

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
«Волгоградский государственный социально-педагогический университет»

На правах рукописи

ДОБРОНИЧЕНКО Елена Викторовна

Презентация свадебного ритуала в современном медиадискурсе

10.02.19 – теория языка

Диссертация

на соискание ученой степени
кандидата филологических наук

Научный руководитель –
доктор филологических наук,
профессор М.Р. Желтухина

Волгоград – 2014

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	3
ГЛАВА I. СУЩНОСТЬ ПРЕЗЕНТАЦИИ СВАДЕБНОГО РИТУАЛА В СОВРЕМЕННОМ МЕДИАДИСКУРСЕ	12
1.1. Конститутивные признаки свадебного нарратива в современном медиадискурсе.....	12
1.2. Содержание повествования о свадебном ритуале в медиадискурсе.....	33
ВЫВОДЫ К ПЕРВОЙ ГЛАВЕ.....	51
ГЛАВА II. ЛИНГВОПРАГМАТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ ПРЕЗЕНТАЦИИ СВАДЕБНОГО РИТУАЛА В СОВРЕМЕННОМ МЕДИАДИСКУРСЕ.....	52
2.1. Функции свадебного медианарратива.....	52
2.2. Типы нарративной медиапрезентации свадебного ритуала.....	70
2.3. Механизм презентации свадебного ритуала в современном медиадискурсе.....	79
ВЫВОДЫ КО ВТОРОЙ ГЛАВЕ.....	99
ГЛАВА III. СТРУКТУРНЫЙ АСПЕКТ ПРЕЗЕНТАЦИИ СВАДЕБНОГО РИТУАЛА В СОВРЕМЕННОМ МЕДИАДИСКУРСЕ.....	100
3.1. Кодовая структура свадебного медианарратива	100
3.2. Повествовательная структура свадебного медианарратива.....	112
3.3. Видовая структура свадебного медианарратива	146
ВЫВОДЫ К ТРЕТЬЕЙ ГЛАВЕ.....	158
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	159
БИБЛИОГРАФИЯ.....	163
СПИСОК ЛЕКСИКОГРАФИЧЕСКИХ ИЗДАНИЙ.....	197
СПИСОК ИСТОЧНИКОВ МАТЕРИАЛА.....	204

ВВЕДЕНИЕ

Данная работа выполнена в русле лингвосомиотики, прагмалингвистики и нарратологии.

Объектом исследования является свадебный ритуал в современном медиадискурсе. В качестве **предмета** изучения выступает нарративный характер медиапрезентации свадебного ритуала.

Актуальность исследования обусловлена значимостью роли и места медиадискурса в современной коммуникации, появлением и развитием новых средств передачи информации, отсутствием комплексного описания презентации свадебного ритуала в медиадискурсе и недостаточной изученностью лингвосомиотической, лингвопрагматической природы ритуала, презентационной функции современного медиадискурса, свадебного нарратива в массмедиа.

В нашей работе мы рассматриваем медиадискурс как особый вид языкового употребления особого типа текстов (медиа­текстов) в социокультурном деятельностном аспекте (например, медиа­тексты, описывающие свадебные ритуалы), опираемся на определение медиадискурса М.Р. Желтухиной, под которым понимается «связный, вербальный или невербальный, устный или письменный текст в совокупности с прагматическими, социокультурными, психологическими и другими факторами, выраженный средствами массовой коммуникации, взятый в событийном аспекте, представляющий собой действие, участвующий в социокультурном взаимодействии и отражающий механизм сознания коммуникантов» (Желтухина, 2003). Основными характеристиками современного медиадискурса выступают информативность и суггестивность (М.Р. Желтухина), манипулятивность, перформативность, медиативность (А.Н. Фортунатов). К значимым для нашего исследования маркерам медиадискурса относятся культурная составляющая, экспрессивность, агональность, оценочность, эмоциональность / эмотивность, диалогичность, инсценированность / театральность (М.Р. Желтухина). Поскольку важная роль отводится ритуализованности,

инсценированности, театрализации, играизации медиадискурса, можно говорить о том, что медиадискурс представляет собой перформансную коммуникацию (М.Р. Желтухина, Г.Г. Почепцов), характеризуется театральностью (адресант – актер, адресат – зритель), сочетающей зрительский и творческий элементы, роли, отклоняющиеся от нормы (шут, диссидент и т.п.), оппозиции «мы – они», «свои – чужие», репетируемость и подготовку (М.Р. Желтухина). Под медиаперформансом понимается процессуальный вид публичной коммуникации в массмедиа (дискурсивной медиапрактики перед другим человеком или группой, возможно с их участием), включающий элементы режиссуры и импровизации, обладающий особой энергетичностью и напоминающий театральную форму исполнения, целью которой является воплощение идеи в процессе создания определенного смыслового пространства, что часто достигается выходом перформера за пределы норм (Е.В. Доброниченко, М.Р. Желтухина). Единицей анализа медиадискурса в данной работе выступает нарратив как текст, описывающий последовательность событий; то же, что повествование, история, рассказ (Е.И. Шейгал), форма дискурса, через которую человек реконструирует и репрезентирует прошлый опыт для себя и для других (D. Schiffrin).

В основу данного исследования положена следующая **гипотеза**: свадебный ритуал представлен в современном медиадискурсе свадебным медианарративом, который имеет признаковую, содержательную, лингвопрагматическую и структурную специфику.

Целью работы является установление специфики презентации свадебного ритуала в современном медиадискурсе.

Цель данной работы достигается путем решения следующих **задач**:

- раскрыть конститутивные признаки свадебного нарратива в современном медиадискурсе;
- выявить содержание повествования о свадебном ритуале в современном медиадискурсе;
- установить функции свадебного медианарратива;
- рассмотреть типы нарративной медиапрезентации свадебного ритуала;

- выявить механизм презентации свадебного ритуала в современном медиадискурсе;
- описать структурный аспект презентации свадебного ритуала в современном медиадискурсе.

Научная новизна исследования заключается в том, что предложено комплексное лингвопрагматическое и лингвосемиотическое рассмотрение медиапрезентации свадебного ритуала, выявлен нарративный характер презентации свадебного ритуала в современном медиадискурсе, установлены основные типы нарративной медиапрезентации свадебного ритуала, определен и раскрыт механизм нарративной презентации свадебного ритуала в современном медиадискурсе.

Теоретическая значимость исследования определяется тем, что оно вносит вклад в развитие социолингвистики, лингвосемиотики, когнитивной лингвистики, прагмалингвистики, теории дискурса, презентационной теории дискурса, в частности, медиадискурса, теории воздействия, теории ритуала, уточняя механизм, типы и средства нарративной презентации свадебного ритуала в современном медиадискурсе.

Практическая ценность работы заключается в том, что ее результаты могут найти применение в курсах языкознания, лексикологии, стилистики, лингвокультурологии, спецкурсах по лингвосемиотике, психо- и социолингвистике, когнитивной лингвистике, прагмалингвистике, функциональной семантике, теории дискурса, теории ритуальной коммуникации, нарратологии.

Материалом данного исследования послужили тексты печатных и электронных СМИ XXI века на русском, английском и немецком языках. Достоверность и объективность результатов исследования обеспечиваются значительным количеством проанализированных примеров при общем объеме текстов 4520 страниц, а также консультациями с носителями языка.

Методика исследования. Цель и задачи настоящего исследования определили выбор методов анализа. В работе использованы такие исследовательские процедуры, как

- *метод дедуктивного и индуктивного логического анализа* медиатекста как продукта медиадискурса для выявления механизма реализации медиасценария свадебного ритуала;

- *описательный метод*, составляющими которого выступают наблюдение, обобщение, интерпретация и классификация: 1) *наблюдение* заключается в описании свадебного ритуала в современном медиадискурсе через акцентирование его инсценированности / театральности / ритуализованности; 2) *обобщение* синтезирует подобные и повторяемые явления, единицы наблюдения в одну более широкую категорию – дискурс, ритуал, свадьба и т.п., в пределах которой они объединяются определенными признаками, напр., лексика, родственная по семантическим, структурным, стилистическим, прагматическим и прочим признакам, объединяется в тематические, терминологические, синонимические, ассоциативные и иные группы; 3) *интерпретация* результатов наблюдения свадебного ритуала в современном медиадискурсе представляет адекватное толкование факта среди других фактов при обязательном наличии нескольких вариантов интерпретаций; 4) *классификация* как распределение полученных результатов наблюдения по определенным признакам и критериям раскрывает сущность свадебного медианарратива, механизм презентации свадебного ритуала в массмедиа, типологию нарративной медиапрезентации свадебного ритуала;

- *метод дискурс-анализа* для пошагового выявления и вербальной медиапрезентации свадебного ритуала как свадебного медианарратива, выделение интенций участников свадебного ритуала в медиадискурсе;

- *метод алгоритмизации* свадебного ритуального пространства медиадискурса для регистрации его презентационных свойств;

- *метод анализа знаковой составляющей коммуникации* – *метод классической семиотики*, изучающий свойства вербальных и невербальных знаков и их сочетаний (последовательностей), формирующих презентационное лингвосемиотическое пространство свадебного ритуала в медиадискурсе;

- *метод сплошной выборки* единиц исследования из печатных и электронных СМИ.

Методологической основой работы является системный подход, включающий дескриптивный, когнитивный, прагматический, лингвосомиотический, лингвокультурологический и другие аспекты.

Теоретической базой для проведения данного исследования послужили работы отечественных и зарубежных исследователей в области:

- прагмалингвистики, лингвистики текста и теории дискурса (Н.Д. Арутюнова, А.Г. Баранов, Р. Барт, А.Д. Васильев, Р. Водак, М.Н. Володина, И.Р. Гальперин, Ф. Данеш, В.З. Демьянков, Т.А. ван Дейк, Т.Г. Добросклонская, М.Р. Желтухина, Е.Ю. Ильинова, В.И. Карасик, А.А. Кибрик, Е.С. Кубрякова, А.А. Леонтьев, М.Л. Макаров, Г.Н. Манаенко, А.В. Олянич, Дж. Остин, И.В. Палашевская, Г.Г. Почепцов, В.М. Савицкий, Дж. Серль, Г.Я. Солганик, А.А. Тертычный, А.Н. Фортунатов, Е.И. Шейгал и др.);

- лингвосомиотики (Р. Барт, И.Н. Горелов, Г.В. Колшанский, Г.Е. Крейдлин, Б.В. Кривенко, Ю.М. Лотман, Е.В. Метелица, В.П. Морозов, Т.М. Николаева, В.М. Розин, А.А. Романов, О.Н. Рыбакова, Ю.А. Сорокин, Б.А. Успенский, У. Эко, Р.О. Якобсон и др.);

- функциональной семантики, теории функциональных стилей, речевых жанров (Н.Ф. Алефиренко, Ю.Д. Апресян, И.В. Арнольд, Н.Д. Арутюнова, Т.Н. Астафурова, М.М. Бахтин, В.Д. Бондалетов, А. Вежбицкая, В.В. Виноградов, В.Е. Гольдин, Т.В. Губаева, В.В. Дементьев, О.С. Иссерс, М.Б. Макеева, В.П. Москвин, К.Ф. Седов, Ю.М. Скребнев, И.А. Стернин, Л.В. Терентьева, Т.В. Чернышева, В.И. Шаховский, Д.Н. Шмелев и др.);

- лингвокультурологии, лингвоконцептологии и межкультурной коммуникации (А.П. Бабушкин, А.К. Байбурин, С.Г. Воркачев, О.П. Воробьева, Х. Гейвин, С.В. Иванова, М.Р. Желтухина, Е.В. Зеленева, В.И. Карасик, М.Л. Ковшова, Н.А. Красавский, В.В. Красных, О.А. Леонтович, Д.С. Лихачев, Ю.И. Лобман, Д.Д. Манукян, В.А. Марьянчик, В.А. Маслова, Г.Г. Почепцов, И.В. Рогозина, Г.Г. Слышкин, Ю.С. Степанов, Е.Ф. Тарасов, В.Н. Телия, С.Г. Терминасова, Н.В. Уфимцева, А.П. Чудинов и др.).

Объем и структура работы. Работа состоит из введения, трех глав, заключения и библиографии, списка лексикографических изданий, списка источников материала.

Во введении определяются объект и предмет исследования, обосновывается актуальность и разработанность темы исследования, выдвигается научная гипотеза, излагаются цель и задачи исследования, раскрываются научная новизна, теоретическая значимость и практическая ценность работы, указываются методология и методы, теоретическая база и материал исследования, описываются объем и структура работы, формулируются положения, выносимые на защиту, сообщается об апробации работы и публикациях.

В первой главе «Сущность презентации свадебного ритуала в современном медиадискурсе» раскрываются конститутивные признаки свадебного нарратива в современном медиадискурсе, выявляется содержание повествования о свадебном ритуале в медиадискурсе.

Во второй главе «Лингвопрагматический аспект презентации свадебного ритуала в современном медиадискурсе» устанавливаются функции свадебного медианарратива, рассматриваются типы нарративной медиапрезентации свадебного ритуала, выявляется механизм презентации свадебного ритуала в современном медиадискурсе.

В третьей главе «Структурный аспект презентации свадебного ритуала в современном медиадискурсе» описывается кодовая, повествовательная и видовая структуры свадебного медианарратива.

В заключении подводятся итоги проведенного исследования по выполнению поставленных цели и задач, а также намечаются пути дальнейшего исследования проблем, связанных с презентацией свадебного ритуала в современном медиадискурсе, с его прагматическими, функционально-семантическими, лингвокультурными особенностями.

На защиту выносятся следующие положения:

1. Свадебный ритуал представлен в современном медиадискурсе как свадебный медианарратив, к конститутивным признакам которого относятся:

1) общественная значимость сюжета о свадебном ритуале, 2) сюжетная простота, 3) сюжетная двуплановость, 4) взаимодействие первичных и вторичных свадебных медиатекстов, 5) множественность повествователей-медиаадресантов о свадебном ритуале, 6) объяснительность, 7) взаимосвязь содержательного единства с множественностью модальных установок в свадебном медиаповествовании, 8) эмоциональность и экспрессивность.

2. Содержание повествования о свадебном ритуале моделируется в медиадискурсе по следующим параметрам: 1) формат свадебного общения, 2) конвенциональность свадебного коммуникативного инструментария; 3) сценарность свадебной ситуации; 4) драматизация в свадебной ритуальной коммуникации.

3. Основной функцией свадебного медианарратива выступает *презентационная функция*, состоящая в представлении версии свадебного ритуального события через повествование о свадебном ритуальном событии в массмедиа, реализации которой способствуют такие функции, как культурно-познавательная, имиджевая, эмоционально-экспрессивная, регулятивная (интерпретационная, идентификационная, воздействующая), развлекательно-гедонистическая, гармонизирующая, интегративная.

4. Основными типами нарративной медиапрезентации свадебного ритуала являются *свадебное медиаотражение, свадебная медиатрансформация, свадебный медиамиф*.

5. Механизм презентации свадебного ритуала в современном медиадискурсе представляет собой нарративную реализацию сценария(-ев) свадебного ритуала в массмедиа, где он становится медиасценарием(-ями) свадебного ритуала – цепочкой свадебных событий, ретранслируемой в СМИ.

6. Структурный аспект презентации свадебного ритуала в современном медиадискурсе заключается в том, что свадебный медианарратив имеет *кодую* (персональный, локальный, темпоральный, предметный, акциональный, интенциональный коды), *повествовательную* (повествовательная точка зрения медиаадресанта-журналиста или героя свадебного медианарратива, субъект ре-

чи или повествовательный голос в свадебном медианарративе, тип повествования в свадебном медианарративе) и *видовую* (личностный, идеологический, событийный компоненты) структуры.

Апробация работы. Основные положения и выводы диссертационного исследования были изложены на заседаниях и научных семинарах научно-исследовательских лабораторий «Аксиологическая лингвистика» и «Дискурсивная лингвистика», на V и VII Международных научных конференциях «Коммуникативные аспекты современной лингвистики и лингводидактики» в Волгоградском государственном университете и Волгоградском государственном социально-педагогическом университете (Волгоград, 8 февраля 2011 г., 6 февраля 2013 г.), на Международной научной конференции III Новиковские чтения «Функциональная семантика и семиотика знаковых систем» в Российском университете дружбы народов (Москва, 24-26 ноября 2011 г.), на V Международной научно-практической конференции «Текст: проблемы и перспективы. Аспекты изучения в целях преподавания русского языка как иностранного» в Московском государственном университете (Москва, 24-26 ноября 2011 г.), на Международной научной конференции «Актуальные проблемы германистики, романистики и русистики» в Уральском государственном педагогическом университете (Екатеринбург, 3-4 февраля 2012 г.), на III Международной заочной научно-практической конференции «Русская словесность как основа возрождения русской школы» в Липецком государственном педагогическом университете (Липецк, март 2012 г.), на Научно-практической конференции студентов и аспирантов «Интегрированные коммуникации 2012» в Высшей школе экономики (Москва, 17 апреля 2012 г.), на Международной научной конференции «Жизнь языка в культуре и социуме – 3» в Институте языкознания РАН, Российском университете дружбы народов (Москва, 20-21 апреля 2012 г.), на V Международной научно-практической конференции «Актуальные проблемы лингвистики и лингводидактики иностранного языка делового и профессионального общения» в Российском университете дружбы народов (Москва, 20-21 апреля 2012 г.), на II Международной научной конференции «Стилистика сегодня и завтра: Медиатекст в

прагматическом, риторическом и лингвокультурологическом аспектах» в Московском государственном университете (Москва, 21-22 ноября 2012), на Всероссийской конференции «Культурное пространство в зеркале домашних экранов» в Государственном институте искусствознания (19-20 апреля 2013 г.), в X Международном конгрессе ISAPL «Проблемы информационного общества и прикладная психолингвистика» в Российском университете дружбы народов (Москва, 26-29 июня 2013 г.).

Результаты исследования нашли отражение в 18 публикациях, общим объемом – 8 п. л.

ГЛАВА I. СУЩНОСТЬ ПРЕЗЕНТАЦИИ СВАДЕБНОГО РИТУАЛА В СОВРЕМЕННОМ МЕДИАДИСКУРСЕ

В данной главе предлагается раскрыть конститутивные признаки свадебного нарратива в современном медиадискурсе, выявить содержание повествования о свадебном ритуале в медиадискурсе.

1.1. Конститутивные признаки свадебного нарратива в современном медиадискурсе

Исследование ритуала как одной из сущностных характеристик человеческого бытия представляет значительный интерес в рамках современных подходов социо- и психолингвистики, лингвокультурологии. Его социокультурная значимость (Байбурин, 1993) наиболее остро осознается в современном мире с процессами глобализации, приводящими к обогащению культуры новыми ценностями и мировоззренческими смыслами. В начале XXI века ритуал активно распространяется массмедиа, охватывая политическую, дипломатическую, бытовую, деловую и пр. сферы жизнедеятельности человека, оказывает положительное и отрицательное воздействие на адресата (Архангельская, 2012; Доброниченко, Желтухина, Магомадова, Слышкин, 2012; Желтухина, 2003; Карасик, 2002б; Лисина, 2008; Нечипуренко, 2002; Уткина, 2012 и др.). Ритуалы выполняют *функцию социального моста*, соединяя индивидов, сообщества и культуры, характеризуются *этическим и эстетическим содержанием* и могут обеспечить *безопасность* в эпоху нестабильности, *восполнить опыт утраты общности, идентичности и аутентичности, порядка и стабильности*, что объясняется направлением общества к индивидуализации, абстрагированию и виртуализации, эрозией социальных и культурных систем (Вульф, 2010, с. 25). В свою

очередь свадебный ритуал в СМИ обретает новое понимание, и возрастает необходимость изучения перспектив его негативного и благотворного воздействия на адресата.

