и «ситуация человека»: Эволюция феномена отчуждения. Казань: Изд-во Казанского ун-та, 2004. 308 с.

ответов на этот вопрос выводит тему нашего исследования в разряд особо актуальных².

Степень изученности вопроса. Тема данной диссертационной работы до настоящего времени не становилась предметом специального исследования в филологических науках и журналистиковедении.

В социально-гуманитарном знании понятие успеха рассматривается с позиции междисциплинарного подхода и изучается лингвистами, социологами, психологами, философами, культурологами. Несмотря на то, что в последние несколько лет в России наблюдается повышенное внимание к феномену успеха, геронтологический ракурс этого явления практически не упоминается. Исключение составляют единичные работы, в которых анализируются различия в восприятии критериев успешности применительно к разным возрастам. Примером такого рода работ служит диссертационное исследование В.Н. Мерзляковой, посвященное анализу дискурса успешности в российской медиакультуре 2000-х годов³. В нем рассматриваются возрастные границы образа успешного человека, конструируемого СМИ, выделяются символические признаки дискурса успешности, актуальные для старшего поколения.

Семантические составляющие понятия успеха, его этимология, содержание структурных компонентов, основные синонимические дублиеты рассматриваются в работах Н.Р. Эренбург, Е.Н. Хрыниной, А.А. Андриенко, Т.Н. Гордиенко, Е.В. Ноженко, А.А. Касловой, Н.А. Черновой, В.И. Карасик. Понятие «успех» исследуется многими учеными посредством анализа системы смысловых элементов и образов народных сказок (В.Г. Иваницкий, О.В. Михайлова, О.А. Браун, Н.Н. Русакова). Оно рассматривается в контексте различных дискурсов: делового, популярного.

Проблемы этики успеха, различные социальные и деловые аспекты успешности, ее критерии и атрибуты в современном обществе исследуется в трудах Г.Л. Тульчинского, В.И. Бакштановского, Ю.А. Согомонова, Ю.В. Согомонова, Г.Г. Дилигинского, В.А. Чурилова, М.А. Александровой, О.Ю. Корниенко, А.Д. Галюк, Л.С. Шиловой, М.В. Кирюшиной, О.Ю. Клочковой. Представители философского подхода (А.В. Прокофьев, Е. Чеботарева, Е.В. Караханян, Е.И. Ревзин, Л.А. Мулляр, Г.И. Петрова, Ф.А. Ковальчук, С.Ю. Ключников) рассматривают динамическую взаимосвязь успеха, социальности и социальных субъектов, его причинно-следственную природу, соотнесение феномена успеха с другими философскими категориями.

² См.: Журналистика для здоровья нации / Под ред. Т.И.Фроловой. Изд-во Моск.ун-та, 2013. 398 с.

³ Мерзлякова В.Н. Дискурс успешности в российской медиакультуре 2000-х годов: автореф. дис. ... канд. культ. наук. Москва, 2012. 26 с.

Проблемы субъективного благополучия, мотивы достижения успеха и избегания неудач, взаимосвязь представлений об успешности с особенностями личностного самоопределения, составляющие образа успешного человека в семантическом пространстве личности рассматриваются в работах Ю.В. Артамошиной, В.С. Атюниной, Н.И. Нефедовой, А.Р. Тугушевой.

В теории журналистики вопрос о том, что все слои и социальные группы общества имеют право быть представленными в публичном пространстве в контексте основных проблем их повседневной жизни, поднимается в литературе по профессиональной этике социально ответственной журналистики⁴. Творческие методы и способы воплощения журналистики «с человеческим лицом» в текстах массовой информации рассматриваются в работах по социальной журналистике⁵. Работа с журналистским произведением, его специфика в освещении образов наших современников, в том числе и в сравнении с западной журналистикой, - этот аспект затрагивается в трудах теоретиков, исследующих творческие методы работы журналиста, творческие лаборатории выдающихся журналистов, а также методы работы зарубежных СМИ⁶.

Цель данного диссертационного исследования заключается в выявлении специфики подачи темы успешности людей пенсионного возраста в журналистских текстах на примере публикаций в американской и российской печати.

Поставленная цель предполагает выполнение следующих **исследовательских задач**:

1. Провести анализ особенностей проблематизации геронтологической тематики в СМИ и науке. Исследовать терминологию, применяемую для

⁴ См.: Бакштановский В.И., Согомонов Ю.В. Этика профессии: миссия, кодекс, поступок. Тюмень: НИИ прикладной этики ТюмГНГУ, 2005. 378 с.; Дзялошинский И.М. Журналистика соучастия. Как сделать СМИ полезными людям. М.: Престиж, 2006. 104 с.; Кумылганова И.А. Профессиональная этика журналиста: зарубежный опыт. М.: Ф-т журналистики МГУ, 2012. 196 с.; Профессиональная этика журналистов. Документы и справочные материалы. Сост. Казаков Ю.В. Т.1. М., 2004. 480 с.; Шайхитдинова С.К. Медиаэтика. Казань, 2007. 78 с.; Киричек П. Н. Информационная культура общества / П. Н. Киричек. М.: Изд-во РАГС, 2009. 208 с.

⁵ Социальное функционирование журналистики / под. ред. С.Г. Корконосенко. СПб.: Час Пик, 1994. 181 с.; Фролова Т.И. Социальная журналистика и ее роль в общественном диалоге. М.: Светлая полоса, 2002. 76 с.

⁶ Ким М.Н. Технология создания журналистского произведения. СПб.: Изд-во Михайлова В.А., 2001. 320 с.; Журналистика на перепутье. Опыт России и США / Под ред. Е.Л. Вартановой. М., 2006. 184 с.; Мисонжиков Б.Я. Феноменология текста С.Пб.: Изд-во Санкт-Петербургского ун-та, 2001. 490 с.; Распопова С.С. Журналистское творчество: теория и практика освоения. М.: МАКС Пресс, 2006. 260 с.; Ученова В.В., Шомова С.А. Полифония текстов в культуре. М.: Омега-Л, ИМПЭ им. А.С. Грибоедова, 2003. 392 с.; Шостак М.И. Журналист и его произведение. М.: Гендальф, 1998. 96 с.

обозначения категории людей пенсионного возраста в журналистских текстах. Обозначить основные компоненты стереотипного образа пожилых людей в российском и западном обществе, выяснить особенности его подачи в средствах массовой информации.

