

этому. Вместе с тем читатель по-прежнему нуждается в ориентире при выборе новинок художественной литературы, кино- и видеопродукции независимо от того, посещает ли он библиотеку, кинотеатр или удовлетворяет культурные потребности посредством онлайн-библиотек, видео-порталов.

Из художественно-публицистической группы жанров наиболее часто применяется зарисовка. Тогда как в советской вечерней газете присутствовал и очерк, и фельетон, публиковал «Вечерний Минск» и отрывки из художественных произведений. Причины кризиса большинства художественно-публицистических жанров сходны с выявленными факторами, обусловившими исчезновение со страниц вечерней прессы рецензии. Вернуть интерес журналистов к названным жанрам возможно, на наш взгляд, с помощью проведения профессиональных конкурсов, изменения приоритетов в системе распределения авторского вознаграждения.

Литература

1. *Стральцоў Б. В.* Метад і жанр. Асновы творчага майстэрства журналіста. – Мінск: БДУ, 2002.
2. *Федотова Н. А.* Рекреативные функции СМИ [Электронный ресурс] : учеб.-метод. комплекс / Н. А. Федотова. – Минск: БГУ, 2014. – Режим доступа: <http://elib.bsu.by/bitstream/123456789/117529/1/Fedotova.pdf>. – Дата доступа: 10.04.2016.

ТИПОЛОГИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ИРАНСКОГО ЛИТЕРАТУРНО-ХУДОЖЕСТВЕННОГО ИЗДАНИЯ «ШЭР»

Н. Горбани Эбрахими

Литературно-художественную публицистику любой страны трудно представить без журналов поэзии. Не является исключением и Иран. Таким первым и наиболее известным периодическим специализированным изданием в стране является журнал «Шэр» («Поэзия»), который в печатной версии издается с 1993 г, а с 2014 года этот журнал имеет электронную версию. Это ежемесячный журнал, иногда выходит раз в квартал, издается в Тегеране, а затем распространяется по всей стране.

Концессионер издания «Шэр» – сектор искусства организации исламского развития. Ответственный редактор – Момени Шариф Мохсен (редактор отдела), редактор – Доктор Газве Алиреза. В редакционную коллегию входят такие журналисты, поэты и писатели, как Акбарзадех Маджид, Джафарян Мохаммад Хоссейн, Миршаккак Юсеф Али, Назари Фазел, Каземи Мохаммад Казем (афганский поэт) и др.

В журнале публикуются самые разнообразные материалы: репортажи, аналитические интервью, отзывы на иранские сборники поэзии, статьи,

эпитафии, но самое важное место занимает иранская и зарубежная поэзия, как современная, так и классическая. Можно смело сказать, что персидская и иностранная поэзия представлена в журнале «Шэр» во всем ее многообразии.

На страницах журнала часто размещаются репортажи, посвященные разнообразным «кружкам поэтов», которые организованы в разных городах страны. В их числе «Круг поэтов», который проводится в Тегеране не реже раза в год, на них присутствует духовный иранский лидер Хамени Али. По его словам, «поэзия является народным наследием любой страны. Во-первых, его надо создать, во-вторых, день за днем развивать, чтобы достичь совершенства, и, в-третьих, использовать для потребностей общества» [1, с. 3]. На собрании выступают все желающие иранские поэты со своими произведениями, это и представители молодого поколения авторов, и уже признанные поэты старшего поколения, известные и малоизвестные представители литературы Ирана. Нередко среди участников собрания встречаются женщины, которые презентуют свое творчество. Репортаж «Поэзия – это богатство», может быть примером публикации на данную тематику [1, с. 3].

Как было указано выше, иранский журнал «Шэр» на своих страницах представляет материалы художественно-публицистического жанра эпитафия. Это критические материалы, рассказывающие своей аудитории о достоинствах и достижениях иранских поэтов, которые вошли в историю, и оставили после себя богатое художественное наследие. Ярким примером эпитафии выступает материал «Он был настоящим человеком, перед тем как стал поэтом» (про Авесту Мехрдад – современного иранского поэта и писателя) [3, с. 14].

«Новая поэзия» – под таким названием оформилось новое направление иранской литературы середины 20 века, которое характеризуется своеобразным методом написания поэзии, отличным от метода деревенской персидской поэзии. Направление «Новая поэзия» обращается к актуальным вопросам действительности, имеет 3 ответвления: «Нимаиская поэзия» (от имени «Нима» – один из современных иранских поэтов, который оформил направление «Новая поэзия» в Иране), «Сепид» («белый») и «Модже но» («новая волна»), поэзия которых различается по ритму и рифме. В общем, ритм и рифма в таких стихах не имеют определенного места или вовсе не употребляются. В последние годы направление «Новая поэзия» вызывает интерес у многих критиков, обращающихся к данному явлению с целью проанализировать произведения авторов-новаторов и определить их место и функции в современном литературном процессе.