Анализ специальной литературы (Байбурин, 1993; Бондырева, Колесов, 2004; Быкадоров, 2006; Емельянов, 2003; Извекова, 2006; Карасик, 2002б; Кириленко, 2011; Лаская, 2006; Манукян, 2010; Метелица, 2002; Олянич, 2004; Палашевская, 2012 и др.) и фактического материала демонстрирует, что ритуал как действие или упорядоченная система действий сочетает в себе традиционность и индивидуальность, неординарность, изменчивость, характеризуется символичностью, сакральностью, ценностностью, прагматичностью, имеет социокультурную специфику. Понятие «свадебный ритуал» в массмедиа коррелирует с такими понятиями свадебного ритуального пространства, как «свадебный обряд», «свадебная церемония», «свадебный обычай», «свадебная традиция», которые являются и действием (системой действий) особого рода, и порядком его (их) выполнения, выражают социокультурные ценности, следовательно, их главными общими чертами являются акциональный план содержания, упорядочивающая роль и социокультурная ценностность. Историческая укорененность характерна для свадебных обычаев и свадебных традиций. Наибольшая связь с религией отмечается у свадебных ритуалов, связь с народным бытом зафиксирована у свадебных обычаев, религиозный и народный характер имеют свадебные обряды. Свойства привычности наблюдаются у свадебного обряда, но в наивысшей степени у свадебного обычая, который становится общепринятым, слово даже имеет одно из значений «привычка, обыкновение». Свадебные обряды сопровождают наиболее важные свадебные события, свадебные церемонии отличаются торжественностью и официальностью, свадебные традиции передаются через поколения. Ввиду общего происхождения ритуала и обряда свадебный ритуал и свадебный обряд выступают в нашем исследовании полными синонимами. *Свадебный обычай* – более широкое и частотное понятие, поскольку включает не только свадебные ритуалы / свадебные обряды, но и повседневный уклад жизни. Свадебный ритуал можно считать

свадебным обычаем, пока о происходящем можно сказать «как обычно», их пересечение длится только до того момента, пока свадебный ритуал / обряд не завершится и не перейдет в повседневность, обыкновение. *Свадебная церемония* имеет все характерные черты свадебного ритуала / обряда, но обладает большей торжественностью, и, как следствие, зрелищностью и масштабом. *Свадебная традиция* – форма трансляции от поколения к поколению свадебных ритуалов / обрядов, свадебных обычаев и других элементов социального и культурного наследия, связанных с объединением двух человек для создания семьи.

Свадебная тематика современного медиадискурса является своеобразным центром притяжения внимания адресата, одной из смысловых доминант развлекательных медиасообщений, способом реализации которой выступает нарратив. Нарративный поворот в науке объясняется осознанием важности повествования в человеческой жизни (Currie, 2010; Fludernik, 1996; Ochs and Capps 1996; Prince, 1982; Schonert, Huhn, Stein, 2007; Wolf, 2002; Барышникова, Якобидзе-Гитман, 2010; Женетт, 1998; Пастухова, 2005; Троцук, 2004; Шейгал, 2007 и др.). Именно в нарративе находит отражение индивидуальный опыт человека в освоении им окружающей действительности. Нарратив в качестве коммуникативной единицы представляет собой текст в единстве действия, общения и рефлексии (Wolf, 2002).

Презентационная функция современного медиадискурса, включающая символическую, инсценированную, ритуальную подфункции, заключается в создании имиджа (привлекательного образа) института и его агентов, а также авторитета медиаадресанта. Проведенное исследование свадебного ритуала в современной медиакоммуникации показывает, что свадебные медиадействия содержат три основных элемента: *слово, жест и предмет*, фигурирующие в медиакоммуникации. Участники медиадискурса произносят слова (*поздравительная речь, тост, торжественная речь сотрудника ЗАГСа, реплики* и т.п.), совершают определенные действия (*украшают машину, едут в ЗАГС, пьют шампанское, целуются* и т.п.), вручают или принимают конкретные предметы (*цветы, букет невесты, подарки, кольца, свадебный торт* и т.п.).

В современных условиях представление массмедиа захватывающих и убедительных историй определяет их конкурентноспособность и успешность. Часто происходит так, что реальные события и факты не совсем правдиво излагаются, порой вся история целиком придумывается. В презентации свадебного ритуала действенной является Интернет- и телевизионная нарративная симуляция действительности, использующая существующий знак (*прямая или непря- мая трансляция церемонии бракосочетания, венчания и т.п.*) для создания совершенно новых смыслов, о которых часто не подразумевают непосредственные участники реальных событий (Фортунатов, 2009б). Игровые воплощения свадебной информации в сети Интернет и на телевидении карнавализируют пространство, в котором адресант выступает участником и наблюдателем свадебного действия, его поведение освобождается от традиций (возрастных, статусных и т.п.), выглядит эксцентричным и неуместным, нетрадиционным (по А.Н. Фортунатову). Некарнавальные формы жизни отодвигаются на периферию социального, поскольку карнавал в массмедиа становится обыденным. Семантика карнавальной медиареальности определяется постмодернистским принципом всеобщей равнозначности явлений и сторон жизни, что позволяет говорить о медиапрезентации ритуальной коммуникации (Почепцов, 2001б; Желтухина, 2003; Олянич, 2004; Фортунатов, 2009б и др.).

В ритуале создается особенная реальность, представляющая собой семиотическое подобие первоначального, что целесообразно в наличии и развитии. Свадебный ритуал как символическая форма поведения (по А.К. Байбурину), имеющая свою лексику и грамматику, т. е. как особый текст, высвечивает те затемненные, невидимые в обычной жизни, но определяющие суть и назначение вещей, действий, явлений стороны.

В данном разделе при выявлении конститутивных признаков свадебного медианарратива мы будем опираться на когнитивистский и трансмедиаальный подходы к исследованию нарратива, которые направлены от истории, биографии через формальные и внутренние черты произведения на рассмотрение роли адресата, контекстов, процессов восприятия текста: от объекта и присущих ему

черт – на процессы, происходящие с этим объектом (Currie, 2010). Нарративность сообщения традиционно определяется такими критериями, как 1) репрезентация временной последовательности событий; 2) наличие нарратора как опосредующей инстанции; 3) динамика отношений между историей и дискурсом / фабулой и сюжетом, 4) эмпиричность (в терминологии М. Флудерника). При этом важно устанавливать степень присутствия нарративности в сообщении.

В современном свадебном медиадискурсе выделяются *смысловые дискурсивные доминанты* (по Е.И. Шейгал) (дискурс адресанта (журналиста, участника свадебного ритуала и т.п.), дискурс свадебной проблемы, дискурс свадебного события и др.), обладающие порождающей силой, генерирующие дискурс конкретной идеологической модальности, определяющие направления его развертывания, эксплицируемые в ключевых словах, слоганах, лозунгах, идеологемах, мифологемах, нарративе как повествовании.

Говоря о свадебном медиадискурсе, можно, вслед за У. Лабовым, исследовавшим устный нарратив (Labov, 1972), отметить, что повествование истории о свадебном ритуале включает сюжетные и несюжетные, интерпретируемые адресантом и воспринимаемые адресатом элементы.

Вслед за Е.И. Шейгал, определившей политический нарратив как сверхтекст (Шейгал, 1998), мы понимаем под свадебным медианарративом совокупность дискурсивных образований разных медиажанров, сконцентрированных вокруг определенного свадебного события, развернутый (сверхтекст/макси-текст – свадебная церемония / церемония бракосочетания, свадебный скандал и др.) и/или свернутый медиатекст (мини-текст – свадебный заголовок, лозунг, слоган, анонс, аннотация), несущий топик или рему свадебного сообщения в информационном плане.

В поверхностной структуре свадебный медианарратив содержит сжатую формулировку сюжета свадебного ритуала, который часто соответствует заголовку текста со структурой полного предложения или с номинативной структурой. В содержательном плане заголовок (Агапова, 2011), слоган, лозунг (Шей-

гал, 2000) выражают суть описываемого свадебного события, мини-текст свадебного медианарратива включает концептуальное ядро, способное преобразовываться в варианты макси-текста. Отличие лозунга от нарратива Е.И. Шейгал (Шейгал, 2007, с. 88) видит в том, что лозунг – это самостоятельный завершённый текст, а нарратив – это сюжет, заголовок, аннотация и сам текст (виртуальный) как дискурсивный инвариант в сознании. Один из видов свадебного медианарратива – свадебный медиатекст-повествование лозунгового типа, понятийным ядром которого выступают ключевые концепты актуального свадебного дискурса в СМИ. Вслед за Е.И. Шейгал, характеризующей политический нарратив, мы отмечаем, что за мини-текстом свадебного медианарратива стоит развернутый текст свадебной медиакультуры. Свадебный медианарратив может содержать номинацию, реализующую нарративное предвосхищение, предчувствие, ожидание, например, «Далекий замуж» (Сандомирская, 2001, с. 60-61).

В результате анализа специальной литературы (Boyle, 2005; Currie, 2010; Fludernik, 1996; Ochs&Capps 1996; Prince, 1982; Schonert, Huhn, Stein, 2007; Wolf, 2002; Барышникова, Якобидзе-Гитман 2010; Женетт, 1998; Троцук, 2004; Шейгал, 2007 и др.) и фактического материала установлено, что **для свадебного медианарратива** характерны следующие **конститутивные признаки**:

1) Общественная значимость сюжета о свадебном ритуале (сюжеты со свадебными событиями известных лиц).

Например,

<p><i>LONDON INVITES THE WORLD TO CELEBRATE THE DIAMOND JUBILEE WITH THE LARGEST FLOTILLA OF MODERN TIMES</i> 05/04/2011 <i>River Thames to provide historic backdrop for spectacular public celebration of sixty-year reign of The Queen</i> <i>New Thames Diamond Jubilee Foundation to support Commonwealth and youth charities</i> <i>On Sunday 3rd June 2012 the River Thames will provide the backdrop for the Diamond Jubilee River Pageant – the largest flotilla to be assembled on the riv-</i></p>	<p><i>ЛОНДОН ПРИГЛАШАЕТ МИР ОТПРАЗДНОВАТЬ БРИЛЛИАНТОВЫЙ ЮБИЛЕЙ СВАДЬБЫ С САМОЙ БОЛЬШОЙ ФЛОТИЛИЕЙ СОВРЕМЕННЫХ ВРЕМЕН</i> 05/04/2011 <i>Река Темза обеспечит исторический фон для захватывающего общественного празднования шестидесятилетнего правления Королевы</i> <i>Новый Фонд Шестидесятилетнего юбилея на Темзе для поддержки Содружества и молодежных благотворительных учреждений</i> <i>В воскресенье 3-его июня 2012 Река Темза обеспечит фон для Театрализованного представления Шестидесятилетнего юбилея на Реке – самая большая флотилия будет собрана на реке в</i></p>
---	---

er in modern times – as the public are invited to take part in one of the major celebrations of Her Majesty's sixty year reign.

The Queen will lead a flotilla of up to one thousand boats assembled from across the UK, the Commonwealth and around the World. With a Bank Holiday the following day, the event organisers are planning for well over one million people to line the banks of the Thames to witness the pageant and join in the celebrations.

Letters have today been sent to the High Commissioners of every Commonwealth country – and to the Lord Lieutenants of every county in the UK inviting each to send a vessel for the flotilla.

The flotilla – expected to measure 7.5 miles long from end to end – will be one of the major focal points of celebration during the special Jubilee Bank Holiday weekend, and will comprise a diverse mix of the historic and the modern: from rowed boats to sailing ships, steamers to wooden launches and larger motorised craft. The flotilla specifically aims to capture the diversity of Britain and the Commonwealth's proud maritime history.

The Diamond Jubilee River Pageant will be a piece of theatre on the water and will integrate music, fireworks and special effects. The flotilla will be made up of five sections each separated by a 'herald barge' the first of which will be a floating belfry of eight new bells cast by the Whitechapel Bell foundry and commissioned by the church of St James Garlickhythe. Their peals will be answered and echoed by chimes from riverbank churches along the route. Other barges will feature water jets and sprays reminiscent of the old Thames fire-fighting boats, live entertainment and music from the six decades of the Queen's realm, and a pyrotechnic barge will provide further entertainment for the watching public, with daytime fireworks and a mechanical flame spitting dragon.

The water-borne parade will include representatives from the armed forces, fire, police and rescue, as well as passenger boats carrying up to 30,000 people as

современные времена – когда общественность приглашена принять участие в одном из главных празднований шестидесятилетнего господства Ее Величества.

Королева приведет флотилию до тысячи лодок, собранных со всех концов Великобритании, Содружества и со всего мира. В выходной на следующий день организаторы планируют мероприятия для более чем одного миллиона человек, которые могут выстроиться в линию вдоль берегов Темзы, чтобы стать свидетелями процессии и участвовать в празднованиях.

Письма сегодня разосланы главам дипломатических представительств всех Стран Содружества и лордам-наместникам всех графств в Великобритании с приглашением каждому из них прислать судно для флотилии.

Ожидается, что флотилия размером 7,5 миль в длину станет одной из главных достопримечательностей празднования во время специальных выходных в честь Юбилея, она будет включать разнообразные сочетания исторического и современного: от лодок с веслами до парусных судов, от пароходов до деревянных катеров и более крупных механизированных судов. Флотилия определенно стремится продемонстрировать разнообразие славной морской истории Великобритании и Содружества.

Процессия в честь Шестидесятилетнего юбилея на Реке будет частью театрального представления на воде и объединится с музыкой, фейерверками и спецэффектами. Флотилия будет составлена из пяти секций, каждая из которых будет отделена 'баржесей герольда', первой из которых будет плавающая колокольня из восьми новых колоколов, отлитых литейным заводом «Уайтчепел Белл» и присланных церковью Св. Джеймса Гарликхита. На их перезвон ответит звон из церквей вдоль берега реки по маршруту. Другие баржи покажут струи и брызги воды, напоминающие о старых противопожарных лодках Темзы, развлечения и музыку из шести десятилетий времени правления Королевы, а пиротехническая баржа предоставит дальнейшее развлечение для публики с дневным фейерверком и механическим драконом, извергающим пламя.

Водный парад в качестве части флотилии будет включать представителей вооруженных сил, пожарной службы, полиции и службы спасения, а также пассажирские суда, имеющие до 30,000

<p><i>part of the flotilla itself. Roads, piers, and bridges will be closed to traffic to allow the public to enjoy this unique spectacle from as many vantage points as possible. Along the route there will be up to fifty giant video screens. The pageant site is expected to stretch from Putney Bridge in the West, to Tower Bridge and onwards to Canary Wharf in the East.</i></p> <p><i>The organisation of the event is being led by Lord Salisbury, who – as Viscount Cranborne – organised the D-Day, VE Day and VJ Day 50th anniversary events. It will be funded by private donations and sponsorships, administered through a specially created limited company, the Thames Diamond Jubilee Foundation, registered as a charity and complying with the Charity Commission's rules. The Foundation aims to raise the funds for the Diamond Jubilee River Pageant and charitable projects that have a link to The Queen and her Diamond Jubilee, with a particular focus on areas such as the Commonwealth, youth and education, as well as supporting the wider charitable sector...</i></p> <p><i>(http://www.thamesdiamondjubileepageant.org/NewsStory.aspx?id=65)</i></p>	<p><i>человек на борту. Дороги, пирсы и мосты будут закрыты для движения, чтобы позволить общественности наслаждаться этим уникальным зрелищем с как можно большего количества точек обзора. Вдоль маршрута будут установлены до пятидесяти гигантских видеозэкранных. Место театрализованного представления, как ожидается, будет простираться от Путни-Бридж на Западе до Тауэрского моста и далее до Кенери Уорф на Востоке.</i></p> <p><i>Организация праздника возглавлена лордом Сэлисбери, который – как виконт Крэнборн – организовывал такие юбилейные мероприятия, как день "D", День "VE" и 50-летний юбилей День "VJ". Мероприятия будут финансироваться за счет частных пожертвований и спонсорства, которыми будет управлять специально созданная компания с ограниченной ответственностью, Фонд Шестидесятилетнего юбилея на Темзе, зарегистрированный как благотворительный фонд. Фонд должен собрать средства для Театрализованного представления в честь Шестидесятилетнего юбилея на Реке и благотворительных проектов, связанных с Королевой и ее Шестидесятилетним юбилеем, с особым вниманием к таким областям, как Содружество, молодежь и образование, а также поддержка более широкого благотворительного сектора...</i></p>
--	---

В приведенном примере (NB: данный пример и последующие в работе даются в оригинале без редакции орфографии и пунктуации, со ссылкой на источник) «*London invites the world to celebrate the diamond jubilee with the largest flotilla of modern times*» / «*Лондон приглашает мир отпраздновать бриллиантовый юбилей свадьбы с самой большой флотилией современных времен*» освещаются события мирового масштаба – предстоящая бриллиантовая свадьба и 60-летие правления королевы Елизаветы II. Великобритания издавна является мощной морской державой, потому центральное место в праздновании займет парад флотилии на Темзе как демонстрация военной силы. Что касается экономической составляющей праздника, то он не затронет государственной казны, а наоборот специально созданный благотворительный фонд не только должен

покрыть расходы на празднества, но и обеспечить средства на другие благотворительные цели Королевы. Таким образом, ожидающееся событие представляет собой общественную ценность, вследствие этого и рассматриваемый сюжет в СМИ важен для общественности.

2) Сюжетная простота (простота и ясность изложения сюжета о свадебном ритуале).

Например,

<p><i>Flashmob wedding proposal at London's Piccadilly Circus</i> 12 April 2012 <i>Would you propose in public?</i> <i>So-called flashmob wedding proposals – where a crowd gathers for the event to sing and dance – are popular in the US and appear to be catching on in the UK.</i></p> <p><i>On Easter Monday, 22-year-old Jimmy Hill proposed to his girlfriend of six years, Josie Stanford, in the heart of central London.</i></p> <p><i>Listen to Jimmy Hill and Josie Stanford on the BBC World Service programme Newshour (30 minutes in).</i> (http://www.bbc.co.uk/news/uk-17678690)</p>	<p><i>Свадебное предложение-флэшмоб у Лондонского цирка Пикадилли</i> 12 апреля 2012 <i>Вы сделали бы предложение публично?</i> <i>Так называемые свадебные предложения-флэшмоб – где толпа собирается для того, чтобы спеть и станцевать – популярны в США и, кажется, завоевывают популярность в Великобритании.</i></p> <p><i>На второй день Пасхи 22-летний Джимми Хилл сделал предложение своей подруге последних шести лет, Джози Стэнфорд, в сердце центрального Лондона.</i></p> <p><i>Слушайте Джимми Хилла и Джози Стэнфорд в программе Час Новостей на Службе зарубежного вещания Би-би-си (30 минут).</i></p>
--	---

Рассматриваемый короткий свадебный медианарратив «*Flashmob wedding proposal at London's Piccadilly Circus*» / «Свадебное предложение-флэшмоб у Лондонского цирка Пикадилли» представляет собой краткое и ясное рекламное сообщение о программе, в которой предложение руки и сердца осуществляется в стиле флэшмоб как перформанс, вовлекающий в разыгрываемое действие всех непосвященных и даже посторонних лиц. Благодаря ясности и простоте изложения сюжета о свадебном ритуале обеспечивается доступность для восприятия и понимания свадебного медиасообщения адресатом, что делает его мощным инструментом медиавоздействия.

3) Сюжетная двуплановость (денотативный прототип свадебного нарратива и свадебный нарратив как коммуникативное событие).