2. Определить составляющие образа успешного человека в американской и в российской культуре.
3. Рассмотреть проблему подачи темы успешности в пенсионном возрасте в журналистских текстах в рамках конструктивистского подхода. Обозначить основные позиции критического дискурс-анализа.
4. Провести исследование специфики подачи темы успешности людей пенсионного возраста в американской периодической печати.
5. Выяснить специфику подачи темы успешности людей пенсионного возраста в общефедеральных российских газетах.
6. Обозначить специфику подачи темы успешности людей пенсионного возраста в региональной российской русскоязычной прессе.
7. Выявить специфику подачи темы успешности людей пенсионного возраста в журналистских текстах региональной российской татароязычной газеты.

Объект исследования: американские «The New York Times», «USA Today»; общефедеральные «Российская газета», «Известия»; региональные русскоязычные «Казанские ведомости», «Челнинские известия»; татароязычная «Ватаным Татарстан» газеты.

Предмет исследования: дискурсивные практики, проявляемые в конструировании образа успешных людей пенсионного возраста, ценностные приоритеты, обнаруживаемые в специфике подачи темы успешности пожилых людей в средствах массовой информации.

Теоретико-методологические основания исследования. Теоретической основой работы выступает теория социально ответственной журналистики, журналистики «с человеческим лицом», значение которой определяется ее культурно-созидательным потенциалом. Мы исходим из того, что в сфере ценностно-нормативных отношений долг журналиста - не пассивно отражать существующее положение вещей, а способствовать утверждению гуманистических ценностей. Эта идея поддерживается методологией исследования, сформированной в поле конструктивистской парадигмы. Согласно ее основным принципам, каждое понятие обретает смысловое наполнение в процессе коммуникации (а не отражения объективной реальности) и представляет собой речевую конвенцию. Таким образом, дискурс успешности людей пенсионного возраста, обнаруживаемый в прессе – это общественно-культурная практика, выраженная в языке и поддержанная текстами СМИ. Обнаружение того, через какие элементы журналистских произведений проявляет себя тема успешности пожилых, осуществлено нами

посредством дискурс-анализа в комплексе научного, исторического, аксиологического контекстов. Придерживаясь принципа историзма, мы рассматриваем тему успешности людей пенсионного возраста в журналистике в динамике культурно-исторических изменений.

Эмпирическую базу составили журналистские тексты, опубликованные в период с 2009 по 2013 год включительно в газетах США: «The New York Times», «USA Today»; общефедеральных российских газетах: «Российская газета», «Известия»; региональных российских русскоязычных газетах: «Казанские ведомости», «Челнинские известия»; региональной российской татароязычной газете «Ватаным Татарстан».

Научная новизна исследования.

1. Впервые проведено комплексное исследование и выявлены особенности подачи темы успешности людей пенсионного возраста в СМИ.
2. Междисциплинарный анализ смыслового поля концепта «успех» обогащен наработками филологического подхода.
3. Выявлено, что специфика подачи темы успешности людей пенсионного возраста в печатных изданиях определяется цивилизационными особенностями восприятия текстов аудиторией, ее ценностными приоритетами.
4. Представлена ценностная структура подачи темы успешности людей пенсионного возраста в изданиях, выделены тематические категории журналистских материалов в соответствии с содержанием эмпирического кода события.
5. Выработаны практические рекомендации для работников средств массовой информации.

Теоретическая и практическая значимость работы. Полученные результаты исследования могут быть полезны журналистам, студентам, обучающимся по специальности «Журналистика», а также при разработке стратегий социальной политики, воплощаемой в деятельности общественно-значимых средств массовой информации и журналистики.

Положения, выносимые на защиту:

1. В современных журналистских материалах концепт «успех» имеет оценочную семантику. Ядерные и терминальные значения, входящие в его организационную структуру, образуют систему оценочных категорий, на основе которой конструируется положительный образ пожилого человека в средствах массовой информации.
2. Форма подачи темы успешности людей пенсионного возраста в СМИ детерминирована особенностями системы ценностей аудитории, обусловленными культурно-историческими предпосылками развития той или иной страны.

3. Существуют две основные линии конструирования успешности пожилых людей в СМИ США и России: успех как богатство и общественное признание (макроуровень) и успех как ежедневные победы рядового человека в рамках его собственной жизни (микроуровень). К первой категории относятся пожилые люди, обладающие широкой известностью (политики, актеры, бизнесмены), ко второй – рядовые граждане пенсионного возраста.
4. Специфика подачи темы успешности представителей пенсионного возраста в американских СМИ характеризует журналистику Соединенных Штатов Америки как институт гражданского общества, способствующий обеспечению равных прав и условий жизни для всех возрастных категорий. В материалах американских газет деятельность успешных пожилых людей рассматривается в контексте их гражданского самосознания. Приоритетной темой в конструировании образа успешных представителей пенсионного возраста выступает комфорт личности.
5. В дискурсивных практиках, используемых при подаче темы успешности пожилых людей в общенациональных средствах массовой информации, преобладают негативные характеристики стереотипного образа рассматриваемой социальной общности. Это обуславливает конфликт тем: с одной стороны — физической и финансовой несостоятельности и бедности, с другой — успешности.
6. Подача темы успешности людей пенсионного возраста в региональных российских русскоязычных газетах отличается оптимистичностью. Успешность пожилых людей конструируется в контексте констатации их вклада в развитие Республики Татарстан, подчеркивается деятельность, способствующая возвращению к традициям, культурным истокам татарского народа.
7. Отличительной особенностью материалов татароязычной региональной газеты, обнаруживающих дискурс успешности в геронтологическом ракурсе, является обращение к теме национального самосознания, семейных ценностей и религии. Газета «Ватаным Татарстан» представляет собой пример соблюдения основных принципов журналистского творчества: народность, массовость, патриотизм, гуманизм. В тоже время наблюдается отсутствие ультрапатриотизма или мессианизма: культивируя чувство национальной гордости, бережное отношение к национальной памяти, журналисты этого издания не противопоставляют татарский народ другим этносам.

Апробация научных результатов. Основные положения данной диссертационной работы обсуждались на международных и всероссийских научно-практических конференциях: V международная научно-практическая

конференция «Теория и практика современной науки» (Москва, 2012); всероссийская научно-практическая конференция с международным участием «Проблемы брака и супружества в условиях полиэтнического общества: теоретико-эмпирический анализ» (Казань, 2012); XXXV международная научно-практическая конференция «Глобальный кризис современности в сфере соотношения мировоззрения, социальных ценностей и политических интересов» (Лондон, 2013); XI международная научно-практическая конференция, посвященная проблемам общественных наук, «Формирование новых концепций научных исследований психологии и педагогики в XXI веке» (Москва, 2013); II международная научная конференция «Филология и лингвистика в современном обществе» (Москва, 2014).

По теме диссертации опубликовано 10 работ, из них 4 в научных журналах, рекомендованных ВАК.