Творчество представителей «Новой поэзии» является темой многочисленных научных исследований, которые не пропускает журнал «Шэр» и регулярно публикует их как важный и ценный материал. Примером может служить статья «Необходимость прогрессивного мышления в литературе» (фрагмент выступления доктора Хасанали Кавуса, известного иранского поэта, исследователя и преподавателя персидской литературы, на научной конференции «Всемирный день поэзии», которая была проведена в 2008 г. в городе Ширза). На конференции Хасанали Кавус высказал идею о том, что, поскольку в Иране изменился стиль поэзии, то современному поэту также необходимо изменять свой стиль. Современным иранским поэтам нельзя, как раньше, обращаться к аудитории как учитель. Их творчество должно восприниматься как чистое творчество, тогда как в старые времена поэт обращался к аудитории как наставник жизненного пути, веры и культуры. Иранскому поэту необходимо осваивать демократию, доброжелательно принимать любые взгляды и мнения аудитории [1, с. 20].

Из номера в номер в журнале «Шэр» появляются материалы в жанре «аналитическое интервью», когда известные иранские поэты отвечают на вопросы сотрудников журнала «Шэр». Исследователь А. Тертычный справедливо считает, что «интервью, как и другие эмпирические методы, применяется для получения исходных сведений, необходимых для подготовки не только информационных выступлений, но и аналитических» [5, с. 107]. Подтверждением такого суждения можно считать такие материалы, как «Искусство и обязательство» (интервью с Хасанли Кавусом) [1, с. 10], и «Пристань охраны ада поэтов» (интервью с Амири Эсфандге Мортеза – иранским поэтом) [4, с. 38].

В журнале «Шэр» рассматривается творчество не только ушедших из жизни литературных деятелей, но и современных поэтов, приводятся отрывки из их стихотворений, их произведения подвергаются оценке и критике. Например, публикации «Слово Хафез в фонтане солнца» [1, с. 22] и «Небесный сильный ветер поэзии: комментарий к трем сборникам поэзии Назаря Фазела» [2, с. 68].

Презентация сборников поэзии занимает большую часть в каждом номере журнала «Шэр». Кроме внешних данных (название, издательство, тираж, количество страниц и стоимость), публикуются логотипы, отрывки стихотворений каждого сборника. Презентации иногда сопровождаются комментариями, призванными передать атмосферу сборника и заинтересовать аудиторию. Материал «Критика-презентация избранной поэзии Салеха Али» может быть примером статей такого рода [1, с. 51].

Иногда на своих последних полосах журнал знакомит читателей с известными зарубежными поэтами, представляет их поэзию в переводе на

персидский язык. Хорошим примером выступают материалы «За неприятными улыбками: стихотворение алжирского поэта Лахраш Наваре» [1, с. 68] и «4 стихотворения: иракский поэт Али-Альшалах» [4, с. 177].

Литература

1. *Шэр*: Материалы и исслед. / Иран, 2008 г, Вып. 62.
2. *Шэр*: Материалы и исслед. / Иран, 2010 г, Вып. 68.
3. *Шэр*: Материалы и исслед. / Иран, 2010 г, Вып. 69.
4. *Шэр*: Материалы и исслед. / Иран, 2013 г, Вып. 70.
5. *Тертычный, А. А. Жанры периодической печати / А. А. Тертычный.* – М.: Аспект пресс, 2000. – 312 с.

ЖАНРАВА-СТЫЛІСТЫЧНЫЯ АСАБЛІВАСЦІ РЭКЛАМЫ Ў ДРУКАВАНЫХ І АЎДЫЯВІЗУАЛЬНЫХ СМІ

В. І. Горбач

Рэклама ў СМІ – гэта папулярны сродак камунікацыі, які дапамагае данесці інфармацыю аб рэкламным аб’екце шматлікай аўдыторыі. Многія даследчыкі сыходзяцца ў меркаванні, што рэклама – гэта рухавік, стымул любой дзейнасці. Таму нездарма сярод рэкламных тэкстаў вылучаюць палітычныя, сацыяльныя, камерцыйныя, якія штодзённа распаўсюджваюцца праз друкаваныя і аўдыявізуальныя СМІ.

Выбар формы ці жанру рэкламнага тэксту звязаны з рознымі паказчыкамі: задазенасцю паведамлення, чытацкай аўдыторыяй, магчымасцямі невербальнага афармлення. Кожны рэкламны тэкст вылучаецца сваім наборам моўна-стылёвых сродкаў, уласцівых для пэўнага тыпу маўлення. А. М. Цікоцкі адзначаў, што «калі носьбітам моўнага стандарту з’яўляецца нейтральнае ў стылістычных адносінах слова, то характар экспрэсіі можа вар’іравацца ў залежнасці ад зместу тэксту і жанру, да якога ён адносіцца. Так, у якасці носьбіта экспрэсіі могуць выступаць перыфраза, стылістычна афарбаванае слова, іншамоўны эквівалент» [1, с. 24].

Рэкламныя тэксты ў аўдыявізуальных і друкаваных СМІ вызначаюцца жанравай разнастайнасцю, што выклікана, акрамя іншага, спецыфікай пісьмовага ці вуснага маўлення. Такі жанр, як артыкул, з’яўляецца тыповым для друкаванай рэкламы, але не можа быць ужыты як форма вуснай рэкламы. Звернемся да прыкладу рэкламнага артыкула «Инвестиции в родные пейзажи» («Рэспубліка», 6 ліст., 2014). Матэрыял прысвечаны тытунёвай фабрыцы «Нёман». Як вядома, у Беларусі забаронена рэкламаваць цыгарэты, але рэкламадаўца разам з аўтарам знайшлі цікавы прыём: у тэксце апісваецца ўдзел фабрыкі «Нёман» у развіцці экалагічнага турызму ў нашай краіне. Рэклама валодае добрым