Например,

<p><i>DIE MUSIK ZUR TRAUMHOCHZEIT DES JAHRES</i></p> <p><i>Es war die Hochzeit des Jahres: Prinz William hat endlich seine Kate geheiratet! Am 29.04.2011 gab er seiner Traumfrau vor aller Welt das Ja-Wort.</i></p> <p><i>Für alle, die noch einmal in schönen Erinnerungen schwelgen wollen, gibt es hier den Soundtrack zur Märchenhochzeit.</i></p> <p><i>BILD und Sony Music laden Sie herzlich zum musikalischen Royal Wedding ein! Machen Sie Ihre eigenen vier Wände zum Traualtar und genießen den Moment, als Prinz William seine ehemalige „Waity Katie“ offiziell zur „Königlichen Hoheit Princess William“ machte.</i></p> <p><i>Denn was gehört in jedem Fall zu einer romantischen Hochzeit? Richtig: gute Stimmung und die passende Musik.</i></p> <p><i>Sony Music hat garantiert die besten Soundtracks zum royalen Super-Event. Pop-Größen wie Pink, Whitney Houston, Alicia Key, George Michael, Sade, Robbie Williams, Hurts und Train sowie die Klassik-Stars David Garrett und Paul Potts präsentieren auf diesen einmaligen CDs ihre großen Balladen und musikalischen Hits.</i></p> <p><i>Diese CDs sind einzigartig und ein einmaliges musikalisches Andenken an eine Traumphochzeit, über die man garantiert noch viele Jahre sprechen wird.</i></p> <p><i>Sagen Sie „ja“ zur Romantik-CD des Jahres! (http://www.bild.de/unterhaltung/musik/advertorial/musik-traumhochzeit-des-jahres-17259930.bild.html)</i></p>	<p><i>МУЗЫКА НА СВАДЬБУ МЕЧТЫ ГОДА</i></p> <p><i>Это была свадьба года: принц Уильям, наконец, женился на своей Кейт! 29.04.2011 он произнес женщине своей мечты перед всем миром слово "Да". Для всех, кто хочет еще раз окунуться в прекрасные воспоминания, здесь есть саундтрек к сказочной свадьбе.</i></p> <p><i>BILD и Sony Music сердечно приглашают Вас на музыкальную королевскую свадьбу! Превратите свои собственные четыре стены в алтарь и насладитесь моментом, когда принц Уильям официально сделал из своей бывшей „ждуцей Кэти“ „Королевское Высочество принцессу Уильям“.</i></p> <p><i>Рассудите, что относится в любом случае к романтической свадьбе? Правильно: хорошее настроение и соответствующая музыка.</i></p> <p><i>Sony Music гарантирует лучшие саундтреки королевского супер-события. Поп-знаменитости, как и Пинк, Уитни Хьюстон, Алисия Кей, Джордж Майкл, Шаде, Робби Уильямс, Хетс и Трейн, а также классические звезды Дэвид Гарретт и Пол Поттс представляют на этих уникальных компакт-дисках свои великие баллады и музыкальные хиты.</i></p> <p><i>Эти диски являются единственными в своем роде, и уникальные музыкальные напоминания о свадьбе мечты гарантированы Вам еще на много лет. Скажите „Да“ романтическому компакт-диску года!</i></p>
---	--

В данном примере «*Die Musik zur Traumphochzeit des Jahres*» / «*Музыка на свадьбу мечты года*» денотативный прототип – музыкальное оформление свадьбы принца Уильяма и Кейт Миддлтон (романтические треки и хиты многих поп-звезд), коммуникативная цель – реклама аудиодисков с этими хитами компанией Sony Music (*BILD und Sony Music laden Sie herzlich zum musikalischen Royal Wedding ein! Machen Sie Ihre eigenen vier Wände zum Traualtar und genießen den Moment, als Prinz William seine ehemalige „Waity Katie“ offiziell zur „Kö-*

niglichen Hoheit Princess William“ machte. ... Sony Music hat garantiert die besten Soundtracks zum royalen Super-Event. ... Sagen Sie „ja“ zur Romantik-CD des Jahres!)).

4) Взаимодействие первичных и вторичных свадебных медиатекстов (дискурс-стимул и дискурс-реакция).

Например,

Дискурс-реакция 2	Дискурс-реакция 1/ Дискурс-стимул 2	Дискурс-стимул
<p>Юля Волкова выходит замуж в третий раз 17 ФЕВРАЛЯ 2012, 12:30 / Аргументы недели Новым избранником певицы стал российский бизнесмен Бывшая участница группы t.A.T.u. Юля Волкова в очередной раз собралась под венец. С 2010 года она встречается с бизнесменом по имени Влад, фамилию которого певица скрывает. Друзья Юли рассказали, что влюбленные вовсю готовятся к свадьбе. Парочка выбирает страну, где пройдет церемония бракосочетания. Не исключено, что Юля и Влад поженятся и проведут медовый</p>	<p>Бывшая участница группы t.A.T.u. Юля Волкова очередной раз выходит замуж 16 февраля 2012, 11:17 («АН-online») Экс-татушка Юля Волкова выходит замуж третий раз. С 2010 года бывшая участница группы t.A.T.u. встречается с бизнесменом по имени Влад. Друзья Юли рассказали, что влюбленные вовсю готовятся к свадьбе. Парочка выбирает страну, где пройдет церемония бракосочетания. Не исключено, что Юля и Влад поженятся и про-</p>	<p>У Юли Волковой отбирают сына 8:30, 16 февраля 2012 "Желтая газета №6" Экс-участница группы t.A.T.u. Юля Волкова уже успела дважды стать мамой и отправить в отставку отцов своих детей: Павла Сидорова – папу семилетней дочери Вики и Парвиза Ясинова – отца четырехлетнего Самира. Последние полтора года рядом с Юлей находится новый друг – бизнесмен Влад. Весной Волкова собирается за него замуж... Слухи о скорой свадьбе певицы Юли Волковой ходят с 2010 года. С тех самых пор, как они с Владом познакомились в кругу друзей. Близкие певицы уверяют, что Юля сейчас активно готовится к свадьбе. Молодые люди выбирают страну, где пройдет церемония бракосочетания. Скорее всего поедут на «популярный русский курорт» Майами. Там же проведут и медовый месяц. – У меня сейчас много планов, – обтекаемо сказала нам Юля по телефону и, сославшись на занятость, повесила трубку. Мы позвонили папе певицы Олегу Викторовичу поздравить со столь значительным событием. – Я пока не в курсе, – растерялся собеседник. – Но свадьба – это здорово! Если Юленька меня пригласит на торжество, будет замечательно, а если решит отмечать только вдвоем с мужем, мы с женой будем не против. Подарок я, конечно, дочке подарю роскошный. Только прежде поинтересуюсь, что ей нужно! Многие коллеги Юли Волковой считают, что сообщение о свадьбе – очередная эпатажная выходка Волковой, дескать, на рождении ребенка вся любовь закончится. Так уже было не раз. Хотя, по словам «татушки», со всеми своими бывшими она постаралась сохранить хорошие отношения. Но так ли это на самом деле? Павел Сидоров и его родные за-</p>

<p>месяц в Майами, где так любят отдыхать звезды российского шоу-бизнеса. Однако отец певицы еще не слышал, что его знаменитая дочка очередной раз выходит замуж, сообщают «Аргументы недели» со ссылкой на «Собеседник». Напомним, бывшая участница t.A.T.u. была замужем два раза. От разных мужей у нее двое детей. Семилетняя дочь Вика от Павла Сидорова, а младший сын Самир – ребенок от второго мужа Волковой Парвиза Ясинова. (http://afisha.mail.ru/stars/news/33817/)</p>	<p>ведут медовый месяц в Майами, где так любят тусоваться звезды российского шоу-бизнеса. Но отец певицы еще не слышал, что его знаменитая дочка очередной раз выходит замуж, пишет «Собеседник». Напомним, бывшая «татушка» была замужем два раза. От разных мужей у нее двое детей. Семилетняя дочь Вика от Павла Сидорова, а младший сын Самир – ребенок от второго мужа Волковой Парвиза Ясинова. (http://argumenti.ru/showbiz/2012/02/157575)</p>	<p>ботятся о маленькой Виктории, но с Юлей отношений не поддерживают. Бывший бойфренд даже не желает слышать ее имени, к тому же у него давно есть другая семья и второй ребенок. Плодом романа Юли с сыном крупного бизнесмена Парвизом Ясиновым стал сын Самир. Сейчас бывшие влюбленные почти не общаются. – Парвиз периодически забирает сына, гуляет с ним, водит на аттракционы, как любой другой хороший отец, – рассказывает Юля. Но как нам удалось выяснить, отношения Ясинова и Волковой теплыми назвать никак нельзя. Ясиновы хотят забрать маленького Самира к себе, но Юля, которая отдала ребенка на воспитание своим родителям, категорически против этого. Да и ее мама Лариса Викторовна не в восторге от того, что внук будет воспитываться в другой семье. – Папа хочет забрать мальчика не к себе, а к своим родителям, – объясняет мама певицы Лариса Волкова. – Ребенок не чемодан, чтобы его скидывали кому-то на руки. Знакомые Юлии замечают, что к сыну от Ясинова она относится с гораздо меньшим обожанием, чем к дочери. С сыном Юля часто общается на повышенных тонах, незаслуженно отчитывает малыша. Свое спартанское воспитание звездная мамаша объясняет тем, что парень должен воспитываться в строгости, а иначе вырастет размазней. Не исключено, что Юля так вымещает свою злость на Парвиза за то, что тот ее бросил. Она была серьезно влюблена в Ясинова и даже хотела сменить религию ради брака с ним. Но удержать своего «принца» не удалось. Восточный мужчина не захотел, чтобы им управляли. И его ребенок постоянно напоминает певице о любовном фиаско. Григорий Павлов (http://sobesednik.ru/scandals/u-yuli-volkovoi-otbirayut-syna)</p>
--	---	--

Рассматриваемый медиатекст, расположенный на сайте afisha.mail.ru «Юля Волкова выходит замуж в третий раз», сообщает, что информация взята из электронного СМИ «Аргументы недели» из статьи «Бывшая участница группы t.A.T.u. Юля Волкова очередной раз выходит замуж» (<http://argumenti.ru/showbiz/2012/02/157575>), которое в свою очередь ссылается на «Собеседник» – статью «У Юли Волковой отбирают сына» (<http://sobesednik.ru/scandals/u-yuli-volkovoi-otbirayut-syna>), а «Собеседник» на

«Желтую газету» (которая тоже может быть не первоисточником, хотя выступает для «Собеседника» дискурсом-стимулом). Сравним сюжеты всех трех источников. Различия в информации выделены жирным курсивом, которые наглядно отражают тот факт, что первоначальный свадебный сюжет из «Собеседника» как дискурс-стимул более детальный, информационно насыщенный по сравнению с вторичными сюжетами как дискурс-реакциями из «Аргументов недели» и afisha.mail.ru, которые предполагают распространение субъективно выбранной и интерпретированной информации из дискурса-стимула свадебного медианарратива.

5) Множественность повествователей-медиаадресантов о свадебном ритуале (один или несколько журналистов, несколько лиц-источников информации, в т.ч. непосредственных участников свадебного ритуала в СМИ).

Например,

В медианарративе «У Юли Волковой отбирают сына» (см. п. 4 выше) зафиксировано несколько повествователей-медиаадресантов: 1) автор-журналист **Григорий Павлов**, 2) источники информации о личной жизни Юли Волковой – **сама Юля, ее папа Олег Викторович, мама Лариса Викторовна, близкие невицы, ее коллеги, знакомые**. Об этом свидетельствует прямая и косвенная речь действующих лиц.

– У меня сейчас много планов, – обтекаемо сказала нам Юля по телефону и, сославшись на занятость, повесила трубку... Мы позвонили папе невицы Олегу Викторовичу поздравить со столь значительным событием. – Я пока не в курсе, – растерялся собеседник. – Но свадьба – это здорово! ... – Парвиз периодически забирает сына, гуляет с ним, водит на аттракционы, как любой другой хороший отец, – рассказывает Юля. ... Но как нам удалось выяснить, отношения Ясинова и Волковой теплыми назвать никак нельзя. Ясиновы хотят забрать маленького Самира к себе, но Юля, которая отдала ребенка на воспитание своим родителям, категорически против этого. Да и ее мама Лариса Викторовна не в восторге от того, что внук будет воспитываться в другой семье. – Папа хочет забрать мальчика не к себе, а к своим родителям, – объясняет мама невицы Лариса Волкова. ... Знакомые Юлии замечают, что... (<http://sobesednik.ru/scandals/u-yuli-volkovoi-otbirayut-syna>)

б) Объяснительность (подробное разъяснение различных аспектов свадебного ритуала в медиасообщении для упрощения и приближения реальности).

Например,

СТАТЬЯ	Комментируемые в статье аспекты свадебного ритуала
<p><i>Новый регион 2, 2008.02.04</i> <i>Свадьбы в Екатеринбурге: цыгане с медведем все еще в моде</i> <i>4 февраля 2008 в 16:01</i> <i>Как отмечают работники екатеринбургских ЗАГСов, задумавшись вместе с российскими властями над решением демографической проблемы, уральцы стали чаще играть свадьбы.</i></p> <p><i>В связи с этим мы решили выяснить, как сегодня отмечают бракосочетание в Екатеринбурге и какие появились новые тенденции в его праздновании.</i></p> <p><i>Современная психология праздника</i></p> <p><i>Как говорят представители фирм, организующих праздники, сегодня молодожены все чаще отвергают предложения взрослых сделать свадьбу «по правилам», «по старинке». «Современная молодежь перестала быть послушной игрушкой в руках родителей и посторонних тетюшек, жаждущих поразвлечься организацией всего этого процесса.</i></p> <p><i>Многие молодые уже забыли о традиции своих пап и мам ездить по городским достопримечательностям, мерзнув при этом на ветру или промокая под дождем.</i></p> <p><i>Женихи теперь видят невест в платьях до свадьбы, свидетели не выкупают главную виновницу торжества у родителей.</i></p> <p><i>Однако, все вышеперечисленные новшества только становятся тенденцией.</i></p> <p><i>Пока же, в 80 случаях из 100 молодожены все-таки едут по памятным местам города.</i></p> <p><i>Неизменным остается и то, что свадьбы – это до сих пор чисто женское развлечение. Мама, которая выдает замуж дочь, и сама невеста, с упоением примеряющая фату, листая модные журналы, развлекаются.</i></p> <p><i>От мужчин по-прежнему требуется только одно – давать деньги и</i></p>	<p>Свадьба (<i>играть свадьбы</i>) как решение демографической проблемы на Урале.</p> <p>Современное празднование свадьбы в Екатеринбурге и новые свадебные тенденции.</p> <p>Объяснение психологии праздника.</p> <p>1) Появление нежелания молодежи делать свадьбу по старым правилам:</p> <ul style="list-style-type: none"> - посещение городских достопримечательностей; - присутствие жениха на примерке невестой свадебного платья до свадьбы; - отсутствие выкупа невесты свидетелями у родителей. <p>2) Следование свадебным традициям:</p> <ul style="list-style-type: none"> - посещение городских достопримечательностей; - свадьба как женское развлечение; - свадьба для муж-

терпеть примерки с бесконечными обсуждениями всех деталей», – рассказала организатор свадеб в Екатеринбурге Елена Князева.

Для каждой профессии – своя свадьба

Люди разных профессий по-разному стали праздновать свадьбы. По словам специалистов свадебного дела, военным нужны армейские шутки, журналистам – возможность поглумиться над политическими деятелями, бизнесменам – шоу-балет, врачам – конкурсы с алкоголем и так далее.

«Вместе с тем, в некоторых вещах все люди схожи. До сих пор принято на свадьбах обдирать капустные кочаны, чтобы выяснить пол будущего ребенка, красть невесту и прятать ее в кладовке, а потом ходить с подносом и собирать мятые сторублевки на выкуп.

Однако, постепенно эти старые конкурсы, которые уже успели обрести плесенью, уходят из жизни.

К примеру, прятанье невесты надоело журналистам и работникам бюджетной сферы, которые стали видеть в этом ритуале негатив. По их словам, были случаи, когда спрятанные в кладовке виновницы торжества засыпали и как следствие фатально пачкали платье.

Между тем, некоторые предприниматели стали заранее просить не проводить на свадьбе сбор средств на выкуп невесты. Они видят в этой традиции повод для ссор. Как говорят бизнесмены, сбор средств зачастую приводит к дракам, которые начинаются с фразы «ты меньше, чем я, положил!»», – заметила известная екатеринбургская тамада Екатерина Выходцева

Свадебный бюджет

Свадьба – по-прежнему дело затратное. Сегодня этот праздник может отнять у только-только формирующегося семейного бюджета как 15 тысяч, так и 1,5 миллиона рублей. При этом масштабные финансовые траты отнюдь не гарант идеального тор-

чины как трата денег и терпение всех приготовлений;

3) Свадебная ритуальная специфика по профессиональной принадлежности:

- свадьба военных с армейскими шутками,
- свадьба журналистов с политическими шутками,
- свадьба бизнесменов с шоу-балетом,
- свадьба врачей с алкогольными конкурсами.

4) Общие свадебные ритуальные развлечения для всех:

- определение пола будущего ребенка по капустному кочану,
- кража невесты (укрытие ее в кладовке и т.п.),
- сбор сторублевок на выкуп невесты.

5) Отмирание ритуальных конкурсов:

- из-за негатива, порчи платья:

прятание невесты особенно для журналистов и работников бюджетной сферы.

- из-за негатива от возможных ссор и драк:

сбор средств на выкуп украденной невесты на свадьбе.

6) Свадебный бюджет:

- затратность свадьбы,

жества. По словам организаторов праздников, нередко даже самые гламурные приемы с роскошным банкетным залом, катанием на лимузинах и «морем» живых цветов перерастают в банальную попойку. Как говорят тамады, такое «веселье» на профессиональном жаргоне называется «карачаевской» свадьбой – это когда много водки, женицин и немного закуски.

Современная молодежь пытается противопоставить традиции массового загула свое представление о празднике: минимум помпы в день свадьбы, во дворец бракосочетания – в кроссовках, а все деньги – на яркое и запоминающееся путешествие. «Представьте, молодежь является в ЗАГС, проходит мимо напряженно стоящих людей, мило отказывается от услуг фотографов и женицин со смычками, расписывается, быстро выходит на улицу, выпивает бутылку игристого вина и улетает на один из курортов в Краснодарский край. Вот вам и 20 тысяч, львиная доля которых тратится как раз на перелет», – рассказали «Новому Региону» в одной из фирм Екатеринбурга по организации праздников.

Впрочем, по словам собеседников агентства, у сторонников масштабных празднеств «со столом и тостами» есть свои аргументы в пользу таких торжеств – когда свадьба празднуется в каком-то заведении с большим числом гостей, потраченные средства «отбиваются» уже в течение вечера – благодаря подаркам родственников и друзей.

Культурно-массовая программа

Свадебное торжество – дело серьезное, но только до первой рюмки. Как рассказывают уральские тамады, обычно сегодня на «разогрев» гостей уходит час, а через два (были и такие случаи) программу уже делают сами приглашенные. «Но культура «самопальных» конкурсов пока остается на низком уровне, в смысле «ниже пояса». Понимаете, тамады всегда заранее узнают, кто будет на свадьбе, сколько будет человек, у кого какие взаимоотношения, будут ли родственники, – рассказывает Елена Князева. – Эта информация используется во время формирования программы, которая в свою очередь должна быть рассчитана на всех – от мала до велика. Тем более, если на свадьбе присутствуют люди разных возрастов. А конкурсы «от гостей» в большинстве своем – это молодежная пахабщина под Верку Сердючку. Такое веселье (в отличие от исполнителя) не понимают старшие родственники – бабушки и дедушки. Например, молодой человек надует презерватив, отпускает его, он тут же начинает летать по заведению, а кто-то из присутствующих дам должен поймать летающее резиновое изделие ртом. Представьте, если оно приземлится на плече пожилого родственника жениха или невесты! Или еще вот был случай, когда на свадьбу позвали цыган с медведем. Зверь хоть и был маленький, но распугал всех гостей, и, в первую очередь, ребяташек. Одну из девочек даже пришлось увести домой (медведя нельзя было раньше времени вернуть в зоопарк, ибо «оплачено»).

- отсутствие финансовой гарантии идеального торжества,
- свадьба как банальная попойка, «карачаевская» свадьба,
- смещение акцента на свадебные траты: минимум на день свадьбы и регистрацию в ЗАГСе, максимум на свадебное путешествие,

- финансовая польза торжеств с большим количеством гостей за столом и с тостами за счет подарков родственников и друзей.

7) Культурно-массовая программа:

- разогрев гостей тамадой (1-2 часа),
- самостоятельная программа гостей,
- «самопальные» номера и конкурсы «ниже пояса»,
- экстремальные номера (цыгане с медведем),
- информация о гостях свадьбы для тамады,
- формирование тамадой программы с учетом всех гостей,
- мода на «экстраординарное» веселье на свадьбе.