Структура диссертации. Диссертационная работа состоит из введения, двух глав, включающих восемь параграфов, заключения, списка литературы и использованных источников.

Во введении представлена общая характеристика работы: обосновывается актуальность исследования, определяется объект и предмет, ставится цель, в соответствии с которой формулируются задачи, выявляется научная новизна работы, определяются положения, выносимые на защиту.

В первой главе - **«Теоретико-методологические основания исследования успешности людей пенсионного возраста как темы для выступлений СМИ»** - обосновывается положение о том, что форма подачи любой темы в СМИ определяется ожиданиями ее потенциальной аудитории. Ожидания, в свою очередь, обуславливаются ценностными приоритетами, сложившимися в культуре того или иного общества. Доминирующая система ценностей каждой страны складывается под влиянием таких факторов, как исторические предпосылки, культурно-религиозные традиции. С целью выявления особенностей ожидания американской и российской аудиторий от подачи темы успешности в СМИ, в параграфах 1.2, 1.3 проводится анализ систем ценностей, на основе которых базируется это понятие.

В первом параграфе **«Пенсионный возраст и стереотипы общественного мнения»** проводится анализ особенностей проблематизации геронтологической тематики в СМИ и науке; выявляются составляющие стереотипного образа пожилого человека; рассматриваются термины, используемые для обозначения категории людей пенсионного возраста. Обозначенная проблема анализируется с условным делением на две культурные группы: российскую и западную.

Наблюдается глобальная тенденция преобладания негативных черт в стереотипном образе человека позднего возраста. В научной сфере основная

масса исследований геронтогруппы представлена медициной. Как следствие, гериатрический дискурс обуславливает ассоциирование позднего возраста с болезнью и физической слабостью. Это положение, в целом, актуально как для России, так и для западных стран. Однако в США и Германии в 1970-х годах появление концепции «успешного старения» (П. Болтс, Д. Роуи, Р. Кан) задало тенденцию к рассмотрению заключительного периода жизни человека в конструктивном ключе. Возникнув как научный концепт, термин «успешное старение» был популяризован и стал частью журналистского и разговорного дискурсов во многих западных странах (США, Германия, Великобритания, Австралия).

В указанных государствах вопрос о присутствии негативных черт в стереотипном образе людей пенсионного возраста, создаваемого СМИ, осознан и проблематизирован. В связи с этим, в частности, происходят активные дискуссии терминов, которыми номинируются люди пенсионного возраста, наблюдается интенция популяризовать политкорректные наименования. В отечественной прессе данный вопрос не проблематизируется. Употребляемые термины зачастую имеют пренебрежительный оттенок.

Анализ особенностей освещения геронтологической тематики в СМИ обнаруживает, что люди пенсионного возраста остаются наименее представленной группой в медиапространстве. В отечественной прессе чаще всего освещаются проблемы представителей геронтогруппы (как правило, финансовые), создается образ зависимых, нуждающихся людей. Это, в частности, проявляется в особенности формулировок газетных заголовков, например, «Питерских бабушек приучили к социальным сетям»⁷. Вследствие выбора журналистом слова «приучить», пожилые люди представляются в качестве беспомощных, не имеющих собственного мнения людей. Несмотря на нейтральное содержание самой статьи, формулировка заголовка имеет выраженный дискриминационный оттенок.

В западных странах, в частности, в США, имидж людей старшего возраста в СМИ подается в положительном ключе. Категория пожилых представляется как влиятельный, социально активный слой населения, обладающий значительными финансовыми ресурсами. Например, в статье, опубликованной в газете «Chicago Tribune»: «With control over 75 percent of American households' net worth, the generation born between 1946 and 1955 is looking pretty appealing to marketers» («Поскольку 75% американского собственного капитала контролируется поколением людей, родившихся между 1946 и 1955 гг., этот слой населения представляется крайне привлекательным

⁷ Горчакова А. Известия. 2011. 28 сентября. URL: <http://izvestia.ru/news/502281> (дата обращения 02.05. 2012).

для специалистов в области маркетинга»)⁸. В статье говорится о том, что современные производители и поставщики услуг и товаров скрупулезно изучают потребности представителей геронтогруппы, разрабатывают стратегии, направленные на привлечение покупателей старшего возраста, которые являются одной из наиболее платежеспособных категорий граждан.

Во втором параграфе **«Ценностные приоритеты и образ успешного человека в американской культуре и СМИ (к вопросу о генезисе понятия успешности)»** исследуются исторические предпосылки возникновения понятия успеха, его основные элементы в аксиологическом разрезе, анализируются публикации, посвященные успешности пожилых людей.

Аксиологическая база понятия успеха была заложена пуританизмом. Он детерминировал формирование таких ценностей, ставших основой феномена успеха в американской культуре, как индивидуализм, эгалитаризм, стремление к материальному благосостоянию, высокая значимость образования.

В американской культуре успех – это всегда результат активных действий, труда. Отрицается идея «теории везения», согласно которой успех является следствием удачи и благоприятно сложившихся обстоятельств. Смысловое поле понятия составляют такие концепты, как «self-made man» («человек, сделавший себя сам»), «американская мечта», «rags to riches» («из грязи в князи»), а также идея об исключительности американского народа.

В качестве критериев успешности выделяются следующие: способность к упорному труду, наличие определенного таланта и, как результат, обретение богатства и общественного признания. Достижение материального благосостояния – основной критерий в оценке успешности.

Американская модель успеха имеет достаточно постоянные во времени фиксированные рамки и критерии. Она до сих пор базируется на системе ценностей, заложенных пуританизмом, которые находят свое отражение в журналистских текстах, посвященных успешности. В качестве примера можно привести статью под названием «For a New Political Age, a Self-Made Man» («Для новой политической эпохи – “человек, сделавший себя сам”»), опубликованную в газете «The New York Times». В данном материале термин «self-made man» применяется относительно Барака Обамы. В статье рассказывается, как семья Обамы могла прокормиться только благодаря продовольственным талонам, а сам будущий президент вынужден был подрабатывать в беднейших кварталах Чикаго⁹. В статье создается образ

⁸ Stevens H. A winning strategy for Super Bowl ads // Chicago Tribune. 2012. January 1. URL: http://articles.chicagotribune.com/2012-02-01/features/ct-tribu-words-work-superbowl-20120201_1_super-bowl-ads-marketers-ad-spots (reference date 01.02.2012).

⁹ Kantor J. The New York Times. 2008. August 27. URL: http://www.nytimes.com/2008/08/28/us/politics/28obama.html?pagewanted=all&_r=0 (reference date 27.10.2012).

главного героя в терминах классического содержания концепта, вынесенного в заголовок («self-made man» - это человек, который, будучи выходцем из низших, беднейших слоев общества, не имея поддержки со стороны, упорным трудом и силой воли достигает успеха и общественного признания).

В результате проведенного анализа мы выявили основные ценности, являющиеся базой концепта «успех» в восприятии американских читателей средств массовой информации (Таблица 1).

Таблица 1. Ценностные приоритеты США, образующие основу концепта «успех»

Стремление к материальному благосостоянию	Данная ценность является абсолютно доминантной. Успех в американской трактовке всегда подразумевает материальное благополучие.
Эгалитаризм	Истинный успех – тот, который достигнут собственными усилиями, без поддержки со стороны. Трудом успеха может достичь каждый, независимо от изначальных данных.
Индивидуализм	Ценность успеха <i>отдельной личности</i> .
Образование	Тема образования в контексте системы ценностей выходит за рамки трактовки этого понятия как следствия обучения в учебном заведении. Здесь она часто артикулируется через стремление к обретению новых знаний как таковых без привязки к системе социальных институтов.
Труд	Это неотъемлемый элемент успеха, который выражается через понятие <i>активности</i> индивида. Труд в контексте как творческой самореализации, так и получения прибыли.

В третьем параграфе «**Ценностные приоритеты и образ успешного человека в российской культуре и СМИ**» выделяются: критерии успешности; компоненты образа успешного человека; ценности, составляющие смысловую базу понятия успеха в российском восприятии; особенности репрезентации темы успешности в отечественном медиапространстве; рассматриваются основные научные подходы, существующие модели успеха.

Феномен успеха в России существовал всегда. В разные эпохи он обозначался разными словами-маркерами. Однако понятие успешности *отдельного* индивида вошло в речевое сознание русского народа только в 1990–е годы.

В России социальное восприятие феномена успеха многовариантно. В СМИ тема успешности подается по-разному, с акцентированием тех или иных ценностей, в зависимости от потенциальной аудитории и возраста главного героя. Наблюдается представленность двух крупных систем ценностей, на которых основывается форма подачи темы успеха в СМИ: традиционной российской и американской. Какой из них придерживается аудитория, зависит от ее принадлежности к определенной возрастной группе. Прослеживается

ценностный разлом в восприятии понятия успеха разными поколениями россиян.

В российской культуре феномен успеха часто эксплицируется через представление об удаче. Это объясняется, с одной стороны, особенностями менталитета, с другой – пациентивной установкой русского языка. Под последней понимается пассивная ориентация языка, выражающаяся, в частности, в частом употреблении безличных глаголов (мне не спится, не думается)¹⁰.

В результате теоретического исследования были выявлены традиционные российские ценности, лежащие в основе понятия успеха (Таблица 2).

Таблица 2. Традиционные российские ценности, образующие основу концепта «успех»

Духовность, потребительский аскетизм	Демонстративное отрицание материальных благ, денежного успеха. Преобладание духовных ценностей над материальными.
Борьба	Успешность в контексте противостояния чему-либо.
Труд	Труд как творчество и самоактуализация. Труд для достижения прибыли осуждается.
Коллективизм	Рассмотрение успеха не как успешности отдельного индивида, а в контексте вклада в процветание общего дела. Преданность коллективному долгу.
Самопожертвование	Подчинение частного общему. Примат государства над ценностью отдельного индивида.
Успех как удача	Успех – не следствие усердного, планомерного труда, а результат случая.
Скромность	Осуждение демонстрации человеком собственных достижений.

В четвертом параграфе **«Критерии анализа успешности в газетных текстах в рамках конструктивистской парадигмы»** выделяются основные позиции данной парадигмы, с опорой на которые проводится эмпирическое исследование. Перечисляются критерии анализа газетных текстов. Обозначаются языковые единицы и семантические дубликаты концепта «успех», позволяющие обнаружить дискурс успешности в конкретном тексте.

Доминирующие ценностные ориентиры в различных странах, сложившиеся вследствие определенных культурно-исторических предпосылок, детерминируют особенности социального восприятия успешности людей пенсионного возраста. Эти особенности представляют собой типифицирующие условия подачи темы успешности пожилых людей в

¹⁰ Вежицкая А. Язык. Культура. Познание / Пер. с англ. Отв. ред. М.А. Кронгауз, вступ. ст. Е. В. Падучевой. М.: Русские словари, 1996. С. 55.

газетных текстах. Закрепляя определенные компоненты образа успешного человека, оформляя их в виде текста, журналисты, таким образом, участвуют в динамическом процессе конструирования указанного социального феномена в массовом сознании. Теоретическое обоснование этого процесса наиболее ярко демонстрируется в социальном конструкционизме.

Структура концепта «успех» включает в себя ядро, приядерную зону, периферию. Само слово «успех» является ключевой лексемой, одновременно с ним существует множество периферийных значений, которые в журналистских текстах могут быть представлены различными словами и выражениями. Например, для русского языка: «победа», «рекорд», «достигнутая цель», «удача», «везение», «престиж», «признание», «исполнение мечты», «счастье», «мастер на все руки», «энтузиаст», «герой», «активист» и др.¹¹ Для английского языка: «achievement (of goals)» («достижение (целей)»), «happiness» («счастье»), «planning» («планирование»), «hard work» («усердный труд»), «wealth» («богатство»), «dreaming» («мечтающий»), «excellence» («отличие»), «action» («действие»), «power» («власть»), «victory» («победа»), «progress» («прогресс»), «health» («здоровье»), «luck» («удача»), «greatness» («величие») и др.¹² Дискурс успешности в газетной статье может быть обнаружен как непосредственно в присутствии слова «успех», так и через наличие других периферийных значений семантического поля указанного концепта. Таким образом, концепт «успех» понимается в нашей работе предельно широко: как совокупность множества его номинативных оттенков, выражающихся в различных словах, словосочетаниях или смысловых текстовых блоках.

На основе теоретического исследования были выявлены основные единицы анализа дискурсивных практик, которые выделяются в процессе исследования репрезентации темы успешности представителей геронтогруппы в СМИ во второй главе данной диссертационной работы: код персонажа (номинации, конструирование его образа в рамках какой-либо субъективной роли), код события, практики адресанта (особенности подачи позиции журналиста), практики формирования концепта «успех», риторические коды.

Вторая глава диссертации «Особенности конструирования темы успешности людей пенсионного возраста в разных типах газет» посвящена исследованию того, каким образом культурные особенности социального восприятия потенциальных аудиторий раскрываются в изданиях разной типологической направленности.

Исследование проводится в двух плоскостях: анализируются дискурсивные практики конструирования *образа* успешного человека

¹¹ Эренбург Н.Р. Концепт успех и его репрезентация в русском языке новейшего периода: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Воронеж, 2006. 24 с.