<p><i>Смех был еще в том, что одна из цыганок практически догола раздела двух мужчин, в смысле денег – за гадание и так, наверно, методом гипноза. Пришлось несчастным занимать у знакомых, чтобы как-то добраться до дома. Несмотря на все эти курьезы, гости остались довольны и даже стали советовать своим друзьям этих цыган с медведем. Такое экстраординарное веселье до сих пор в моде». (www.uralweb.ru/news/n315786.html)</i></p>	
---	--

Медиаадресант в данном примере «Свадьбы в Екатеринбурге: цыгане с медведем все еще в моде» подробно рассматривает новые тенденции празднования свадьбы с учетом психологии свадебного торжества, профессиональной специфики, бюджета свадьбы, свадебной культурно-развлекательной программы. Автор отражает разнообразие свадеб, указывая на то, что в современных свадьбах появляется новое, отступающее от свадебных традиций, однако доминируют пока традиционные свадьбы. Медиаадресант приводит яркие примеры, поясняет значения действий участников свадебного торжества с высокой степенью субъективности обобщений. Так, например, автор делает выводы о свадебных пристрастиях людей разных профессий. Возможно, что военные на свадьбах любят армейские шутки, журналисты пошутить над политиками, но сомнительны утверждения о любви всех бизнесменов к шоу-балету, врачей к алкоголю, а также об отрицательном отношении журналистов и бюджетников к прятанью невесты, особенно с акцентом на такие подробности, что невесты засыпают в кладовках, пачкают свои платья. Во фрагменте статьи про бюджет сообщаются испокон веков известные всем факты – свадьбу можно и не отмечать, а если молодожены и родители решились на свадьбу, то все зависит от размера кошелька (либо скромно, либо с размахом). В описании культурной программы явно чувствуется скрытая под излишней детальностью реклама фирм по организации праздников. Медианарратор активно аргументирует свои тезисы. В качестве убеждающих аргументов автор использует небылицы про цыганку, раздевшую гостей чуть ли не догола, про неудачные шутки гостей, про медведя, пугающего детей. Максимальная объяснительность свадебного нарратива достигается благодаря использованию прямой и косвенной речи авторитетных источников, вводных конструкций в форме словосочетаний и

сложноподчиненных предложений (организатор свадеб: «...– *рассказала организатор свадеб в Екатеринбурге Елена Князева...*, ... – *рассказывает Елена Князева...*»; тамада: «... – *заметила известная екатеринбургская тамада Екатерина Выходцева...*», *Как говорят тамады...*, *Как рассказывают уральские тамады...*»; фирма по организации праздников: «... – *рассказали «Новому Региону» в одной из фирм Екатеринбурга по организации праздников*», *Как говорят представители фирм, организующих праздники...*, *По словам организаторов праздников...*; работники ЗАГСа: *Как отмечают работники екатеринбургских ЗАГСов...*; собеседники, которым доверяет интервьюер: *...по словам собеседников агентства...*).

7) Взаимосвязь содержательного единства с множественностью модальных установок в свадебном медиаповествовании (сообщение о свадебном событии в сочетании с реальными, зеркальными, идеальными и конструктивными установками).

Основными модальными установками (Бернс, 1986) выступают:

- *реальное Я/МЫ/ОНИ (есть – в настоящем)* как установки восприятия своих или чужих актуальных способностей, исполняемой роли, актуального статуса;

- *зеркальное Я/МЫ/ОНИ (есть со стороны)* как установки коррекции притязаний человека и его представлений о себе и о других сквозь призму других;

- *идеальное Я/МЫ/ОНИ (хотел бы быть)* как установки формирования желаемых качеств и характеристик, ролей, представления человека о том, каким он хотел бы стать;

- *конструктивное Я/МЫ/ОНИ (стремлюсь и буду – в будущем)* как установки построения проективной модели Я/МЫ/ОНИ, трансформации воспринимаемого как достижимой реальностью (<http://emiz.org.ua/psikhologiiachnosti/modalnosti-ustanovok>; <http://www.inminds.ru/fmads-460-3.html>).

Например,

Майкл Джордан женится на модели

3 января, 12:27

Легендарный 48-летний спортсмен Майкл Джордан решил покончить с холостяцкой жизнью и повести свою избранницу под венец.Избранницей легендарного баскетболиста стала кубинская модель Иветт Прието. Между влюбленными разница в 15 лет: Иветт 32 года.Для общественности эта новость стала несколько неожиданной, ведь еще три года назад бракоразводный процесс Майкла с Хуанитой Ваной стал одним из самых громких в истории. Так, спустя 16 лет брака и имея трех общих детей, Майкл выплатил экс-супруге 168 миллионов долларов. После этого баскетболист уверенно заявлял, что большие никогда не свяжет себя законным браком. Однако, похоже, чувства оказались сильнее.(<http://ivona.bigmir.net/showbiz/stars/323767-Majkl-Dzhordan-zhenitsja-na-modeli-#comments>)

Где,

Волнистая линия – реальные модальные установки,Жирный точечный пунктир – зеркальные модальные установки,Жирный крупный пунктир – идеальные модальные установки,Жирная черта – конструктивные модальные установки.

В данной статье «Майкл Джордан женится на модели» наблюдается сочетание различных модальных установок: 1) *реальная* (событие: Майкл Джордан женится; факты из его биографии и его избранницы Иветты (она – модель, из Кубы, ей 32 года, он – известный спортсмен, баскетболист, 48 лет, 3 года назад развелся после 16 лет совместной жизни с бывшей женой Хуанитой Ваной, которая родила ему 3 детей, в результате развода выплатил ей 168 млн. долларов); 2) *зеркальная* (Майкл – легенда спорта, несмотря на его громкий развод с бывшей женой, адресант открыто ему симпатизирует, радуется его влюбленности, переживает, чтобы Майкл снова не допустил ошибку, сделав неправильный выбор, подкрепляет свое отношение мнением общественности (Для общественности эта новость стала несколько неожиданной...)); 3) *идеальная* (несмотря на несчастья в прошлом, Майкл способен на искренние чувства, верит в любовь и счастливую семейную жизнь (Однако, похоже, чувства оказались сильнее...)); 4) *конструктивная* (Майклу следует урезонить свои чувства и здраво оценить ситуацию о женитьбе, а уже затем осуществить задуманное или нет (...Майкл Джордан решил покончить с холостяцкой жизнью и повести свою избранницу под венец)).

8) *Эмоциональность и экспрессивность* (эмоциональность и экспрессивность медиаповествования о свадебном ритуале).

Например,

<p><i>Vampir-Lady heiratet Kannibalen</i> 31.01.2012 – 00:37 Uhr <i>ER köpfte seine Freundin und aß Teile der Leiche. SIE tötete einen Mann und trank dessen Blut!</i></p> <p><i>Die beiden Schwerverbrecher Michelle Gustafsson (23) und Isakin Jonsson (33, Foto) lernten sich in der Psychiatrie von Karsudden (Schweden) kennen. Jetzt wollen sie hinter Gittern heiraten. Die Freiheit werden sie gemeinsam wohl nie erleben. Beide wurden zu Haftstrafen mit Sicherungsverwahrung verurteilt.</i> (http://www.bild.de/news/ausland/kannibalismus/vampir-lady-heiratet-kannibalen-22366854.bild.html)</p>	<p><i>Леди-вампир выходит замуж за людоеда</i> 31.01.2012 – 00:37 вечера <i>Он обезглавил свою подругу и съел часть трупа. Она убила мужчину и пила его кровь!</i></p> <p><i>Оба уголовника Мишель Густафссон (23) и Исакин Йонсон (33) познакомились в психиатрической клинике Карсудден (Швеция). Теперь они хотят жениться за решеткой. Свободы вместе им, наверное, никогда не испытать. Оба были приговорены к лишению свободы с заключением под стражу.</i></p>
---	---

Сюжет данного короткого свадебного медианарратива «*Vampir-Lady heiratet Kannibalen*» / «*Леди-вампир выходит замуж за людоеда*» прост и драматичен: история любви мужчины и женщины, которые прожили свои жизни до встречи с другими, возможно, любимыми, которых потом извращенно убили, познакомились, хотят пожениться, женятся, но не смогут иметь совместное будущее, по мнению медиаадресанта, поскольку у таких людей не может быть будущего (*Die Freiheit werden sie gemeinsam wohl nie erleben.*). Необычность, экспрессивность и эмоциональность истории придают нестандартные персональные (*Vampir-Lady, Kannibale, Die beiden Schwerverbrecher Michelle Gustafsson (23) und Isakin Jonsson (33)*), локальные (*Psychiatrie von Karsudden (Schweden), hinter Gittern*), темпоральные (глаголы в прошедшем времени (до знакомства и свадьбы): *köpfte, aß, tötete, trank, lernten sich kennen* (знакомство), *wurden verurteilt* (после знакомства), в настоящем (до свадьбы): *wollen heiraten* (желание пожениться), *heiratet* (свадьба), в будущем: *werden nie erleben* (после свадьбы), наречие настоящего времени: *jetzt*) и акциональные коды (*Vampir-Lady heiratet Kannibalen...*, *ER köpfte seine Freundin und aß Teile der Leiche...*, *SIE tötete einen Mann und trank dessen Blut! ...*, *Die beiden Schwer-*

verbrecher ... lernten sich in der Psychiatrie von Karsudden (Schweden) kennen. Jetzt wollen sie hinter Gittern heiraten. Die Freiheit werden sie gemeinsam wohl nie erleben. Beide wurden zu Haftstrafen mit Sicherungsverwahrung verurteilt.), а также написание личных местоимений *он* и *она* прописными буквами (*ER, SIE*), применение восклицательного знака в восклицательном предложении (*SIE tötete einen Mann und trank dessen Blut!*). Карнавальность свадебному ритуалу придает место знакомства (психиатрическая лечебница) и свадьбы (тюрьма), а также название действующих лиц – *леди-вампи* и *людоед* – *Vampir-Lady, Kannibale*, их страшные преступления *обезглавливание людоедом своей подруги и поедание части ее трупа, убийство мужчины женщиной и питье его крови*, изложенные в коротких простых предложениях с однородными членами предложения (скажемыми, выраженными глаголами в прошедшем времени). Рассматриваемый свадебный медианарратив благодаря экспрессивности и эмоциональности повествования обеспечивает сильное воздействие на чувства и эмоции адресата, способствует привлечению внимания, увлечению и развлечению адресата медиасообщением.

Итак, в результате проведенного исследования свадебного медианарратива выявлены его конститутивные признаки: 1) общественная значимость сюжета о свадебном ритуале, 2) сюжетная простота, 3) сюжетная двуплановость, 4) взаимодействие первичных и вторичных свадебных медиатекстов, 5) множественность повествователей-медиаадресантов о свадебном ритуале, 6) объяснительность, 7) взаимосвязь содержательного единства с множественностью модальных установок в свадебном медиаповествовании, 8) эмоциональность и экспрессивность.

Как показывает анализ фактического материала свадебного медианарратива, успех медиаадресанта какого-либо медиаиздания обеспечивается, если в СМИ появляется яркая, четкая, убедительная история о свадебном ритуале, привлекающая внимание адресата и развлекающая его. Медиаконкуренция достигается в борьбе, чья свадебная история лучше. Поэтому СМИ активно ищут яркие фигуры жениха и невесты, необычные и громкие свадебные события для

медиасообщений, тщательно продумывают их структуру, делая в медиатекстах определенные акценты в зависимости от поставленных целей. Далее рассмотрим содержание повествования о свадебном ритуале в медиадискурсе.

1.2. Содержание повествования о свадебном ритуале в медиадискурсе

В процессе исследования коммуникации мы получаем уникальную возможность познать строение человеческого сознания, поскольку «сознание отображает себя в слове, как солнце в малой капле воды. Слово относится к сознанию, как малый мир к большому, как живая клетка к организму, как атом к космосу. Оно и есть малый мир сознания. Осмысленное слово есть микрокосм человеческого сознания» (Выготский, 1982, Т.2, с. 361). Во всякой мысли устанавливаются какие-либо отношения. В первую очередь для человека важны отношения с окружающим его социумом, а потому в сознании каждого индивидуума устанавливаются отношения с общественным сознанием (Желтухина 2003, 2011а; Сорокин, Тарасов, Уфимцева 1991). В понимании М.М. Бахтина «никакие человеческие события не развертываются в пределах одного сознания» (Бахтин, 1986, с. 330). Предназначение человека – в общении. «Быть – значит общаться ... Быть – значит быть для другого и через него – для себя» (Там же). Публичная свадебная коммуникация занимает особое место в жизни современного человека в информационном обществе, понимается как свадебная коммуникация перед другим человеком или группой, возможно с их участием. Публичная свадебная коммуникация в СМИ реализует вербальное, невербальное и перформансное воздействие на адресата, основным средством которого является способ расположения сообщения в пространстве (Желтухина, 2011б; Почепцов, 2001б). Процессуальность предполагает ритуализованность и динамичность развития свадебного события. Ритуализация свадебной медиакommunikации направлена на развлечение адресанта при достижении желаемого ре-

зультата и на развлечение адресата, участвующего в театрализованном свадебном ритуале.

Ментальные операции анализа и синтеза позволяют вычленять в свадебном медиасобытии наиболее яркие образы, привлекательные фрагменты, вызывающие положительные эмоции, которые затем обязательно распознаются адресатом в медианарративе. Позитивность свадебного медиасобытия предвкусывается человеком, что способствует его многократному повторению, где человек может выступать в разных ролях (*жених / невеста, свидетель / свидетельница, гость / гостья, отец / мать* и т.п.). Освоенное опытом человека свадебное медиасобытие включается в коллективный опыт человека, определяется необходимым для повторения всем социумом, становится нормативным, регулярным и формальным.

С ритуальностью, церемониальностью пересекаются инсценированность, театральность, поскольку подчиняются установленным формам и процедурам. В основе инсценированности свадебной медиакommunikации лежит театральный подход к медиадискурсу. Инсценированность базируется на ритуализованности (Alexander, 1997), обмане, манипуляциях, статусно-ролевых медиаотношениях, для описания которых применяются понятия «роль», «инсценировка», «статус», «дистанция». Инсценированность свадебной медиакommunikации предполагает разыгрывание на медиаарене свадебных трагедий и комедий, представляет собой произведение участниками свадебного ритуала в СМИ (выражающими эмоции и воспринимающими эмоции, эмоциональными и сдерживающими эмоции, смеющимися и осмеиваемыми) впечатления друг на друга и позволяет распознать оценочность свадебных медиасообщений.

Ритуал как цельная функционально значимая система повторяющихся действий в одной и той же форме в том же порядке в каждом случае для достижения цели (Палашевская, 2012) характеризуется тем, что каждый его системный компонент имеет свое значение и силу действия, благодаря другим компонентам, смысл которых раскрывается только в отношении целостности. Свадебные ритуальные речевые действия в массмедиа предсказуемы, так как пере-

ключают внимание со своего содержания на сам факт их произнесения (например, *произносимый текст свадебной церемониальной речи, транслируемой в СМИ, повторяемой практически в неизменном виде, представляет собой акт ритуала институциональной инициации как переход от незамужней девушки к замужней женщине и т.п.*). Именно через перформативы язык реализует функцию, близкую к магической, ритуальной (Арутюнова 1998). Через ритуалы инициации участники свадебных ритуалов в медиадискурсе наделяются статусом, правом на произнесение конкретных слов и выражений (*Готовы ли Вы... взять в мужья... – Готова!*), на ношение одежды, символизирующей его принадлежность к институциональной общности, на выполнение ситуационных действий и проявление определенных качеств.

Свадебный медиацеремониал отличается жестким повторением предписанных действий, обычно не вариативен, сближаясь с медиаритуалом (*видеотрансляция свадьбы коронованных особ*). Церемониальность в свадебном медиадискурсе отличается клишированными элементами свадебной ритуальной коммуникации для сценарной линии внешней интерактивной формы поведения участников свадебного ритуала в медиадискурсе и не предполагает изменений их статуса (например, *в телепрограммах часто показывают свадебные церемонии в ЗАГСе, когда все присутствующие, стоя, слушают речь работника ЗАГСА, жених с невестой обмениваются кольцами и поцелуями, заявляют о согласии вступить в брак, звучит Марш Мендельсона и др. (Ток-шоу «Давай поженимся», 2013 г.)*). При этом все участники оформляют свои действия в стандартные формы, выражающие статусные корреляции между ними (*жених – невеста, свидетель – свидетельница, гости со стороны жениха – гости со стороны невесты – почетные гости и т.п.*). В переходах свадебного процесса отмечаются церемониальные связки. Действия, не вписывающиеся в размеренно-торжественную процедуру свадебной церемонии (*вмешательства, выкрики, движения по залу и т.д.*), могут стать основанием для приостановления или прекращения свадебного процесса (*кто против заключения брака, может открыто заявить об этом*).

Рассматриваемый театральный подход предполагает выявление релевантных коммуникативных поступков (*предложение руки и сердца, согласие стать женой / мужем* и т.п.). Синтагматика свадебного ритуального взаимодействия проявляется при переходе от минимально значимых интенций к доминантным. Процесс соединения отдельных сегментов свадебного ритуала во *временной (линейной)* последовательности характеризуется *связностью входящих в него единиц, динамизмом и стадийностью*.

Динамизм свадебного ритуала в СМИ отражает временные координаты («разумные сроки»), которые вынуждают участников свадебного ритуала в современном медиадискурсе принимать решения по выполнению действий в меняющихся условиях ситуации взаимодействия. Динамичность свадебного ритуального медиавзаимодействия обусловлена нормативно закрепленной возможностью участников свадебного ритуала в медиадискурсе приспособлять свои действия к ситуации взаимодействия, влияя на ход ее развития.

Стадийность свадебного ритуала в медиадискурсе означает последовательность и структурированность развития (*начало – развитие – конец*). Обобщенная схема свадебного процесса развивается по траектории линейно движущейся точки, проходящей стадии: «до свадьбы» (*объяснение в любви, сватовство, помолвка, подача заявления в ЗАГС и др.*), «собственно свадьбы» (*бракосочетание, свадебное торжество и др.*) и «после свадьбы» (*первая брачная ночь, медовый месяц, рождение ребенка и др.*). На каждой стадии разворачиваются сложные события. Текст медиавзаимодействия разделяется на крупные сегменты действия (дискурсивные медиаакты), отгороженные друг от друга итоговыми действиями. Каждый дискурсивный медиаакт завершает цикл взаимных активностей и отношений и влечет переход на следующую ступень развития. Крупные сегменты в свою очередь разбиваются на более мелкие (дискурсивные сцены), границы и пустоты между которыми маркируются церемониальными действиями-связками (*Молодожены могут обменяться кольцами...*), обозначающими не только переходы от одной структурной части сценария к другой, но и перерывы в дискурсивном времени.

Опираясь на исследования ритуального пространства И.В. Палашевской (Палашевская, 2012) и анализ фактического материала, установлено, что при развертывании свадебного ритуала в современном медиадискурсе актуализуются *интенциональные, процедурные, хронологические, каузальные, функциональные* и *референциальные* связи между действиями его участников. Остановимся на некоторых значимых для исследования акциональных связях свадебной медиакоммуникации подробнее.

Процедурные связи свадебного ритуала в массмедиа указывают на ритуальность медиадискурса, в котором свадебный ритуал представляет собой последовательность вербальных и невербальных действий. В данном случае ожидаемые свадебные события в СМИ управляют следованием отдельных речевых действий внутри процесса свадебного ритуального общения. Для свадьбы характерно то, что вся система свадебных процессуальных действий и каждое отдельное свадебное действие производится в предусмотренном свадебным обычаем и традицией процессуальном порядке, обязательном для всех (свадебная процессуальная процедура), следование которому рассматривается как обеспечение законности бракосочетания, создает гарантии достоверности доказательств (напр., венчание, первая брачная ночь и т.п.). Свадебные ритуальные действия в массмедиа, иницирующие процедуру, развивают, завершают или прекращают ее на определенном этапе, выступают поводом для инициации других процедур.

Хронологические связи свадебного ритуала в массмедиа раскрываются, когда одно свадебное действие возникает после другого свадебного действия, при этом не обязательно им обусловлено, а совершается в силу необходимости реализации свадебной процедуры. Например, сообщение в СМИ о сватовстве, которое предполагает негласный семейный совет в доме жениха, затем направление в дом невесты свахи или сватов (крестных родителей жениха или его ближайших родственников (дядя, старший брат)); предложение родителям девушки в шуточно-торжественной, иносказательной форме; при получении согласия сразу же после сватовства или через несколько дней организация в доме

невесты первого обрядового вечера, на котором о сватовстве сообщается ближайшим родственникам обеих сторон.