¹² Андриенко А.А. Концепт успех в американской и русской лингвокультурах (на материале популярно-делового дискурса): автореф. дис. ... канд. филол. наук. Белгород, 2010. 21 с.

пенсионного возраста; *ценности*, в рамках которых подается тема успешности пожилого человека в газетных текстах.

В первом параграфе второй главы **«Тема успешности людей пенсионного возраста в газетах США: приоритет комфорта личности»** в качестве источниковой базы выступают издания: «USA Today», «The New York Times».

Журналистские тексты газеты «The New York Times», представляющей собой качественную прессу, отличаются стилистической, лексической, грамматической корректностью. Для формы изложения материалов, посвященных успешным людям пенсионного возраста, характерна сдержанность, точность деталей. В композиционную структуру статей включаются статистические или исторические данные, даты. Риторический код отличается грамотной сбалансированностью: отсутствие отстраненной официозности и, в то же время, фамильярности. Материалы, обнаруживающие тему успешности пожилых людей, выполнены в информационных (интервью, новостная заметка), аналитических (проблемная статья), художественно-публицистических (портретный очерк, эпитафия) жанрах.

Для материалов газеты «USA Today» характерна краткость, сенсационность, в оформлении применяется крупный шрифт. Основные жанры – новостная заметка, исследовательско-новостная заметка (news feature), авторская колонка, эпитафия. Интервью встречается только в качестве вставки в сюжетную часть композиционной структуры текста и как самостоятельный жанр в газете «USA Today» в публикациях, посвященных успешным пожилым людям, не представлен. Статьи отличаются эмоциональностью изложения, зачастую присутствует разговорная стилистика. В материалах микрогруппы ярко выражено авторское «я», практики адресанта четко читаемы и легко идентифицируемы, особенно характерна ирония. Пример из статьи К. Уилсона, посвященной 103-летней Хэлен: «<...> I suspect this year's so-far successful basketball season will keep her going until March. Nothing like the possibility of a Final Four perch to get that heart pumping». «<...> я подозреваю, что до марта она уж точно будет в порядке, благодаря нынешнему удачному баскетбольному сезону. Ничто не может заставить это сердце биться, кроме предстоящей возможности посмотреть финал игры»¹³.

Для эмпирического кода текстов макроуровня характерны следующие номинации главных героев: «celebrity» («знаменитость»), «legend» («легенда»), famed («прославленный»), «well-known» (хорошо известный), «expert»

¹³ Wilson C. USA Today. 2013. February 27. URL:

<http://www.usatoday.com/story/life/books/2013/01/22/final-word-craig-wilson/1832451/> (reference date 17.08.2013).

(«эксперт»), «one of a kind» («единственный в своем роде»), «teacher» («учитель»), «mentor» («наставник»). Эмпирический код персонажа в материалах микроуровня содержит такие номинации как «champion» («чемпион»), «example» («пример для подражания»), «aging well» («стареющий хорошо»), «local celebrity» («местная знаменитость»), «determined» («решительно настроенный в освоении какого-либо навыка»), «keeps positive attitude to life» («сохраняющий положительное отношение к жизни»), «volunteer» («волонтер»), «active» («активный»).

Специфика представления темы успешности главных героев, относящихся к макроуровню, заключается в конструировании образа в контексте известности, влияния, обладания значительными материальными ресурсами. Имидж людей пенсионного возраста, относящихся к микроуровню, выстраивается в рамках констатации социальной активности главных героев, их оптимизма, стремления безвозмездно помогать другим, сохранить здоровье. Устойчивой практикой является подача темы успешности через понятие гражданского долга, осознанной гражданской позиции. Дискурс успешности в материалах макроуровня обнаруживается в следующих вариантах эмпирического кода события: история успеха, выход на пенсию, новости из личной или профессиональной жизни, выступление человека в качестве эксперта, смерть главного героя. Своеобразие материалов второй категории статей проявляется в ориентации на описание процесса, а не результата какой-либо деятельности. Здесь обнаруживаются следующие темы: продолжение трудовой деятельности после достижения пенсионного возраста, увлечения главного героя или волонтерская деятельность.

Выделенные в ходе теоретического исследования ценности, образующие основу понятия успеха в американском обществе (стремление к материальному благосостоянию, эгалитаризм, индивидуализм, образование, труд) в разной степени проявляются на макроуровне и микроуровне. В американской прессе такие ценности, как стремление к материальному благосостоянию, труд как источник прибыли, наиболее выражены в материалах, посвященных известным людям. В то же время в статьях, представляющих микроуровень, в ценности труда преобладает смысловая составляющая творческой самореализации (в контексте темы волонтерства), материальное благосостояние не акцентируется.

Ценность образования обнаруживается во всех категориях материалов и выражается в конструировании образа успешности представителя пенсионного возраста как человека, обладающего уникальными знаниями, либо посредством указания на его стремление и готовность обучаться новому.

Специфика публикаций, раскрывающих тему успешности людей пенсионного возраста, в американской периодической печати выражается в

антропоцентристской направленности. В них указанная тема подается в контексте качества жизни, любая деятельность рассматривается как способ сохранить здоровье, эмоциональный комфорт человека. Пример из газеты «USA Today»: в статье «At 92, Detroit man is a dancing machine» («В свои 92, мужчина из Детройта – танцевальная машина»), увлечение главного героя рассматривается в контексте пользы для здоровья: танцевать он стал по совету доктора, который рекомендовал физическую активность. Автор акцентирует внимание читателя не на рекордах и достижениях в танцах, а на хорошем самочувствии, которое приносит пожилому человеку его хобби¹⁴.

Во втором параграфе **«Успешность людей пенсионного возраста в общероссийских газетах: конфликт тематических направлений»** анализируемая проблема раскрывается посредством исследования изданий «Российская газета» и «Известия».

Для публикаций, обнаруживающих тему успешности людей пенсионного возраста, в издании «Российская газета» характерна официальность обращений, отчуждение в коммуникации главного героя и журналиста, авторское «я» не выражено. Материалы макроуровня отличаются обилием эпитетов, например, «глубокий философ», «блистательный лектор», «тонкий знаток искусства и опытный религиовед», «яркий литературный критик и вдумчивый толкователь истории» (из интервью с Г. Померанцем)¹⁵. В то же время в немногочисленных публикациях микроуровня изобразительно-выразительные средства встречаются лишь эпизодически.

В газете «Известия» тексты отличаются высокой степенью персонифицированности, вниманием к деталям жизни главных героев. Создается ситуация прозрачной коммуникации, четко обнаруживается авторская позиция. Из статьи о пожилой паре, удочерившей ВИЧ-инфицированную девочку, от которой отказалась мать: «<...> никогда бы не решился на поступок, который совершили Щегловы. На него вообще мало кто сумел бы решиться. Как, наверное, многие из нас готовы к подвигу, но совершать его ежедневно – это под силу не каждому»¹⁶.

Материалы, посвященные успешным пожилым людям, в газетах «Российская газета» и «Известия» выполнены преимущественно в таких жанрах, как интервью, заметка, портретный очерк. В категории материалов

¹⁴ Riley R. USA Today. 2013. March 15. URL:

<http://www.usatoday.com/story/news/nation/2013/03/15/92-year-old-detroit-man-dancing-machine/1990045/> (reference date 18.08.2013).

¹⁵ Выжutowич В. Инакомыслящий // Российская газета. 2009. 25 марта. URL:

<http://www.rg.ru/2009/03/25/pomeranc.html> (дата обращения 27.06.2013).

¹⁶ Стулов И. Роман Щеглов: «Я боялся, что мы Свету удочерим, а завтра она умрет» // Известия. 2007. 19 июня. URL: <http://www.izvestia.ru/news/325739> (дата обращения 5.04.2012).

макроуровня выделяются следующие варианты эмпирического кода события: день рождения главного героя, выступление представителя геронтогруппы в качестве эксперта по какому-либо вопросу, беседа на различные темы, созвучные с профессиональной деятельностью главного героя. Вторая категория статей, посвященных успешности рядовых граждан, в обеих газетах представлена более узкими и однообразными вариантами подачи. Как правило, это короткие заметки или интервью, описывающие ситуацию успеха. Главное условие публикации материала, вынесения его на повестку дня, соблюдаемое в каждой статье из этой категории, – это уникальность события.

Специфика подачи темы успешности людей пенсионного возраста в общенациональной прессе обнаруживается в двух линиях практик адресанта. К первой относятся практики конструирования образа главного героя адекватно его возрасту с использованием эмпирического кода персонажа, укладывающегося в общепризнанные черты, присущие геронтогруппе. Здесь характерна апелляция к концептуальному коду мудрости. Вторая форма подачи обнаруживает стремление представить персонаж в контексте образа вечной молодости. В обеих указанных практиках возможны конфронтации в процессе коммуникации между журналистом и главным героем материала. Например, в интервью из газеты «Известия» позиция журналиста прослеживается в ироничном подборе слов уже в заголовке: «Несмешной старик Харрисон Форд». В публикации главный герой говорит о собственном возрасте (68 лет), не пытаясь казаться моложе: «Индиана Джонс, между прочим, тоже стареет, и, может быть, с годами его начнет тянуть на квашеную капусту», «Если тебя называют «иконой» или «легендой», значит, имеют в виду, что ты старый». Автор статьи, наоборот, пытается придать образу актера семантику вечной молодости: «Конечно, со времен первого Индианы Джонса он изменился: появились седина, морщины. Но по-прежнему прямая осанка, глаза блестят», «немного косметики - и за вами, как и прежде, роли героя и сонм поклонниц»¹⁷.

В материалах, обнаруживающих тему успешности в геронтологическом контексте в общенациональной прессе, представлены преимущественно традиционные российские ценности: борьба, потребительский аскетизм, верность коллективному долгу, энтузиазм, труд. Характерной особенностью изложения является рассказ об успешности в терминах глобальности, масштабности, с характерным героическим дискурсом: «совершил», «подвиг».

Исследование материалов, посвященных успешным пожилым людям в общенациональной российской прессе, показало гипертрофированную выраженность ценности борьбы. Потребительский аскетизм здесь также выражен и проявляется в демонстративном отрицании значимости

¹⁷ Озеров Лондон М. Известия. 2011. 2 февраля. URL: <http://izvestia.ru/news/370782> (дата обращения 24.06.2012).

материальных ценностей, через самопожертвование в пользу верности идее и коллективному долгу. Труд, как следствие, подается исключительно в контексте творческой самореализации, не как источник прибыли. Подчеркивается скромность успешных пожилых людей как стремление отнести свои заслуги к коллективному успеху и нежелание демонстрировать собственные достижения.

Анализ материалов общенациональной прессы, посвященных успешности людей пенсионного возраста, показал наличие практики конструирования образа пожилых людей с опорой на негативные стереотипные установки. Преобладающей является тема бедности, пронизывающая практически все материалы микроуровня. Пример создания образного ряда жилища главного героя с характерной тематикой бедности из статьи, опубликованной в «Российской газете»: «барак», «полусгнившая трущоба», «хоромы» (в данном случае слово употребляется в переносном смысле, приводится в кавычках), «крошечные комнатухи»¹⁸.

Практика создания имиджа финансовой несостоятельности, придающая семантику неполноценности и зависимости в материалах, обнаруживающих одновременно и тему успешности, обуславливает конфликт способов подачи образа пожилого человека. Исследование материалов общенациональной российской прессы также показало крайне низкую частотность появления статей, представляющих микроуровень. Согласно дискурсивным практикам, используемым в общероссийских газетах, таким образом, успех представляется в качестве прерогативы известных людей.

В качестве источниковой базы для третьего параграфа **«Тема успешности людей пенсионного возраста в региональных русскоязычных газетах: приоритет жизнеутверждающих ценностей»** выступают два издания: «Казанские ведомости» и «Челнинские известия».

Особенностью текстов региональной прессы является полистилистичность, часто присутствует разговорная лексика, отмечается обилие просторечий. Используются такие обращения журналиста к главному герою, как «абый» («дядя»), «апа» («тетя»), «бабай» («дедушка»). Если элементы официозности в материалах об успешных пожилых людях в крайне малых количествах встречаются в газете «Казанские ведомости», то в «Челнинских известиях» они практически полностью отсутствуют.

Отличительной особенностью статей об успешности людей пенсионного возраста в региональной прессе является оптимистичный, позитивный характер изложения материала. Здесь тема бедности, хотя иногда и может быть обнаружена, не акцентируется. Выделяются положительные моменты из жизни

¹⁸ Брайловская С. Мecenat из барака. Российская газета. 2008. 10 января. URL: <http://www.rg.ru/2008/01/10/mecenat.html> (дата обращения 01.05.2012).

главных героев, подчеркивается их оптимистическое отношение к жизни. Образы успешных пожилых людей конструируются в соответствии с такими ценностями, как духовность, потребительский аскетизм, скромность, труд как творчество.

Основные жанры публикаций, посвященных успешным пожилым людям, в газетах «Казанские ведомости» и «Челнинские известия»: интервью, заметка, очерк, некролог. Характерной особенностью региональных российских СМИ является подача образа успешного пожилого человека в контексте локальной принадлежности к Республике Татарстан, выступающей в качестве Родины. Из очерка, посвященного М. Имашеву: «В его песнях неповторимым образом выразилось загадочное татарское «мон», которое можно определить как «душа» или «духовная красота». Поешь его песни о любви, а сердце заполняет огромное чувство Родины»¹⁹.