Каузальные связи свадебного ритуала в СМИ раскрывают причинно-следственный характер действий участников свадебного медиадискурса, когда одно свадебное действие возникает вследствие другого свадебного действия и служит причиной последующего свадебного действия (напр., предложение руки и сердца, знакомство с родителями, бракосочетание, свадебное путешествие и т.п.). События представляют собой изменение состояний. Для свадебного ритуала в массмедиа характерна гибкость процедуры взаимодействия, предусматривающая определенную свободу действия в общей сценарной последовательности (*вопрос – ответ как часть свадебного ритуала: Готовы ли Вы взять в жены.... – Да.* (видеотрансляция бракосочетания по ТВ или в сети Интернет)), в возможности альтернативных ходов и актуализации сценарных альтернатив, вариативности развития свадебного медиадискурса или его прекращения на определенной стадии процесса, т.е. возможности влияния на ход взаимодействия (фильм «Укрощение строптивой» / «The Taming of the Shrew» (Великобритания, 2005) – комедия У. Шекспира в новой современной интерпретации в мини-сериале телеканала BBC «Шекспир на новый лад» с Руфус Сьюэлл (Петруччо) и Ширли Хендерсон (Кейт Минола) как исполнителями главных ролей).

Функциональные связи свадебного ритуала в СМИ отражают действия, последовательности действий одного или нескольких участников свадебного медиадискурса, реализующие определенную функцию, например, *произнесение клишированных фраз о любви, преподнесение цветов и подарков, приглашения на свидания, предложение руки и сердца и т.п., жених осуществляет функцию объяснения в любви, приносит клятву в верности* и т.п.

Референциальные связи свадебного ритуала в массмедиа объединяют свадебные ритуальные действия, связанные одной референтной ситуацией как «данных», поступающих на вход институциональной системы как совокупности протекающих в ней информационных потоков, создающих смысловые связи между действиями участников свадебного ритуала, со структурами которых

связывают некоторые действия участников свадебного медиадискурса, активизирующиеся при обращении к этим данным (Палашевская, 2012). Процесс повествования о свадебном ритуале в СМИ можно представить в виде движения определенного массива свадебной информации, поступающей «на вход» системы, перерабатываемой внутри (происходит циркуляция свадебных информационных потоков между различными участниками) и выдаваемой «на выходе» в виде различного рода решений (Черданцев 2012, с. 249).

По аналогии с театральным текстом (Чечетин 1981, с. 124), мы констатируем, что свадебный медиатекст сегментируется не только на свадебные действия, но и на свадебные явления. Поэтому в институциональном взаимодействии границами дискурсивных сцен свадебного ритуала, наряду с типом высказываний, выступает смена его участников. С появлением нового участника свадебного ритуального медиадискурса вносятся определенные изменения в референциальный аспект общения: сообщение чего-либо, уточнение, внесение определенных смыслов, сообщение новых фактов, влияющих на ход дальнейшего развертывания взаимодействия.

Институциональные сценарии свадебного ритуала содержат типы деятельности, обусловленные широким кругом факторов (нормы, обыкновения институциональной практики, стандарты этического и профессионального мышления, имеющие регулятивную ценность и т.п.) (Палашевская, 2012). Наиболее жестким регулятором выступают нормы, установленные законодателем и традицией для участников свадебного медиадискурса и ориентированные на реализацию воли в каждой конкретной ситуации свадебного ритуала в определенном порядке. Типизация повторяющихся действий и связанных с ними ожиданий и превращение их в нормы отражают сущность институционализации свадебного ритуала в медиадискурсе. Нормативная обусловленность свадебного ритуала в медиадискурсе помогает его участнику, наблюдающему действия другого, предугадать развитие этого действия и его интерес. После распознавания и прогнозирования действий другого участник свадебного медиадискурса выбирает варианты нормативных образцов поведения из собственного

арсенала, приспособливая свое поведение к поведению другого и развивая ритуальную акциональную цепочку.

Нормы взаимодействия соотносятся с жанрами как исторически сложившимися текстотипами, узнаваемыми участниками общения (например, *объяснение в любви, сватовство, бракосочетание и т.п.*). Тип коммуникативного действия (речевой акт) – структурное звено жанра, его компонент (*директивы и императивы, перформативы, репрезентативы, декларативы и т.п.*). Можно рассматривать *жанровое форматирование* свадебного медиадискурса как способ представления определенного набора событий, ситуаций, участников, а также как способ создания и решения конфликтов. Участник свадебного медианарратива может действовать вне рамок жанровых форм, но тогда проявления его участия в дискурсе приобретают статус незаконного, недозволенного, а соответственно, не имеющего смысла.

Частотность воспроизведения акциональных последовательностей, задаваемых нормативными рамками и облекаемых в жанровые формы, составляет стереотипную составляющую сценария (Палашевская, 2012). Стереотипность также относится к содержательному аспекту, выражаемому последовательностью действий, нарушение которой порождает абсурдные или уникальные явления. Абсурдность свадебного сценария следует отличать от приема доведения до абсурда, который с помощью логики антропоморфизма превращает обыденный случай в нереальную комичную ситуацию. Смеховые жанры свадебного ритуала воплощают карнавальное сознание (по М.М. Бахтину) в соединении сакрального и профанного (Жельвис, 1990, с. 15). Карнавализация жизни молодоженов определяет взаимодействие, базирующееся на игнорировании социальных и моральных правил и норм (частушки, поздравления, пожелания, наказания и т.п.):

Это – свадьба-разгуляй!

Скажи прошлому: прощай!

Новой жизни открой сердце!

Музыкант, сыграй нам скерцо!

В кране капает вода

Капельками звонкими.

Ты с невестою – в кровать,

Мы ж – гулять с девчонками! (http://zanimatika.narod.ru/Svadba_9.htm)

Бей мужа чайником – будет муж начальником!

В семье все поровну: Жене шубу, а Мужу галстук!

Вышла замуж – отговори подругу.

Где любовь – там и совет.

Давайте же уьемся в дым. Чтоб было счастье – молодым!

Желаем вам столько дочек, сколько на березе почек, желаем вам столько сыночков, сколько в бору лесном пенечков!

Кольцо на палец – хомут на шею.

Кому горько – целуй соседа.

Первый год жена милочка, второй год – пилочка, третий год – лесопильный завод.

(<http://npir.narod.ru/doc/plakat.htm> / <http://npir.narod.ru/doc/plak1.htm>)

По мнению В.И. Жельвиса (Жельвис, 1990, с. 14), участники «карнавального действия» могут фамильярно обращаться с наиболее священными коллективными понятиями и нормами, сочетать несочетаемые предметы и символы, снижать ценность высокого, почитаемых вещей и явлений, как наглядно показано в приведенных выше примерах (например, метафорический перенос по функции: *жена* как «*пилочка*» и «*лесопильный завод*»), что влечет нарушение табу, определяет место комического в карнавальном сознании. В свадебном медианарративе высмеиваются высокие ценности, нормы и явления (*напр., любовь, верность, семья* и т.п.). В связи с этим, исследование карнавального сознания участников свадебного ритуала в современном медиадискурсе способствует разъяснению и пониманию проблем некарнавальной жизни.

Основными признаками свадебной ритуальной коммуникации (Карасик, 2002б, с. 297) в СМИ выступают **символическая нагруженность, содержательная рекурсивность и жесткая формальная фиксация.**

Иллюстрацией *символической нагруженности* свадебной ритуальной медиакommunikации может служить медиасoобщение о невербальных (визуальных, графических) средствах, которые отличаются большим разнообразием лиц и предметов, связанных со свадебным ритуальным действием (одежда, обувь, украшения, аксессуары, татуировки и др.) через символизм. Одним из основных графических средств свадебного ритуала в современном медиадискурсе выступают «свадебные кольца», круглая форма которых олицетворяет вечность, вечную любовь, традиция обмениваться которыми идет из Древнего Египта. В диахронии брак был не столько союзом двух любящих сердец, сколько союзом по расчету, так как он основывался на выгоде как отражении материального и статусного аспектов. Предшествовавшие бракосочетанию помолвка и обручение как одарение невесты кольцом представляли собой залог сделки, демонстрацию твердого намерения жениха заключить брак.

Например,

...Вместо традиционных золотых обручальных колец за два дня до свадьбы влюбленные сделали татуировки на среднем пальце левой руки в знак того, что их любовь вечна. Идея, кстати, принадлежала Рикардо, а Наташа ее с восторгом поддержала... (<http://eg.ru/daily/adv/2019/>)

В данном медианарративе подтверждается значимость символической функции свадебного ритуала в СМИ, поскольку практически все атрибуты свадебного ритуального действия (предметы – кольца; цвета; пища и т.д.) маркируются повышенной семиотической нагруженностью (*в знак того, что их любовь вечна*), что отражается вербально в СМИ при описании свадебных ритуальных акциональных (*сделали татуировки на среднем пальце левой руки*), атрибутивных (*вместо традиционных золотых обручальных колец*), темпоральных (*за два дня до свадьбы*) параметров.

Жесткая формальная фиксация, содержательная рекурсивность (повторяемость) свадебных событий в массмедиа приводит к их ритуализации, к формированию свадебного ритуала в разных его формах. Чтобы стать ритуалом, свадебное событие проходит несколько этапов развития, в т.ч. и в СМИ, и

характеризуется параметрами, играющими роль эмотивных аттракторов для адресата для провоцируемости повторяемости события (Метелица, 2002, с. 53). Жизненно важное событие позволяет возвращать его после его завершения, повторять, делать цикличным.

Например,

Тайну выдала жена Александра Буйнова, который на свадьбе Примадонны был свидетелем со стороны невесты. Алена позвонила и пообщалась с Аллой Борисовной. Александр Буйнов: «Супруга позвонила Алле в 12:00–12:30. Ребята очень бодрые, веселые голоса. Все у них именно как у молодых» (НТВ, 27.12.2011).

В данном фрагменте свадебного медианарратива принятым, повторяемым, традиционным событием для молодоженов (молодых) после бракосочетания, свадебного застолья является первая брачная ночь как таинство, которое прямо не называется, но подразумевается путем использования маркеров принадлежности (*жена свидетеля со стороны невесты*), деятельности (*выдала тайну, супруга позвонила Алле*), времени (*в 12:00–12:30*). Первая брачная ночь как таинство, происходящее между молодыми (молодоженами), в случае успешности вызывает положительные эмоции, радость, обеспечивает хорошее настроение, что подтверждают оценочные эпитеты *«Ребята очень бодрые, веселые голоса»*. Жесткая формальная фиксация и рекурсивность реализуется сочетанием следующих маркеров: употреблением частицы *именно* в значении выражения уверенного подтверждения, истинности, местоимения *все* в значении без остатка, без исключения, полностью, сравнения *как у молодых* (где актуализируются значения *молодожены и немолодой возраст невесты Аллы Борисовны Пугачевой*), эллиптической конструкции (отсутствие сказуемого, а также возможного пояснения распространения в сложносочиненном или сложноподчиненном предложении): *«Все у них именно как у молодых» (например, Первая брачная ночь у них была, как это установлено свадебной традицией для всех молодоженов...; Первая брачная ночь состоялась, прошла хорошо независимо от возраста жениха и невесты, которые совершили данный свадебный*

ритуал в качестве молодоженов... и т.п.). Рекурсивность свадебного ритуала реализуется также в том, что для невесты первая брачная ночь повторяется уже не первый раз, поскольку это не первый официальный брак А.Б. Пугачевой. Данной фоновой информацией владеет представитель русской лингвокультуры, который интересуется музыкой, эстрадой, что учитывается адресантом-автором сообщения о свадебном ритуале, а затем и адресантом-журналистом, цитирующим слова жены свидетеля невесты в СМИ.

Еще один пример фиксации основных признаков свадебной ритуальной коммуникации в массмедиа:

...Но попытки сделать из Уильяма и Кейт вторых Чарльза и Диану пока натываются на явное сопротивление населения... (http://www.newsinfo.ru/articles/2011-02-17/britain/748186/).

В данном фрагменте свадебного медианарратива реализуется жесткая формальная фиксация, рекурсивность и символичность свадьбы принца Уильяма и Кейт. Информация о свадебном ритуале выводима из контекста статьи путем сравнения со свадебными событиями Чарльза и Дианы: *сделать из кого-то вторых* означает *повторить по образу и подобию*, т.е. перенести все маркеры свадебного ритуала на объекты подражания, их действия, окружающие их атрибуты и т.п., вплоть до повторения их судьбы. Символизм проявляется при сравнении Кейт с Дианой как символом прекрасной мечты о счастливом браке, семейной жизни, о Золушке (воспитательнице детского сада), становящейся принцессой, символом британской нации, королевой червей, королевой сердец и т.п.

С учетом исследований, посвященных ритуальной коммуникации (Байбурин, 1993; Манукян, 2010; Метелица, 2002; Олянич, 2004; Палашевская, 2012 и др.), и в результате анализа фактического материала установлено, что **содержание свадебного ритуала моделируется по следующим параметрам**, которые находят свое отражение в примерах афоризмов, анекдотов, статусов о свадебном ритуале, встречающихся в СМИ (<http://anekdotov.net>;

http://opensoul.narod.ru/humor/a_rel.at.htm; <http://www.zemlemer-67.ru/home/1615-2010-12-27-13-31-49>):

1. Формат свадебного общения: определение последовательности коммуникативных действий, набора этих действий и правил обмена информацией между участниками свадебного ритуала, зависящей от их коммуникативных интенций (*традиционная свадьба с сохранением последовательности ритуальных действий, свадьба в стиле кантри, городская свадьба, аристократическая свадьба и т.п.*).

Например,

–Ну и сколько же мы будем встречаться? – Да хоть до свадьбы...; – Мам, мам, а Я замуж выхожу... –Надолго??? – Ну, посмотреть, как там за мужем!!!=) ; Думаешь мы с тобой перестанем общаться?! Как бы не так! Я еще на твоей свадьбе плясать буду! В платье невесты! Ыыыы!!)); – Обожаю свадьбы. Все счастливы, все красиво, да еще и торт дают. – Невеста притворяется, что она девственница, жених – что нашел одну единственную, родители с обеих сторон – что нравятся друг другу.; – Пап, я выхожу замуж! – Ничего не знаю, как стемнеет-домой!!!! –Родители я всегда буду жить с Вами, нафиг этот замуж... – Не смей угрожать родителям!!!!!!!!!!!!

2. Конвенциональность свадебного коммуникативного инструментария (согласие в использовании общих семиотических законов и смысловых инструментов в процессе свадебной ритуальной коммуникации): определение необходимых вербальных и невербальных знаков и символов для презентации свадебного события, приписывающих ему таинственность, торжественность, сакральность, знание презентом коммуникативной регуляции и лимитирования (по А.В. Оляничу), которые отличаются религиозным и национальным характером (*платье невесты, букет невесты, обручальные кольца, свадебный кортеж, свадебный марш, свадебная речь работника ЗАГСа, свадебные речи жениха и невесты, свадебные тосты и т.п.*).

Например,

Стас Янковский: Музыка свадебного шествия всегда напоминает мне военный марш перед битвой....; На свадьбе теща подбодрила зятя: «Не знаю, как там насчет еды, а пицца для размышлений у тебя будет !»; – Ложись спать. Завтра у тебя важный день. – Спасибо, что напомнил! Теперь я окончательно упокоилась. – Встретимся у алтаря. – Я буду в белом.

3. Сценарность свадебной ситуации:

1) Определение списка участников коммуникативной ситуации (жених, невеста, родители жениха, родители невесты, свидетель, свидетельница, гости со стороны невесты, гости со стороны жениха, почетные гости, музыканты, тамада / ведущий и т.п.)

Например,

Если жена пилит мужа, значит, хочет сделать из него прекрасную половину. Если молчат, значит, им есть, что сказать друг другу.

2) Определение места и времени ситуативного свадебного события (структурирование свадебного ритуального пространства: в доме у жениха, в доме у невесты, в ЗАГСе, в церкви, в ресторане, кафе и т.п., в доме у жениха, в доме у невесты, в путешествии по городу и т.п.).

Например,

А. Калинин: ЗАГС – Залетная Авиабазы Гражданок Страны, Анди: ЗАГС – дворец для новобрачных и кладбище для умершей любви. 14 страничка в твоём паспорте давно забронирована мной...; Следующая остановка "ЗАМУЖ", выходим, девушки, выходим!

3) Определение функций и ролей участников ситуации свадебной ритуальной коммуникации (невеста и жених бракосочетаются, свидетели жениха и невесты подтверждают заключение брака и т.п.).

Например,

Л. С. Сухоруков: На свадьбе семейства жениха и невесты выступают в роли футбольных команд, защищающих цвета своего клуба.

4) Определение и закрепление за участниками свадебного ритуала необходимых для коммуникации признаков и характеристик дескриптивного харак-

тера (свидетель со стороны жениха должен веселить шутками и приговорами всех присутствующих и т.п.).

Например,

К. Салютати: Ты, придурок, согласен ли ты взять в жены эту дуру? – Согласен! – Я ж и говорю, придурок!

5) Определение задач свадебной ритуальной коммуникации (проявление невестой покорности, любви и благодарности к родителям, выказывание женихом уважение и любовь к невесте и др.).

Например,

А.В. Иванов: Вступающие в брак должны глядеть во все глаза до брака и держать их полузакрытыми – после...; Хенрик Каден: Брак – то, чем мужчина платит за секс, секс – то, чем женщина платит за брак...; Лешек Курмор: Романы и комедии обычно кончаются свадьбой; предполагается, что потом говорить уже не о чем...; Юрий Татаркин: Если свадьба – это ритуал, почему на ЗАГСе нет вывески «Ритуальные услуги»?

б) Прогнозирование хода свадебной ритуальной коммуникации и определение последовательности коммуникативных действий (смотрины, сватовство, бракосочетание, венчание, свадебное застолье, первая брачная ночь, медовый месяц, семейная жизнь).

Например,

Барбара Трапидо: Женитьба объединяет ресурсы двух семей для воспитания потомков. Только у неудачников за ней следуют разводы, разлады, ссоры с родней и ленивая бездетность...; Джон Аулер: Свадьба – это те же похороны, только с танцами и мордобоем...; Григорий Кофман: Хорошо воспитанный жених всегда откроет двери ЗАГСа перед невестой, пропустит ее вперед. Закроет за ней двери, чтобы ветром не повредило, и подопрет – заранее подготовленной палкой.; Яна Джангирова: Медовый месяц заканчивается, когда домашние туфли мужу приносит собака, а ворчать начинает жена. «Секс только после свадьбы» звучит как «Ссылка доступна только зарегистрированным пользователям». :D

7) Прогнозирование результата свадебной ритуальной коммуникации (*мир, любовь в новой семье, рождение ребенка, развод и т.п.*).

Например,

К-ф «Не может быть»: Благодаря разводам свадеб стало больше...; Ф. Бэкон: Человек должен иметь хорошую семью, чтобы отдыхать от работы, и «хорошую» тещу, чтобы с радостью на эту работу ходить...; Мария Эшенбах: Есть ли жизнь после свадьбы?; Оноре Бальзак: Нереализованные сексуальные фантазии приводят к тяжелым последствиям, например, к свадьбе.

8) Опциональное прогнозирование действий в случае неуспешности свадебной ритуальной коммуникации (*сбежавшая невеста, отмена свадьбы, развод и новая свадьба и т.п.*).

Например,

Аркадий Давидович: Недавно в одном из ЗАГС-ов при попытке с бегством был задержан жених. Для того, чтобы негодяю впредь неповадно было, его не просто заставили расписаться, а в виде контрольного выстрела принудили расписаться второй раз...; Фрэнсис Бэкон: Мы с женой отпраздновали 30-ю годовщину нашей свадьбы. Если б я убил ее сразу, я бы уже вышел на свободу...; До свадьбы мужчина и женщина говорят друг другу: "Мне нравишься только ты", а после свадьбы: "Ты нравишься только мне".

9) Обеспечение рекурсивности ситуации свадебной ритуальной коммуникации (*возможности ее повторяемости в будущем как устоявшегося свадебного ритуала: сохранение свадебных традиций, точное следование всем этапам свадебного ритуального действия, повторяемость бракосочетания: выйти замуж, жениться во второй раз и т.п.*).

Например,

Ф. Бэкон: На свадьбе свидетель-спекулянт выкупил невесту и тут же ее перепродал...; Джон Хейвуд: Когда во второй раз выходит замуж женщина, это означает, что она ненавидела своего первого мужа. Когда вторично женится мужчина, это происходит потому, что он обожал свою первую

жену...; В. Гете: Все свадьбы похожи друг на друга, но все разводы интересны по-своему.

4. Драматизация в свадебной ритуальной коммуникации: соотношение каждой конкретной поведенческой ситуации человека с «правильным» или «должным», приемлемым и ожидаемым (*нормы невербального этикетного общения как показатель статусно-ролевых характеристик партнеров по коммуникации: этикетные и ритуальные прикосновения, объятия, рукопожатия и поцелуи в свадебном ритуальном межличностном общении эмоционально насыщены; совместное принятие пищи (застольный этикет, символика стола и ритуализация свадебной трапезы) как ритуал скрепления связей, объединения интересов, создание иллюзии неуязвимости и веры в этичность группы, единомыслия*).

Например,

Роберт Орбен: Причина, почему влюбленные никогда не скучают в обществе друг друга, заключается в том, что они постоянно разговаривают о самих себе. ; Барбара Трапидо: От поцелуя до ссоры один шаг, а от ссоры до поцелуя – неделя, а то и новые сапоги! ; Свадебная математика: Брак по расчету – сложение. Брак по любви – вычитание. Развод – деление. Секс без противозачаточных средств – умножение...; –Знаешь, что будет лет через десять?... –Что? –Я выйду замуж за красивого мужчину, рожу ему сына, мы будем жить дружно, а еще, я буду его безумно любить.. –А как же я? –Ты женишься на психопатке и будешь счастлив... –А как же мы? –Глупый, это я о нас.

Итак, в результате проведенного анализа содержания повествования о свадебном ритуале в медиадискурсе установлено, что оно моделируется по следующим параметрам: 1) формат свадебного общения, 2) конвенциональность свадебного коммуникативного инструментария; 3) сценарность свадебной ситуации; 4) драматизация в свадебной ритуальной коммуникации. Выявив и описав содержание повествования о свадебном ритуале в массмедиа, перейдем

в следующем разделе к рассмотрению презентации свадебного ритуала в современном медиадискурсе в лингвопрагматическом аспекте.

ВЫВОДЫ К ПЕРВОЙ ГЛАВЕ

1. Свадебный ритуал представляется в современном медиадискурсе как свадебный медианарратив, под которым понимается совокупность дискурсных образований разных медиажанров, сконцентрированных вокруг определенного свадебного события, развернутый (сверхтекст/макси-текст – свадебная церемония / церемония бракосочетания, свадебный скандал и др.) и/или свернутый медиатекст (мини-текст – свадебный заголовок, лозунг, слоган, анонс, аннотация), несущий топик или рему свадебного сообщения в информационном плане.

К конститутивным признакам свадебного медианарратива относятся:

- 1) общественная значимость сюжета о свадебном ритуале,*
- 2) сюжетная простота,*
- 3) сюжетная двуплановость,*
- 4) взаимодействие первичных и вторичных свадебных медиатекстов,*
- 5) множественность повествователей-медиаадресантов о свадебном ритуале,*
- 6) объяснительность,*
- 7) взаимосвязь содержательного единства с множественностью модальных установок в свадебном медиаповествовании,*
- 8) эмоциональность и экспрессивность.*

2. Содержание повествования о свадебном ритуале моделируется в медиадискурсе по следующим параметрам:

- 1) формат свадебного общения,*
- 2) конвенциональность свадебного коммуникативного инструментария;*
- 3) сценарность свадебной ситуации;*
- 4) драматизация в свадебной ритуальной коммуникации.*

ГЛАВА II. ЛИНГВОПРАГМАТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ ПРЕЗЕНТАЦИИ СВАДЕБНОГО РИТУАЛА В СОВРЕМЕННОМ МЕДИАДИСКУРСЕ

В данной главе устанавливаются функции свадебного медианарратива, рассматриваются типы нарративной медиапрезентации свадебного ритуала, является механизм презентации свадебного ритуала в современном медиадискурсе.

2.1. Функции свадебного медианарратива

Основной функцией свадебного медианарратива выступает **презентационная функция**, состоящая в представлении версии свадебного события через повествование о свадебном событии в массмедиа. Анализ фактического материала и функций современного медиадискурса (Желтухина, 2003, с. 197-206) позволил выделить следующие **функции свадебного медианарратива, способствующие реализации презентационной функции**:

1. Культурно-познавательная функция свадебного медианарратива состоит в предоставлении через свадебный медианарратив адресату актуальной информации, касающейся свадебного ритуала, а также самых различных сфер деятельности человека, связанных со свадебным ритуалом – бытовой, духовно-нравственной, политической, экономической, медицинской и т.п. Свадебный медианарратив, знакомя адресата со свадебными обычаями разных культур и стилей, способствует его познанию мира путем информирования, анализа и интерпретации событий и явлений, популяризации ценностей, повышению образовательного уровня адресата с целью грамотного планирования и прогнозирования своей жизнедеятельности, его культурного уровня, привитию ему эстетического вкуса. Посредством ритуала главные действующие лица свадебного

медианарратива утверждают связь между прошлым и настоящим, демонстрируют почитание традиций. Свадебный медианарратив аккумулирует нормы, ценности, традиции, постоянно актуализируя и обновляя социальный опыт. Повествование о свадебных традициях в СМИ несет в себе и информацию о религиозной принадлежности, отражая взаимосвязь профанного и сакрального. Кроме того, сообщение о свадебном ритуале в массмедиа является способом демонстрации других человеческих ресурсов: экономических, политических, сексуальных и т.п.

Например,

Лера Кудрявцева на своей свадьбе сменила три платья

Опубликовано 08 Июня 2013 г.

42-летняя телеведущая вышла замуж за 25-летнего хоккеиста Игоря Макарова

Весь свет отечественного шоу-бизнеса собрался сегодня на самую громкую свадьбу сезона: телеведущая Лера КУДРЯВЦЕВА стала законной супругой хоккеиста Игоря МАКАРОВА. С самого начала, как только пара объявила о том, что собирается поставить штамп в паспорте, этот брак вызвал массу пересудов – ведь невеста старше жениха на целых 17 лет! 23-летний Сын Леры Жан всего на два года младше Игоря, который теперь стал его отчимом. Несмотря на это, Кудрявцева и Макаров ничуть не отличались от других молодоженов: выглядели счастливыми и строго следовали всем свадебным традициям: на выходе из загса пригубили шампанского, разбив на счастье бокалы, выпустили в небо белых голубей и поцеловались под крики «горько!»

(<http://www.eg.ru/daily/stars/38770/>)

В данном свадебном медианарративе «*Лера Кудрявцева на своей свадьбе сменила три платья*» реализуется его культурно-познавательная функция путем сообщения о свадьбе, проводимой в соответствии со свадебными традициями, которые утверждают связь между прошлым и настоящим, демонстрируют почитание традиций героями свадебного медианарратива (*Кудрявцева и Макаров ничуть не отличались от других молодоженов: выглядели счастливыми и строго следовали всем свадебным традициям: на выходе из загса пригубили шампанского, разбив на счастье бокалы, выпустили в небо белых голубей и поцеловались под крики «горько!»*)

2. Имиджевая функция свадебного медианарратива – функция конструирования свадебной реальности, которая подменяет свадебную реальность по объективной и субъективной причинам, т.е. с учетом наивности челове-

ского познания, относительности знаний о мире и в соответствии с сознательностью искажений, «промыванием мозгов», создает эффективный имидж героя свадебного медианарратива (политиков, бизнесменов, предпринимателей, организаций, компаний и фирм и т.п.), т.е. образ «как бы», когда свадебная действительность как бы (вос)создается, а не отражается зеркально при репрезентации.

Например,

«Я думала, Антон мужчина, а он...»

Вратарь московского «Динамо» делит с женой деньги и ребенка

В российском футболе очередной скандал: прошлой осенью болельщики смаковали новость об уходе Андрея АРШАВИНА от гражданской жены и троих детей, нынешней – разлад в семье Антона ШУНИНА. Супруга голкипера столичного «Динамо» Вероника на своей страничке в «Твиттере» выложила немало неприглядных подробностей о своем браке. Их совместную жизнь с вратарем обсуждает весь Интернет.

Коллега из «Советского спорта» как-то пожаловался: «Странная штука: как только жены футболистов приходят к нам на съемки программы «Женский час», так через пару лет со скандалом разводятся!» Так было и с первой супругой игрока «Локомотива» Дмитрия Тарасова Оксаной, и с женой Антона Шунина Вероникой.

Два года назад эта гламурная блондинка сидела в студии и щебетала о счастливой жизни, которую подарил ей супруг.

- Мы познакомились с Антоном, когда я училась в университете. Однажды знакомый – промоутер ночного клуба – пригласил меня на тусовку. Приехали, а там отмечали день рождения Шунина. Так мы увидели друг друга впервые. Правда, Антон думал, что парень, с которым я приехала, мой бойфренд, поэтому поначалу вел себя скромно. Шаг к сближению сделала я: стала кокетничать, строить глазки. На тот момент у Антона была девушка, но меня это не смущало.

Через несколько месяцев молодые люди начали жить вместе, а спустя полтора года Шунин сделал предложение.

Еще год назад Антон для Вероники был самым любимым и желанным мужчиной, которому девушка посвящала стихи. Фото: Twitter.com

- Как-то во время отдыха в Дубае Антон завел меня в ювелирный магазин, – вспоминала Вероника. – Там мне приглянулось колечко с бриллиантами, но Шунин отиутился: мол, с таким кольцом только предложение делать! В этот же вечер мы встретились с друзьями в ресторане. Антон оставил меня на какое-то время с ними, а вернувшись, встал на колени и протянул то самое колечко со словами: «Выходи за меня замуж!»

В августе 2010 года сыграли свадьбу. Антон продолжал выступать за «Динамо», а Вероника занималась обустройством подмосковного особняка площадью 500 кв. м. (<http://www.eg.ru/daily/sports/40605/>)

В данном свадебном медианарративе Аси Васильевой «Я думала, Антон мужчина, а он...». Вратарь московского «Динамо» делит с женой деньги и ребенка» (Экспресс-газета, 14.10.2013), в названии которого приведены слова В. Шуниной, жены известного вратаря московского «Динамо», создается нелicenseприятный имидж А. Шунина, бросившего жену и троих детей, который занима-

ется дележом имущества и детей. Незавершенность предложения в заголовке статьи в сочетании с противопоставлением является эффективным средством воздействия на эмоции читателей (*Я думала, Антон мужчина, а он...*), эта недосказанность подталкивает адресата к домысливанию, кто же герой свадебного медианарратива на самом деле, если его нельзя назвать мужчиной. Медиапостроение позволяет адресату выяснить, что ранее все в семье главного героя свадебного медианарратива было хорошо (описание знакомства, предложения руки и сердца, свадьбы, жизни после свадьбы), а теперь *«разлад»*, *«очередной скандал»*, *«немало неприглядных подробностей»*, *«смаковали в Интернете»*, *«уход от жены»* и др. Отрицательно окрашенная лексика, эпитеты, контекстуальные синонимы влияют на формирование отрицательных эмоций по отношению к герою повествования. Автор свадебного медианарратива создает также отрицательный имидж жены вратаря московского «Динамо». Она – *«гламурная блондинка»*, *«щебетала о счастливой жизни»*, *«посвящала»* мужу стихи, *«занималась обустройством подмосковного особняка площадью 500 кв. м.»* и др. Обилие пустых занятий, отсутствие работы в жизни Вероники рисует портрет иждивенки, живущей за счет средств мужа. Автор-медианарратор рассматриваемого медианарратива работает на противопоставлениях, создавая противоречивые имиджи известных героев: он (известный вратарь московского «Динамо», бросивший жену и троих детей, делящий имущество и детей) – и хороший (в прошлом), и плохой (в настоящем), она (жена известного вратаря московского «Динамо», иждивенка, живущая в достатке за счет средств мужа, *«гламурная блондинка»*, которая раньше *«щебетала о счастливой жизни»*, *«посвящала»* мужу стихи, *«занималась обустройством подмосковного особняка площадью 500 кв. м.»* и др.) – и счастлива (в прошлом), и несчастна (в настоящем).

3. Эмоционально-экспрессивная функция свадебного медианарратива состоит в усилении выразительности, связанной с субъективной модальностью, оценкой, мнением автора (Nord, 1997:57), интенциональным выражением эмотивности, эмоциональных, моральных установок, эмоциональной вовлеченностью в содержание речи. Выбор уместных элементов осуществляется

медиа нарратором на фоне его установки или эмоциональной вовлеченности в содержание его речи, ироничной, скептической, сдержанной, насмешливой, сентиментальной и т.п. (Lyons, 1977). Экспрессивность сопровождается семиотические средства, функционирующие для прямого интенционального выражения эмотивности, эмоциональных (удовольствие/неудовольствие, удивление, надежда, намерение и др.), моральных (извинение, одобрение/неодобрение и др.) установок. Свадебный медианарратив предлагает вниманию адресата вопросы для осознания их важности, удовлетворения социальной потребности интересов, формирует первичное отношение (положительное или отрицательное) к фактам; предлагает различные виды оценок. Свадебный медианарратив может вызывать у адресата как положительные, так и отрицательные эмоции.

Например,

ПОД ЦИВИЛЬСКОМ В АВАРИИ РАЗБИЛИСЬ ЖЕНИХ С ДРУЗЬЯМИ, ВЫЕХАВШИМИ ИЗ ЧЕБОКСАР ЗА НЕВЕСТОЙ

Автомобиль «БМВ», возглавлявший свадебный кортеж, вылетел на встречную полосу прямо перед грузовиком «Скания» с белорусскими номерами. Все трое молодых людей, которые ехали в легковушке, погибли на месте... . Страшная авария произошла в субботу 12 октября в 11:10 на 688 километре трассы М-7, возле населенного пункта Нюриши Цивильского района Чувашии. Свадебный кортеж жениха из шести машин выехал из Чебоксар в Урмарский район за невестой. Впереди двигался легковой «БМВ», в котором ехал сам жених и его друзья, одному из которых принадлежала иномарка. За рулем, по предварительным данным, был владелец легковушки. На мокром от дождя асфальте водитель «БМВ» потерял управление, машину закрутило и выбросило на противоположную сторону движения, по которой двигалась «Скания» из Белоруссии. Шофер фуры ничего не успел сделать, после столкновения грузовик съехал в кювет и лишь по счастливой случайности не перевернулся. В «БМВ», увы, никто не выжил: трое молодых людей 22-25 лет погибли на месте происшествия. Обстоятельства ДТП выясняются...» (<http://www.baby.ru/blogs/post/210696370-180151943/>)

В данном медианарративе «Под Цивильском в аварии разбились жених с друзьями, выехавшими из Чебоксар за невестой» эмоционально оценочные эпитеты (*страшная авария*), детальное изложение происходящего события (*движение свадебного кортежа жениха к невесте*); многочисленные глаголы, повторы точно передают подробности трагического происшествия, создавая сильный негативный эмоциональный фон: автомобиль «*потерял управление, машину закрутило и выбросило на противоположную сторону движения*», в

ней «никто не выжил: трое молодых людей 22-25 лет погибли на месте происшествия», грузовик, ехавший на встречу, «после столкновения съехал в кювет и лишь по счастливой случайности не перевернулся». Несчастье, описанное в приведенном свадебном медианарративе, не может оставить безучастным ни одного здравомыслящего адресата, вызывая у него эмоции, эмпатию к погибшему жениху и его друзьям, а также к бедной невесте, которая не только не смогла выйти замуж, но и потеряла любимого человека и его друзей. То, что авария произошла в день свадьбы, является резонирующим фактором в свадебном медиаповествовании.

4. Регулятивная функция свадебного медианарратива состоит в организации и регулировании процессов, воздействии на аудиторию, контроле над общественным мнением, социализации. Удовлетворение СМИ интереса массового адресата к освещаемой ими информации о свадьбе позволяет каждому чувствовать себя полноценным членом общества либо корректировать свой образ жизни, чтобы соответствовать определенным социальным стандартам. Свадебный ритуал, описываемый в свадебном медианарративе, готовит взрослого человека к социальной жизни, к переходу в новое качество, воспитывает необходимые качества, без которых его жизнь в обществе будет невозможна. **Разновидностями регулятивной функции** являются *интерпретационная, идентификационная и воздействующая* функции свадебного медианарратива:

1) Интерпретационная функция свадебного медианарратива интерпретирует реальность, общепринятые нормы и образцы социального поведения и жизни с определенных позиций (мировоззренческих, политико-идеологических, этических и др.). Субъективность интерпретации реальности добавляет свадебному медианарративу коннотацию недостоверности. Различные дискурсивные свадебные ритуальные ситуации в массмедиа отражают вариативность градации достоверности: упрощенное, стереотипное представление действительности – несоответствие фактам, ложная информация, порождение и тиражирование слухов. Интерпретативность предполагает аргументиро-

вание сообщаемой информации о свадебном ритуале в свадебном медианарративе, которое составляет базовый уровень интерпретации для остальных иллюкативных функций, оперирующих в тексте, указывая на аргументативный статус презентации положения дел в свадебном медиатексте. Неудачная аргументация может помешать отстаиванию точки зрения, скомпрометировать тезис. Самым элементарным действием в ответ на полученную информацию может стать ее комментарий со стороны адресата. Презентация свадебного ритуала в современном медиадискурсе превращает адресата в агента медиадискурса с постоянно нарастающей активностью, поскольку он может не только писать письма или звонить в редакцию, но и отправлять СМС, мгновенно реагировать на новости в Интернете (соцсети, форумы, блоги, твиттер, информационно-развлекательные сайты), оценивать информацию смайликами, другими предлагаемыми символами, лайками, добавлением своего комментария к статье, рекомендовать прочитанную новость своим друзьям по соцсети, нажав на символ той сети, в которой зарегистрирован адресат, загрузить данную новость на свой сайт, блог, форум, страницу социальной сети и т.п., запостить (опубликовать в интернете) и обсудить ее с посетителями и др. Медиапрезентируя свадебный ритуал, адресант свадебного медианарратива погружает адресата в среду сообщения, превратив его в реального участника медиасобытия – свадебного медиаперформанса. Возможность участия массового адресата в создании информации посредством писем, голосований, дискуссий означает переход от медиапринципа «от одного – ко многим» к медиапринципу «от многих – ко многим». Адресант становится активным участником творческого процесса СМИ, сообщает новые сведения, интерпретирует, обсуждает и т.п.

Например,

в интернет-газете «Московский комсомолец» предлагается свадебный медианарратив *«Алла Пугачева: «Я теперь не только трижды бабушка, но еще и образцовая жена»»* (<http://www.mk.ru/social/article/2012/04/05/689880-alla-pugacheva-ya-teper-ne-tolko-trizhdyi-babushka-no-esche-i-obraztsovaya-zhena.html#comments-form>), который состоит из собственно статьи и эмоцио-

нально-оценочных комментариев массового адресата. Медиаповествование о послесвадебном положении Аллы Пугачевой (*Но все же главной героиней вечера снова оказалась Алла Пугачева. Сменив балахонистый наряд на узкие брюки и серый в елочку твидовый пиджачок, Примадонна даже как будто помолодела. – Просто дизайнера поменяла, – кокетничала Алла Борисовна, до недавнего времени ее одевал в основном Юдашкин. – К тому же я теперь не только трижды бабушка, но еще и образцовая жена: смотрю за домом, готовлю завтраки и ужины для любимого мужа. Вкусно или не вкусно получается – не знаю, но Макс все ест. А вот я себе на ночь есть не позволяю. Фигура, знаете ли... По старой традиции Пугачевой отвели место в первом ряду. И как только Примадонна закончила позировать фотографам, показ начался.*) доминирует в эмоционально-экспрессивном плане над другой информацией статьи о показе модной коллекции В. Юдашкина. Интерпретационная функция свадебного медианарратива в полной мере проявляется в комментариях массового адресата, которые посвящены не модной коллекции, а персоне Аллы Борисовны как главной героине свадебного медианарратива, указывающие на ее статус матери, бабушки, жены и т.п. (*Маразм Иваныч: Все – люди, как люди, а она – красавица! Да еще и образцовая бабушка-жена своего мужа-внука. Вот она – счастливая старость. Вам и не снилось! ; vlad: "Зеркало русской эстрады" – как пакетик с чаем – "заварена" надцать раз, но теперь новая и образцовая!! Во как. Это после ..надцати то завтраков, такой чашек уже даже в мусорку стыдно выкинуть...простите , соседи засмеют. Ан нет – таперича это новый стандарт "образцовости". ; Блевадонна: Что-то захотелось марш Шопена услышать, в хорошем исполнении. ; А почему... : ... только завтраки и ужины? А обеды Галкину из трех блюд с закусками и салатом? Супруг худощавый... Ему еще подрастать. Недосмотр за мужем. Стирка тоже и уборка особняка. Уют в доме. ; Паркинсон Федорович: Еще и детки пойдут один за другим. Малышня... ; Деменция Аристарховна: Какие детки? Малышня? Сразу правнуков родят? Коллайдеры есть... ; варфоломей: примудонна по жизни идет, а говорила не родился тот мужчина,*

которого я люблю. что-то видно не срослось.). Подобное разнообразие вспомогательных средств в современных массмедиа позволяет новости о свадьбе известных в определенных кругах персон получить свое массовое тиражирование и интерпретацию, а СМИ наращивают тем самым свою популярность у адресата.