Специфика подачи темы успешности известного пожилого человека в публикациях макроуровня прослеживается в конструировании его образа в качестве репрезентанта татарского народа или Республики. Распространенной практикой является констатации вклада человека в развитие Татарстана. Подчеркивается деятельность представителя пенсионного возраста, способствующая возвращению к традициям, культурным истокам татарского народа. В статье, посвященной Ф. Калмурзиной, мастеру народных промыслов, автор использует следующую номинацию персонажа: «достояние татарского народа». Журналист создает образ Ф. Калмурзиной как хранителя татарских традиций: «благодаря таким Мастерницам национальные традиции живут и развиваются», «сегодня как никогда важно возвращаться к своим истокам», «... эти наряды обязательно должны быть запечатлены и переданы будущим поколениям»²⁰.

Материалы, посвященные известным пожилым людям общероссийского значения, создаются с опорой на ценность борьбы и противостояния трудностям, в то время как в статьях, повествующих об успешном человеке пенсионного возраста, обладающим известностью в рамках Республики, эта ценность не выражена.

Для татарстанской региональной прессы характерно обращение к традиционным чертам геронтогруппы, образы успешных пожилых людей конструируются в качестве мудрых, опытных членов общества, важная функция которых – сохранение и передача традиций последующим поколениям.

¹⁹ Каримова М. Очарованный музыкой // Казанские ведомости. 2010. 30 июня.

²⁰ Иваннычева О. И в 85 лет интересно учиться чему-то новому и красивому // Казанские ведомости. 2013. 25 апреля.

Специфика материалов микрогруппы выражается в способах подачи темы успешности пожилых людей в контексте активности главных героев, с опорой на ценность труда как творчества, а не как источника прибыли. Например, в публикации, посвященной художнику, скульптору И. Ханову, отмечается, что главный герой за всю жизнь ни разу не получал гонораров за свои работы: «Все скульптуры возводились абсолютно бескорыстно»²¹. Подчеркивается скромность персонажей. Здесь следует различать конструирование образа успешного пожилого человека в контексте идеи о преобладании духовных ценностей над материальными и создание имиджа персонажа в контексте темы бедности и ущербности. В региональной прессе присутствие последней не наблюдается. Негативные стереотипные установки в материалах носят эпизодический характер.

В четвертом параграфе - **«Тема успешности людей пенсионного возраста в региональной татароязычной газете: содружество поэтического и национального»** - в качестве источника для исследования выступает газета «Ватаным Татарстан».

Журналистские татароязычные тексты, раскрывающие тему успешности пожилых людей, обнаруживают следующие особенности: многообразие номинаций, эмоциональность и поэтичность изложения, а также выраженная позиция автора. Характерны следующие обращения к главным героям публикаций: «абый» («дядя»), «апа» («тетя»), «бабай» («дедушка»), «эби» («бабушка»). Эти номинации применяются по отношению как к рядовым пожилым людям, так и к известным артистам, политикам. Характерна такая практика адресанта, как создание ситуации теплого общения, диалог между журналистом и главным героем приобретает характер дружеской беседы. Наблюдается полное отсутствие официальности и отстраненности. Наиболее часто применяемый жанр в конструировании образа успешного человека пенсионного возраста в газете «Ватаным Татарстан» — интервью-портрет.

Своеобразие татароязычных текстов, посвященных успешным пожилым людям, обнаруживается в сложной композиционной структуре, они содержат множество изобразительно-выразительных средств. В качестве примера приведем фрагмент материала, посвященного творчеству татарского поэта Р. Файзуллина. Статья написана в литературно-художественном стиле, она изобилует яркими образами: «Тормыштагы сукмагыңны ачыклар-ачыкламас Шигърият дигән олы дөньяга тиенү гажәп бер бәхет бит ул. Дөрөс, ул эле пәрдә читен генә ачкан, шулай да аңа әллә кайдагы йолдызларның яктысы төшә, жил исеп моңарчы күрмәгән, ишетмәгән гөлләрнең хуш исен китерә, ерак гасырларда адашкан зирәк сүзләрнең әчкелтем тәме иренгә куна. Һәм син тирә-

²¹ Иваннычева О. Люди истосковались по желанию творить добро // Казанские ведомости. 2010. 25 ноября.

ягыңа күз саласың: янәшәдәге куак каядыр ашкынган сәер кошка әверелә, кояшны эчкән чык бөртеге үлән яфрагыннан тәгәрәп кереп күңелне кымыржыта. Яшәвенне тоясың! Яшәешнең мәгънәсенә орынасың!». («Какое это удивительное счастье, еще в начале своего жизненного пути прикоснуться к великому миру под названием Поэзия. Правда, это лишь начало, будто ты чуть приоткрыл занавес, но уже уловил свет далеких звезд, ощутил, как ветер доносит невиданные доселе ароматы цветов, ощутил на губах вкус далеких звуков, слов, доносящиеся из глубины веков. И ты начинаешь оглядываться вокруг: ближайший куст превращается во взволнованную сказочную птицу, капля росы, которая только что упивалась солнечными лучами, скатываясь по траве, попадает прямо в твою душу и волнует тебя. Ты ощущаешь жизнь! Ты постигаешь смысл жизни!»)²².

Отличительной особенностью публикаций, посвященных успешным пожилым людям в газете «Ватаным Татарстан», является включение в композиционную структуру текста подробного описания визуальных образов главных героев, их жилища, внешнего вида, выражения лиц. Эти образы сопровождаются красочными эпитетами, сравнениями, например: «Габделәхәт абый ап-ак костюм-чалбардан урамга чыгып ук каршы алды. Күкрәге тулы орден-медаль, костюмын жәмгысы егермеләп хөкүмәт бүлгә бизи. Нәзимә апа аш бүлмәсендә кайнаша, шул арада кояштай балкып килеп чыга. Икесе дә ап-актан, исем китеп карап торганны сизеп, без актан киенергә яратабыз шул, диләр» («Дядя Габделахат в белом костюме вышел меня встречать прямо на улицу. Вся грудь увешана орденами-медалями, лацканы пиджака украшают около двадцати государственных наград. Тетя Назима хлопотала в гостиной, потом вышла к нам, сияя, словно солнце. Они оба в белом, заметив мой восторженный взгляд, говорят: «Да, мы любим одеваться в белую одежду»»)²³. Журналист, транслируя собственные эмоции: «ис киту» («восторг»), «соклану» («любование»), передает читателю собственное видение, определяя способ декодирования материала.