2) Идентификационная функция свадебного медианарратива свидетельствует о разнородности общества (мировоззренческая, социальная и пр.). Отражение статуса, а не личности адресанта; демонстрация роли лидера (Jamieson, Campbell, 1997) реализуется в топосах перехода в новое качество от влюбленных, невесты и жениха к жене и мужу и т.п.

Например,

Как общаться с родственниками мужа?

Быть подругой, невестой чертовски приятно: нежные букетики, разговоры о пустячках с ***ненаглядным***... Есть только вы двое – это ли не счастье?...

Все ***невесты*** непременно становятся ***невестками***. Вот тут-то и начинается самое интересное! В вашу с любимым идиллическую жизнь врывается некоторое количество сестер, дядей, двоюродных бабушек и троюродных племянников с обеих сторон. Благо, общаться с этой братией родственников Вам придется нечасто. Другое дело – родители мужа.

Вам предстоит выстроить хорошие (или хотя бы нейтральные – как повезет) отношения со свекрами. Вам придется решить массу нелегких вопросов: в чем-то Вам поможет муж, а иногда придется полагаться только на себя.

Итак, «Золотой Петушок» рекомендует.....

Как обращаться к родителям мужа

Напрямую спросите у свекров, какой вариант обращения предпочтительней – этим Вы значительно облегчите задачу.

Называть «мамой» и «папой» других людей, кроме своих родителей, нелегко. Такое желание ***свекров*** может быть данью традициям семьи, а может быть продиктовано нереализованным желанием иметь еще одного ребенка. Помните: когда женщина слышит "мама", у нее просыпается инстинкт любить, защищать и все прощать. И если Вы сразу приобретете статус еще одного ребенка, это не так уж плохо!

Вам могут предложить называть свекровь и свекра по имени-отчеству. Это свидетельствует о некоторой дистанции, но одновременно и о том, что в вашу с супругом жизнь будут меньше вмешиваться.

Моложавые родители мужа могут выступить за то, чтобы Вы обращались к ним по имени – например, Сергей и Анна (или – Сережа и Аня, немного на западный манер). Такой вариант дает Вам больше шансов подружиться с родителями мужа и снимает барьер в общении.

Как ужиться под одной крышей

Всем известно, что лучшие отношения с родственниками складываются на расстоянии. Но сегодня ***очень многие пары живут с родителями мужа***: кто-то находится в стадии поиска отдельного жилья, а кого-то и так все устраивает.

Основная проблема ***живущих вместе семей*** – наличие ***двух хозяек***. Поэтому конфликты между невесткой и свекровью возникают довольно часто.

По мнению свекрови, Вы все делаете "не так": овощи нужно резать полосочками, а не кубиками; пылесосить надо через день, но никак не раз в неделю; окна мыть Вы и вовсе не умеете...

*Вам приходится войти в семью с уже налаженным бытом и устоявшимися правилами. Вы здесь – только **на правах невестки**. Попробуйте извлечь из своего положения преимущества: предоставьте свекрови вести хозяйство так, как ей нравится. Иногда стоит уступить в мелочах, чтобы выиграть по-крупному – это правило относится и к семейной жизни. Спрашивайте совета свекрови. И обязательно демонстрируйте, каких результатов Вы добились, следуя ее мудрым подсказкам.*

Кухня – камень преткновения. Две хозяйки здесь – настоящее бедствие. Для начала нужно изучить диспозицию: где и что стоит, куда вешать полотенце, как здесь моют посуду. Может, в этих правилах есть разумное зерно.

Решили что-то приготовить? Скажите свекрови, что Вы видите, как она устает, и хотите ей помочь. Удивите свекров и любимого мужа аппетитной и ароматной итальянской лазаньей – с овощами, грибами или мясом. Создать это невероятно вкусное блюдо Вам поможет Золотой Петушок. Приготовление нежной лазаньи не отнимет у Вас много времени: просто разогрейте ее в духовке или микроволновой печи. Можете быть уверены: семья высоко оценит Ваши кулинарные таланты. Сегодня Вы балуете свекровь оригинальным блюдом, а завтра – она покажет, как готовить пирожки по семейному рецепту.

«В семейной жизни, храня свое достоинство, надо уметь уступать друг другу», как сказал В. Сухомлинский, великий педагог. Ищите компромиссы, будьте терпеливы и благожелательны – и Вы обязательно найдете общий язык с родителями любимого.

*На всякий случай, имейте в виду: качество отношений с родственниками прямо пропорционально расстоянию до них и обратно пропорционально частоте встреч с ними... Удачи Вам в нелегком деле построения отношений!
(http://petushok.ru/front_end/view_page/110)*

В рассматриваемом свадебном медианарративе даются конкретные советы по поводу того, как правильно общаться с родственниками со стороны мужа, чтобы молодой жене идентифицироваться в новых межличностных социальных условиях (*взаимодействие с родственниками мужа*), адаптироваться к семейной жизни при переходе из одного социального статуса (*невесты*) в другой (*невестки, жены*). Начало свадебного медиаповествования демонстрирует противопоставление добрачной жизни невесты с жизнью после свадьбы с использованием эпитетов и метафор: до свадьбы жизнь «*идиллическая*», «*чертовски приятная*», жених – «*ненаглядный*», который дарит «*нежные букетики*», говорит о «*пустячках*», после свадьбы появляется «*масса нелегких вопросов*». Эти проблемы медиаадресант в данном медианарративе помогает решить в жанре «совет».

3) Воздействующая функция свадебного медианарратива заключается в прямом и косвенном воздействии на адресата свадебного медианарратива, в

пропаганде и агитации, предложении набора стандартов стиля жизни и потребления, определяющих мотивацию, в обеспечении несамостоятельности выбора (мнимая свобода выбора информации, стиля поведения, ценностей на фоне беззащитности и подчиненности диктату массмедиаальных образов). Свадебный медианарратив формирует в массовом порядке состояние эстетического, психического и физиологического удовольствия, не только убеждает, но и побуждает к действию, воспитывает привычки, используя разные виды воздействия на адресата: апелляцию к разуму, к благородным решениям, «разжигание страстей», механизмы логического убеждения. **Воздействующая функция** представлена **аттрактивной, магической, апеллятивной, рекламной, персуазивной, суггестивной разновидностями**, которые рассмотрим ниже подробнее.

а) Аттрактивная функция свадебного медианарратива состоит в управлении вниманием адресата, привлечении, удержании его внимания путем чередования антистандарта и стандарта, т.е. усилении/ослаблении выразительности в сочетании с усилением/ослаблением изобразительности, когда необычность и новизна формы соотносится с новизной содержания и порождает новые представления.

Например,

Siddharth denied Wedding Rumours

There are several rumours milling on Samantha and Siddharth. Now to further substantiate these rumors, the pair was spotted at the Sri Kalahasthi Shiva temple along with their respective parents and performed the Rahu-Ketu puja. This incident has added more fuel to the fire. Siddharth had denied the rumours about the 'wedding' rumours and also stated this topic as a baseless rumour. He has reportedly mentioned that using big words like 'marriage' and involving people's families is not a good thing. He maintained that when he decides to marry he will let the world know. Oh... let us wait for some time. (<http://www.maastars.com/siddharth-denied-wedding-rumours/>)/

Сиддхарт опроверг слухи о свадьбе

Есть несколько опровержений слухов о Саманте и Сиддхарте. Теперь для дальнейшего доказательства этих слухов пара появилась в храме Шивы в Шрикалахастхи, вместе со своими родителями и исполнила обряд Раху-Кету. Это событие добавило масла в огонь. Сиддхарт отверг слухи о 'свадебных слухах' как безосновательные. По сообщениям, он отметил, что употребление таких громких слов, как «брак» с вовлечением семей – не очень хорошая вещь. Он заявил, что когда он решит жениться, он даст знать всему миру. Эх... давайте подождем некоторое время.

Приведенный свадебный медианарратив выступает как свадебный медиатекст, конструируемый с целью привлечения внимания адресата, для создания и распространения слухов о свадьбе. Сиддхарт отрицает слухи о свадьбе, называет их необоснованными, сообщает, что сам объявит о том, когда решит жениться, при этом проводит ритуал Раху или Кету Пуджа (*В индуистской мифологии Раху и Кету представляют собой две части разрубленного змея, проглотившие нектар бессмертия и потому не умирающие. Они символизируют человеческую душу под раздирающим влиянием двойственности. Чтобы преодолеть эту двойственность, люди должны объединить силы узлов. Планеты, управляющие Раху и Кету, являются важными кармическими индикаторами и показывают, где нужно приложить максимум усилий. Взаимодействие Раху и Кету в гороскопе показывает, как уравновесить и разрешить карму* (<http://argala.ru/psihicheskie-vozmozhnosti-rahu-i-ketu.html>; <http://gauriblog.ru/ritualy/chto-takoe-ritualy/>)) для налаживания своей жизни, выхода на верный путь, преодоления трудностей и преуспевания в торговле ценными бумагами.

б) Магическая функция свадебного медианарратива реализуется в пропаганде, насыщенной свадебным ритуальным действием, церемониальностью, флагами, плакатами, лозунгами, музыкой, символикой, шествиями, демонстрацией власти и др. (Bosmajian, 1983, p. 17, Шейгал, 2000).

Например,

Британка похудела на 12 размеров, чтобы влезть в свадебное платье своей мечты. Тридцатилетняя жительница Великобритании Сара Уорд похудела на 12 размеров, чтобы выйти к алтарю в свадебном платье своей мечты. Удивительная история началась в 2000 году, когда девушка обручилась со своим будущим мужем. Тогда Сара носила платья двадцатого размера, однако, получив предложение руки и сердца, поклялась сбросить лишние килограммы и надеть на свадьбу платье цвета слоновой кости восьмого размера. (<http://www.city-n.ru/view/305433.html>)

В данном свадебном медианарративе магическую функцию выполняет клятва невесты (*Удивительная история началась в 2000 году, когда девушка обручилась со своим будущим мужем. Тогда Сара носила платья двадцатого размера, однако, получив предложение руки и сердца, поклялась сбросить*

лишние килограммы и надеть на свадьбу платье цвета слоновой кости восьмого размера).

в) Апеллятивная функция свадебного медианарратива состоит в реализации форм обращения (Stankiewicz, 1984, p. 163) для подчеркивания доступности медиаадресанта медиаадресату, что обеспечивает обратную связь с адресатом, базируется на учете фоновых знаний адресата (Nord, 1997, p. 58), его психологии и эмоционального состояния (см. пример в пункте г)).

г) Рекламная функция свадебного медианарратива раскрывает прямую или скрытую рекламу в СМИ, которые призывают людей покупать определенные товары и пользоваться определенными услугами. Кроме того, объектами свадебного медианарратива могут быть знаменитые люди, описание которых служит их рекламой или антирекламой, что пересекается с имиджевой функцией.

Например,

*«А у меня радость то какая! Замуж выхожу!»
Привет девчонки! А у меня радость то какая! Замуж выхожу! Уже и не думала что можно спасти ситуацию. Я встречалась с мол. чел., влюбилась в него и.. . забеременела, он узнал что я беременная и бросил меня! Я была в отчаяньи. Плакала постоянно, хотела с жизнью покончить. Но подруга мне посоветовала обратиться за приворотом на сайт магической помощи www.magsozvezdie.narod.ru Я написала туда свою проблему, выслала фото, и знаете, не ошиблась! Через пару недель появились первые результаты. Андрей вернулся ко мне, а сегодня замуж предложил!!!! Всё таки магия это великая сила! Кстати можете посмотреть этот сайт кому интересно: www.magsozvezdie.narod.ru (<http://otvet.mail.ru/question/19506913>)*

В данном свадебном медианарративе «А у меня радость то какая! Замуж выхожу!» медиаадресант рекламирует сайт магической помощи, где можно сделать приворот для любимого, для большего воздействия ведет повествование от первого лица в форме обращения к женщинам, которые тоже хотят выйти замуж, но еще не нашли своего избранника, или уже нашли, но он еще не сделал им предложение. Медианарратор, чтобы расположить к себе, сделаться «своим» в Интернете для «чужих», подчеркнуть доступность адресанта адресату, вызвать доверие адресата, допускает множество орфографических и пунктуационных ошибок (раздельное написание частиц *-то,-таки: радость то ка-*

кая, *Всё таки*, отсутствие запятой перед союзом *что*, отсутствие обособления сложноподчиненного предложения, вводных слов, обращений запятыми: *Привет девчонки!* ; *Уже и не думала что можно спасти ситуацию...*; ... он узнал что я беременная и бросил меня...; ...и знаете, не ошиблась! *Кстати можете посмотреть этот сайт кому интересно...*, отсутствие точки в конце предложения: *Но подруга мне посоветовала обратиться за приворотом на сайт магической помощи www.magsozvezdie.narod.ru; Кстати можете посмотреть этот сайт кому интересно: www.magsozvezdie.narod.ru*, отсутствие тире в предложении без глагола связки с местоимением *это*: *Всё таки магия это великая сила!*, отсутствие двоеточия: *Но подруга мне посоветовала обратиться за приворотом на сайт магической помощи www.magsozvezdie.narod.ru*, сокращение: *с мол. человеком*, разговорный вариант: *в отчаяньи*), реализует параллельно апеллятивную и магическую функции, используя побудительные конструкции, огромное количество восклицательных предложений для выражения отчаяния из-за одиночества (*«Я встречалась с мол. чел., влюбилась в него и.. . забеременела, он узнал что я беременная и бросил меня!»*), радости девушки по поводу полученной помощи (*«Я написала туда свою проблему, выслала фото, и знаете, не ошиблась! ... Андрей вернулся ко мне, а сегодня замуж предложил!!!! Всё таки магия это великая сила! Кстати можете посмотреть этот сайт кому интересно: www.magsozvezdie.narod.ru»*) и предстоящего замужества (*«А у меня радость то какая! Замуж выхожу!»*).

д) **Персуазивная функция свадебного медианарратива** проявляется в убеждении адресата путем взаимодействия усиленной выразительности с усиленной изобразительностью, побуждающего адресата к смене точки зрения или даже к выполнению им определенных действий.

Например,

В «ДАВАЙ ПОЖЕНИМСЯ!» ждут героев со странностями
Опубликовано 16.05.2013 10:09
Главная задача проекта “Давай поженимся!” на Первом канале – не подарить участникам счастье, а обеспечить шоу!
Да, я, как многие женщины в России, не против удачно выйти замуж и решила попытать счастья на программе “Давай поженимся!”. Первый канал позиционирует проект как полезно-прикладной, то есть созданный в помощь простым людям. А значит,

в том числе и мне. Ура!

Пытаясь понять, что меня может ждать на передаче, **смотрю** один из выпусков шоу, выложенный в интернете. **Наблюдаю**, как на редкость шумный и подвижный жених осыпает даму сердца лепестками роз. Говорит мужчина почти речитативом, понять его сложно. Из всего потока информации понятно, что у дядьки было десять жен, а детей целых двадцать. Ведет здоровый образ жизни: день пьет молоко, день с рассвета до заката занимается любовью с очередной супругой. Сейчас место жены вакантно. **Неожиданно на мониторе появился** козел, **выясняется**: у тележениха своя козлиная ферма. Рогатого друга жених притащил с собой. Животное чуть не забодало ведущую Гузеву, та с визгом наворачивала восьмерки, бегая от козла по студии.

Я между тем **набираю номер редакции**.

- Вы журналист, папарацци? – явно обрадовалась редактор на другом конце провода. – Представителей этой профессии у нас еще не было. Вы должны быть яркой и скандальной в студии, ни больше ни меньше. Серые мышки нам неинтересны. Если согласны показать себя скандалисткой, я вас записываю.

Между тем на мониторе экранный жених поймал невесту и взгромоздил ее на круп козла.

- У вас все женихи такие странные? – не удержалась я от вопроса редактору. – Я тут смотрю сюжет с участием козла, мужчина просто “козлиный бог какой-то!”

- Ой, этот герой просто подарок судьбы. Он подводник. Пережил кислородное голодание, и вот результат. Вы смотрите лучший из пятисот выпусков! Мне за это чудо в перьях премию дали! – с гордостью сообщил редактор.

В день съемок мне позвонили и предложили... прихватить в студию коньяк и закуску.

- Вы должны обеспечить нам забойный выпуск шоу. Выпьете и вы, и ваши сваты для создания скандального образа. Я захватила с собой четыре комплекта одежды, из них выбрали экстравагантный красный корсет и короткую черную юбку.

- Ой, туфли забыла, – пискнула я, когда стилист программы помогала мне наряжаться.

- Ничего страшного, пойдете в кроссовках. А то и босиком, вообще полный улет будет.

По сценарию вам вообще должно быть море по колено, – утешила та. Приплыли! Оказывается, уже и сценарий есть. А зрители-то уверены, что все по-настоящему происходит. И вот мне дают последние инструкции:

- Гузеева будет на вас нападать, это тоже часть игры. Не бойтесь, вступайте в конфликт. И в финале, даже если никто из женихов не понравится, выберите любого.

Зритель должен получить хеппи-энд.

Съемка началась. Сначала надо было рассказать историю любви. Я поведала о поэте-”рок-н-ролльщике”, естественно, безнадежно женатом, с которым мы предприняли романтическое путешествие в Америку. На халяву, с обществом анонимных алкоголиков. Зрители в студии зашипели. Похоже, моя недобропорядочная раздолбайская персоналия устраивала далеко не всех. Народ хотел видеть милую и работающую героиню, вышивающую крестиком. Лица редакторов шоу просто светились от счастья. Видимо, я в своей откровенности смотрелась не хуже, чем упоминавшийся выше владелец козлиной фермы. Довершали картину мои сваты, уже распившие коньячок, раскрасневшиеся, страшно довольные и разговорчивые. Гузеева действительно наезжала на меня: вы, мол, журналисты, аморальны по своей сути, всегда не о том пишете. Я показывала зубы, опять же редакторам на радость.

Наконец нам представили женишков. Первый – издатель из Белоруссии. Второй – житель гор, мутный и заспанный, полчаса вырезал из доски мое имя. Третий, подозрительно смахивающий на парня нетрадиционной сексуальной ориентации, заявил, что отлично танцует и даже несколько раз выходил на сцену тульского самодеятельного театра. Я поняла, зачем они сюда пришли. **Горец**, как я слышала по отрывкам его беседы с друзьями, **поспорил** с жителями родного аула, **что его покажут по телевизору**. **Издатель, скорее всего, решил попиарить свой бизнес**. А “самородок из Тулы” **мечтает перебраться в Москву**. Блеснет талантами на всю страну, вдруг столичные режиссеры за-

метят, дадут работу – бывают же на свете чудеса!

И никому нет дела до сердечных историй. Когда я окончательно это для себя уяснила, на душе стало удивительно легко. Одно хорошо: козлов о четырех копытах по крайней мере в студию никто не притащил.