В издании успешность людей пенсионного возраста подается в конструктивном и органичном ключе, материалы отличаются положительной направленностью. Тема борьбы, противостояния затрагивается крайне редко, в качестве ведущей темы выступает концептуальный код понятия счастья. Образ успешного пожилого человека в газете «Ватаным Татарстан» конструируется с опорой на такие ценности, как труд, духовность.

²² Зәйдулла Р. Ак каенның күкрәкләрендә... // Ватаным Татарстан. 2013. 8 август.

²³ Гыймадова Г. Биегәндә картлык чигенә // Ватаным Татарстан. 2013. 14 август.

В газете применяются следующие практики конструирования успешности пожилых людей, детерминирующие специфику подачи темы успешности людей пенсионного возраста в татароязычных текстах: констатация принадлежности персонажа к татарскому народу; посредством обращения к ценности семьи, в особенности, супружеских отношений; в контексте материалов, целью которых является поощрение конструктивного общения между разными поколениями. Например, в 2011 году проводился конкурс под названием «Сөйкемле әбием» («Моя любимая бабушка»). Конкурс сопровождался подзаголовком, в котором говорилось следующее: «Кечкенә балалар, матур кызлар арасында чибәрлек конкурслары даими булып тора. Ә менә ак яулыклы әбиләре – без хакында онытып жибәргәнбез түгелме?» («Частым явлением стали конкурсы красоты среди детей, девушек. А не забыты ли нами бабушки в белых платочках?»). В рамках конкурса публиковались письма, присланные внуками пожилых женщин. Материалы сопровождалась крупными цветными фотографиями главных героинь. Здесь характерно употребление таких ласкательных номинаций, как «дәу әни» («старшая мама»), «әбекәй» («бабуленька») «әткәем» («папочка»), «акъәби» («светлая бабушка»).

Создавая положительный образ пожилых людей посредством их аллегорического возвышения и рассмотрения в качестве субъектов успеха, газета «Ватаным Татарстан», таким образом, задает конструктивное направление в репрезентации этой возрастной группы в СМИ. Это издание может выступать как пример качественного выполнения коммуникативной функции по установлению контакта между разными возрастными группами, а также по представлению интересов всех социальных общностей.

В **заключении** делаются выводы по результатам исследования, приводится ряд рекомендаций для сотрудников средств массовой информации по созданию материалов, посвященных людям пенсионного возраста.

Глобальный подход к формам реализации темы успешности пожилых людей в прессе различных стран ставит вопрос о ценности и достоинстве отдельной личности в рамках государства. Анализируя форму подачи рассматриваемой темы в изданиях разной типологической направленности и культурной принадлежности, мы пришли к выводу о необходимости пересмотра ряда аспектов ее репрезентации в СМИ. Средства массовой информации, будучи важнейшим социальным институтом, обладающим способностью трансформировать деструктивные стереотипы и конструировать новые виды социальной реальности, должны стать катализатором положительных изменений в положении людей пенсионного возраста в российском обществе, их социальном восприятии и самооценке.

На основе проведенного исследования нами были выработаны следующие рекомендации для сотрудников средств массовой информации по созданию материалов, посвященных людям пенсионного возраста.

1. Необходимо пересмотреть оценочный вектор материалов, освещающих геронтологическую тематику. В конструировании образа пожилых людей следует отказаться от тенденции подачи этой категории населения в качестве объекта для опеки, отдавая предпочтение выделению особенностей, характеризующих ее как полноценную и самодостаточную социальную общность.
2. Придерживаться стратегий создания имиджа успешных людей пенсионного возраста, исключая ситуации конфликта тем успешности и бедности.
3. В работе над материалами, посвященными людям пенсионного возраста, исключить обращение к негативным стереотипным чертам этой возрастной категории (перечисленным в первой главе данной диссертационной работы).
4. Увеличить количество материалов, в которых пожилые люди рассматриваются в качестве субъектов успеха.

Основное содержание диссертации отражено в следующих публикациях:

Публикации в изданиях, рекомендованных ВАК:

1. Бельцова И.А. Успех как ценность в подаче российских СМИ (геронтологический дискурс) / И.А. Бельцова // Ученые записки Казанского университета. Серия Гуманитарные науки. 2012. Т. 154, кн. 6. С. 161-168.
2. Бельцова И.А. Концепция «успешное старение» как нормативный конструкт в формировании позитивного образа старости в демократическом обществе / И.А. Бельцова // Вестник экономики, права и социологии. 2012. №1. С. 283 - 288.
3. Бельцова И.А. Дискурсивные практики конструирования успешности людей пенсионного возраста в газете «USA Today» // Ученые записки Казанского университета. Серия Гуманитарные науки. 2013. Т. 155, кн. 6. С. 108-116.
4. Бельцова И.А. Тема успешности людей пенсионного возраста в региональной татароязычной газете / И.А. Бельцова // Научное мнение. 2014. № 1. С. 24-29.

Публикации в других изданиях:

1. Бельцова И.А. Социальная рефлексия успешности представителей геронтогруппы в контексте трудовой деятельности / И.А. Бельцова // Глобальный кризис современности в сфере соотношения мировоззрения, социальных ценностей и политических интересов: Материалы Международной научно-практической конференции. Лондон: IASHE, 2013. С. 71-73.

2. Бельцова И.А. Особенности репрезентации понятия «успех» в массовом сознании российского общества» / И.А. Бельцова // Теория и практика современной науки: Материалы V Международной научно-практической конференции. Москва: Изд-во «Спецкнига», 2012. С 32-36.
3. Бельцова И.А. Семейное положение как условие успешности в «третьем возрасте» / И.А. Бельцова // Проблемы брака и супружества в условиях полиэтнического общества: сб. ст. Всероссийской научно-практической конференции с международным участием. Казань: Изд-во МОиН РТ, 2012. С. 168-171.
4. Бельцова И.А. Успешность в пенсионном возрасте в рамках конструктивистской парадигмы / И.А. Бельцова // Материалы XI Международной конференции посвященной проблемам общественных наук. Москва: Центр гуманитарных исследований «Социум», 2013. С. 16-19.
5. Бельцова И.А. Ценностные приоритеты и образ успешного человека в культуре и СМИ США / И. А. Бельцова // Молодой ученый. 2013. №10. С. 578-583.
6. Бельцова И.А. Термины, используемые для обозначения категории пожилых людей в СМИ и повседневной жизни, как индикатор социальных стереотипных установок / И.А. Бельцова // Материалы II Международной научной конференции «Филология и лингвистика в современном обществе». Москва: Буки-Веди, 2014. С 140-142.