Итак, вывод: цель “Давай поженимся!” – подарить зрителям зрелище, ничего больше. А кто-то наивный по-прежнему верит в телевизионную правду.

Ирина Боброва, Андрей Князев

(<http://mirnov.ru/component/content/article/?id=9460&Itemid=224>)

В данном свадебном медианарративе вполне определенно звучит призыв не смотреть программу «Давай поженимся». Обилие эмоционально окрашенной, разговорной, жаргонной лексики создает сильный эмоциональный настрой, заставляя читателя повнимательнее отнестись к освещаемой информации и разобраться в сути проблемы («**Да, я, как многие женщины в России, не против** удачно выйти замуж и решила попытать счастья на программе “Давай поженимся!”»). Насыщенный фактами материал, звучащий из уст реального участника шоу, влияет на изменение отношения адресата к данной телепрограмме («**смотрю** один из выпусков шоу, ... **Наблюдаю**, ... **Из всего потока информации** понятно, что... **Сейчас место жены** вакантно... **Неожиданно на мониторе** появился козел, **выясняется**: у тележениха своя козлиная ферма. **Рогатого друга жених притащил с собой**. Животное чуть не забодало ведущую Гузееву, **та с визгом** наворачивала восьмерки, бегая от козла по студии. **Я между тем набираю номер редакции**.). Вывод, звучащий из уст реальной участницы телепроекта, основан на антитезе («**никому нет дела до сердечных историй**» – «**А кто-то наивный по-прежнему верит в телевизионную правду**»), которая состоит в том, что передача – показуха, а устраивать семейную жизнь ее участников никто на самом деле не собирается. Сказанное способствует рациональным изменениям у адресата, воспринимающего данную информацию – никогда не участвовать в программах такого рода, как минимум, более не смотреть данное телешоу. Знаменитости или медийные герои из народа (как участники ток-шоу) служат воплощением конкретных моделей поведения для достижения успеха. По сути, адресат свадебного медианарратива получает инструкцию к действию «**Делай, как он (она)**».

е) **Суггестивная функция свадебного медианарратива** заключается в оказании воздействия на психику адресата, на его чувства, волю и разум, связанного со снижением сознательности, аналитичности и критичности при восприятии внушаемой информации (например, воздействие метафоры).

Например,

Воздействующая сила свадебного медианарратива проявляется в оказании воздействия на адресата через эффект подражания медиаобразцам, когда медиаадресант *Светлана Морозова (АИФ 29.07.2011(16:34))* осуществляет воздействие авторитетом на эмоции, чувства, волю: «*Королевские свадьбы заставили поваров худеть и сидеть*» (<http://www.aif.ru/food/article/44833>).

5. Развлекательно-гедонистическая функция свадебного медианарратива состоит в том, что осуществляет развлечение адресата, который получает удовольствие от процесса и результата (ток-шоу, игры, развлекательные программы, концерты и т.п.). «Кто охотно слушает, тот лучше понимает и легче верит» (Квинтилиан, 1834).

Например,

Вербальный аудиоматериал А. Коца «*Ах, эта свадьба, свадьба пела и стреляла...*» (<http://www.kp.ru/radio/stenography/49467/>) сопровождается рисунком В. Дружинина, служащим в свадебном медианарративе для привлечения внимания адресата, его развлечения, усиления воздействия вербального компонента, на котором изображены перед красной жирной пунктирной чертой танк с танкистом, два генерала, один из которых стоит под руку с женщиной в свадебном платье и фате, а другой, расположив на капоте танка карту с тремя красными стрелками, которые сводятся к слову ЗАГС, говорит: «*Берем штурмом!..*». Заголовок актуализирует прецедентный текст песни М. Магомаева «*Ах, эта свадьба, свадьба пела и плясала*» с авторской трансформацией устойчивого выражения и переключением фонетических кодов (фонетическая рифмовка *плясала – стреляла*). Прецедентный текст настраивает адресата свадебного медианарратива на общий канал связи, определяет единство системы кодов, обеспечивая коммуникантов информацией о последовательности свадебной риту-

альной медиакоммуникации. Далее идет подзаголовок: *Госдума хочет увеличить штраф за стрельбу в неположенном месте с 2 до 50 тысяч рублей...* (Запись эфира 29,7 мб), который напрямую не связан со свадьбой, но мы причисляем его к продолжению свадебного медианарратива, поскольку у адресата, находящегося в ближайшем контексте, легко проводится параллель именно с кавказской свадьбой, на которой стреляли (т.е. стрельба в неположенном месте), а потом уже с другими местами и событиями, которые могут быть не связаны со свадьбой.

6. Гармонизирующая функция свадебного медианарратива реализуется в разрешении конфликтных ситуаций и снятии психологического напряжения путем привлечения особенностей развлекательных жанров (комиксы, детективы, комедии и т.п.).

Например,

– *А хорошо бы так звучало, Ксения Норрис...*

– *Да уж получше, чем Чак Собчак.* (<http://www.eg.ru/daily/cadr/36449/>)

В данном свадебном медианарративе невеста пробует созвучность своего имени с новой замужней фамилией: на фоне логотипа телеканала ТНТ, на котором идет всем известная передача «Дом 2», изображены Ксения Собчак и Чак Норрис. В качестве шутки автор играет на созвучии имени Чак с фамилией Собчак. В том случае, если бы Ксения и Чак поженились, то возможны были бы два варианта: если муж берет фамилию жены, то его новым именем будет Чак Собчак, если наоборот, то ее имя изменится на Ксения Норрис.

7. Интегративная функция свадебного ритуала способствует интеграции, объединению, единству нации, что актуализируется эксплицитными маркерами – знаками интеграции: *народ, партия, мы, все вместе, они и др.*; топосами (Зеленецкий, 1997; Земляной, 1998; Шейгал, 2000) взаимных обязательств, единения нации и т.п.

Например,

Блэра и Брауна не пригласили на свадьбу; партия в обиде...
(http://www.bbc.co.uk/russian/uk/2011/04/110427_blair_brown_royal_wedding_snub.shtml)
«Куда иголка, туда и нитка»: Знаменательное событие в их жизни произошло 29 июля

1961 года, когда они зарегистрировали свой брак. ... Совсем недавно Каревы отметили юбилейную дату – прошло полвека, как они вместе, идут по жизни одной дорогой, рука об руку. Всякое случалось в их совместной жизни, но все это – такая мелочь по сравнению с тем, что их сердца согревает не угасшее с годами чувство. Они понимают друг друга с полуслова, нередко даже по одному взгляду могут понять: близкого человека что-то сильно тревожит. А самое главное, по-прежнему остаются надежной опорой друг для друга, по-прежнему молоды душой (Наш вестник, 24.08.2011).

Как показывают данные примеры свадебного медианарратива, с помощью медиаповествования о ритуальных действиях свадебных событий группа людей, нация утверждает свое единство, осознает свою солидарность и взаимосвязанность. В свадебном ритуале людьми овладевают общие эмоции и чувства, а благодаря свадебному медианарративу их способна воспринять вся массовая аудитория, что способствует не только интеграции, но и созданию условий для психологического комфорта.

Итак, в процессе анализа медиаматериала установлены основные функции свадебного медианарратива, которые помогают реализации презентационной функции: *культурно-познавательная, имиджевая, эмоционально-экспрессивная, регулятивная (интерпретационная, идентификационная, воздействующая), развлекательно-гедонистическая, гармонизирующая, интегративная функции.* Охарактеризовав основные функции свадебного медианарратива, в следующем разделе выявим типы нарративной медиапрезентации свадебного ритуала.

2.2. Типы нарративной медиапрезентации свадебного ритуала

Медийная репрезентация онтологической реальности по Т.Г. Добросклонской (Добросклонская, 2008, с. 75) позволила нам в результате анализа фактического материала выделить следующие **типы нарративной презентации свадебного ритуала в современном медиадискурсе** (Желтухина, Доброниченко, 2012):

1. Свадебное медиаотражение.
2. Свадебная медиатрансформация.
3. Свадебный медиамиф.

Проиллюстрируем данные типы медиапрезентации свадебного ритуала примерами нарративных медиатекстов о свадьбе принца Уильяма и Кейт Миддлтон (2013):

1. СВАДЕБНОЕ МЕДИАОТРАЖЕНИЕ предполагает наиболее точное, максимально приближенное к реальности воспроизведение свадебных событий в массмедиа. Примером свадебного медиаотражения могут служить новостные медиатексты, в которых максимально объективно и достоверно освещаются те или иные события, связанные со свадьбой. Для данного типа медиапрезентации свадебного ритуала характерно фактическое отсутствие аналитически-комментирующего и оценочного компонентов. Наличие цитатной речи, ссылок на источник информации также является особенностью такого рода медиатекстов.

Например,

<p><i>Royal wedding difficult without Diana, Prince William says</i> <i>The Duke of Cambridge has said it was "very difficult" not to have his late mother at his wedding.</i> <i>Interviewed by US TV network ABC, Prince William agreed he had "missed" Princess Diana at Westminster Abbey.</i></p> <p><i>"It's the one time since she's died, where I've... thought to myself it would be fantastic if she was here," he said.</i> <i>Meanwhile, Buckingham Palace has announced the prince has been made a Royal Knight of the Order of the Thistle, Scotland's highest honour.</i> <i>William and his brother Prince Harry were both interviewed by ABC's Katie Couric for a documentary to coincide with the Queen's Diamond Jubilee.</i> <i>William was 15 and Harry 12 when their mother died in a carcrash in Paris in August 1997.</i> <i>Asked about his April 2011 wedding, Prince</i></p>	<p><i>Королевская свадьба трудна без Дианы, – говорит принц Уильям</i> <i>Герцог Кембриджский сказал, что было "очень тяжело" не иметь своей покойной матери на свадьбе.</i> <i>В интервью американской телевизионной сети ABC, принц Уильям согласился, что он "скучал" по принцессе Диане в Вестминстерском аббатстве.</i> <i>«Это тот редкий случай с тех пор как она умерла, когда я... подумал, что было бы здорово, если бы она была здесь», – сказал он.</i> <i>Между тем, Букингемский дворец объявил принца Королевским Рыцарем Ордена чертополоха, высочайшего звания Шотландии.</i></p> <p><i>Уильям и его брат принц Гарри оба дали интервью Кэти Карик из ABC для документального фильма к Бриллиантовому Юбилею королевы.</i> <i>Уильяму было 15, а Гарри 12, когда их мать погибла в автомобильной аварии в Париже в августе 1997 года.</i> <i>Отвечая на вопрос о своей свадьбе в апреле</i></p>
---	--

<p><i>William said he thought it was "just how sad really for her, more than anything, not being able to see it... I think she would have loved the day".</i></p> <p><i>He added: "I sort of prepared myself beforehand so that... I was sort of mentally prepared so I didn't want any wobbly lips or anything going on," he said.</i></p> <p><i>He said he hoped Diana would have been "very proud" of both Harry and himself on the day he married Kate Middleton.</i></p> <p><i>He added: "I'm just very sad that she's never going to get a chance to meet Kate."</i></p> <p><i>Interviewed separately for the Jubilee Queen documentary, Prince Harry agreed it was "hard" that Diana was not at the wedding.</i></p> <p><i>"I think she had the best seat in the house probably," he said. "She would have loved to be there."</i></p> <p><i>(http://www.bbc.co.uk/news/uk-18254067)</i></p>	<p><i>2011, принц Уильям сказал, что он подумал, что было бы «на самом деле весьма грустно для нее, более чем что-либо другое, не быть в состоянии увидеть это... я думаю, ей бы очень понравился этот день».</i></p> <p><i>Он добавил: "Я, конечно, подготовился заранее, так что... я был как бы мысленно готов, и я не хотел, чтобы у меня дрожали губы или что-нибудь происходило не так», – сказал он.</i></p> <p><i>Он выразил надежду, что Диана была бы "очень горда" Гарри и им самим в тот день, когда он женился на Кейт Миддлтон.</i></p> <p><i>Он добавил: "Мне просто очень грустно, что она никогда не сможет получить шанс познакомиться с Кейт."</i></p> <p><i>Давая отдельное интервью для документального фильма в честь Юбилея королевы, принц Гарри согласился, что было "тяжело", что Дианы не было на свадьбе.</i></p> <p><i>"Я думаю, что у нее наверняка было бы лучшее место в доме», – сказал он. "Ей очень бы понравилось быть там."</i></p>
---	--

В данной статье «*Royal wedding difficult without Diana, Prince William says*» / *Королевская свадьба трудна без Дианы, – говорит принц Уильям*» медиаповествование дает точное, приближенное к реальности представление свадебных событий в СМИ. Рассматриваемый новостной нарративный свадебный медиатекст максимально объективно и достоверно освещает события, связанные со свадьбой. Большую часть данной статьи занимает цитатная речь принца Уильяма, а также незначительные реплики принца Гарри. Комментариев и оценок со стороны автора статьи нет. Акцент сделан на максимальной достоверности, убедиться в которой читатель сможет, посмотрев документальный фильм американского телеканала ABC, на который ссылается автор.

2. СВАДЕБНАЯ МЕДИАТРАНСФОРМАЦИЯ – повествование о свадебном ритуале в массмедиа, характеризующееся наличием аналитически-комментирующих и идеологически-оценочных элементов, большой репрезентативностью в медиадискурсе и большой свободой интерпретации со стороны СМИ, когда реальное свадебное событие заново «конструируется» в медиапространстве, тем самым трансформируется на основе тех или иных идейных уста-

новок. Преобладание данного типа медиапрезентации свадебного ритуала вполне понятно. «События и явления не обладают значением сами по себе, эти значения конструируются при сообщении о событиях на основе взаимодействия многих социально-идеологических факторов – классовой принадлежности, гендера, расы, культуры, политических убеждений и т.д.» (Van Dijk, 1998, с. 61).

Например,

<p><i>Royal wedding: Couple opt for delayed honeymoon</i></p> <p><i>The new Duke and Duchess of Cambridge have decided not to go on honeymoon immediately and are spending the weekend in the UK before the duke returns to work next week.</i></p> <p><i>William and Catherine left Buckingham Palace by helicopter on Saturday for an undisclosed location.</i></p> <p><i>They celebrated at the palace with 300 friends and family on Friday evening, after a larger lunchtime reception.</i></p> <p><i>Meanwhile, Clarence House has released three official wedding photographs.</i></p> <p>Privacy plea</p> <p><i>The locations of the couple's UK weekend and their honeymoon – which will be overseas – will not be disclosed in advance.</i></p> <p><i>The couple have asked that their privacy be respected during the coming days, and while on their honeymoon.</i></p> <p><i>On Saturday morning, the couple emerged hand-in-hand from Buckingham Palace's garden entrance.</i></p> <p><i>The pair, who had spent the night at the Queen's official London home, stopped briefly to chat to two Royal Household footmen before boarding the helicopter.</i></p> <p><i>Prince William will go back to his job as an RAF search and rescue pilot next week. They live on Anglesey, but St James's Palace said they would not be spending the long weekend there.</i></p> <p>'A little jaded'</p> <p><i>The reception at the palace on Friday night, hosted by the Prince of Wales, is believed to have featured Prince Harry's best man speech</i></p>	<p><i>Королевская свадьба: Пара делает свой выбор в пользу отложенного медового месяца</i></p> <p><i>Новоиспеченный герцог и герцогиня Кембриджские решили не ехать на медовый месяц сразу, а проводят выходные в Великобритании, прежде чем герцог вернется к работе на следующей неделе.</i></p> <p><i>Уильям и Кэтрин покинули Букингемский дворец на вертолете в субботу в неизвестном направлении.</i></p> <p><i>Они праздновали во дворце с 300 друзьями и семьей в пятницу вечером, после более крупного приема в обеденное время.</i></p> <p><i>Между тем, Кларенс-хаус опубликовал три официальные свадебные фотографии.</i></p> <p>Мольба о конфиденциальности</p> <p><i>Расположение пары в Великобритании на выходные и в их медовый месяц, который будет за границей, не будет оглашено заранее.</i></p> <p><i>Молодожены попросили, чтобы соблюдалась их конфиденциальность в течение ближайших дней и во время их медового месяца.</i></p> <p><i>В субботу утром пара появилась рука об руку у входа в сад Букингемского дворца.</i></p> <p><i>Пара, которая провела ночь в официальной Лондонской резиденции Королевы, остановилась ненадолго, чтобы пообщаться с двумя лакеями Королевского двора перед посадкой в вертолет.</i></p> <p><i>Принц Уильям вернется к своей работе, поисково-спасательного летчика Королевских ВВС на следующей неделе. Они живут на Англси, но из Сент-Джеймского Дворца заявили, что они не будут проводить там долгие выходные.</i></p> <p>«Немного измученный»</p> <p><i>Прием во дворце в ночь на пятницу под эгидой принца Уэльского, считается, отличился лучшей мужской речью принца Гарри в адрес</i></p>
---	--

and Michael Middleton's father-of-the-bride address.

The bride wore a white evening gown by Sarah Burton, who had also created her wedding dress, to the event.

Her sister Pippa changed for the party into a long emerald green sleeveless dress with a jewelled embellishment on the front and a plunging neckline.

Middleton family friend Tony Ainsworth said: "I hear everyone's talking about Pippa. She looked stunning. She's the most eligible girl in the country right now."

The duchess's family, along with some of their guests, stayed at the exclusive Goring hotel near the palace.

Mr Ainsworth, from Dorset, said outside the hotel that the wedding had been "an historic occasion".

"After the concerns of getting to the church on time, it all went smoothly.

"We had a party at the hotel last night that went on well into the evening, so we're feeling a little jaded this morning."

He said the bride's parents had made an appearance after attending the reception at Buckingham Palace.

'Wonderful time'

The official photographs of the wedding were released on Saturday, as the couple departed.

The pictures were taken in Buckingham Palace's throne room immediately after the bride and groom arrived from their marriage service at Westminster Abbey on Friday.

Three photos have been released, with one showing the couple alone, and a second that includes their bridesmaids and pageboys.

The final image adds the bride and groom's parents – the Prince of Wales, the Duchess of Cornwall and Michael and Carole Middleton – along with the Queen, the Duke of Edinburgh, Prince Harry, maid of honour Pippa, and the bride's brother James.

Society photographer Hugo Burnand, who took the official wedding photographs, said there was a "buzz" in the room when he took the images.

"Amazingly it was a family wedding. From where I was and from their point of view it was

Майкла Миддлтона, отца невесты.

Невеста была одета на приеме в белое вечернее платье от Сары Бертон, которая также создала ее свадебное платье.

Ее сестра Пиппа переоделась к вечеринке в длинное изумрудно-зеленое платье без рукавов с ювелирным украшением на месте переднего глубокого выреза.

Друг семьи Миддлтонов Тони Эйнсворт сказал: "Я слышал, все говорят о Пиппе. Выглядела она потрясающе. Она наиболее завидная девушка в стране сейчас."

Семья герцогини, вместе с некоторыми своими гостями, остановилась в эксклюзивном отеле Горинг возле дворца.

Мистер Эйнсворт из Дорсета сказал за пределами отеля, что свадьба была "событием исторического значения".

"После забот о том, как добраться до церкви вовремя, все шло гладко.

"У нас была вечеринка в отеле вчера вечером, которая благополучно прошла до самого вечера, так что мы чувствуем себя немного измученными в сегодня утром".

Он сказал, что родители невесты пришли ненадолго на прием в Букингемский дворец.

«Чудесное время»

Официальные фотографии со свадьбы были опубликованы в субботу, когда новобрачные уехали.

Фотографии были сделаны в Букингемском дворце в тронном зале сразу же после того, как жених и невеста прибыли со своей брачной церемонии в Вестминстерском аббатстве в пятницу.

Три фотографии были выпущены, на одной показана сама пара, на второй – подружки невесты и друзья жениха.

Последнее фото включает также и родителей невесты и жениха – принца Уэльского, герцогиню Корнуольскую и Майкла и Кэрол Миддлтонов – вместе с королевой, герцогом Эдинбургским, принцем Гарри, фрейлиной Пиппой и братом невесты Джеймсом.

Официальный фотограф на свадьбе Гюго Бернэнд сказал, что в зале стоял "гул", когда он фотографировал.

"Удивительно, но это была семейная свадьба. Как мне показалось и с их точки зрения,

<p><i>two families coming together and that was the feeling, the sense of family and love going between everyone."</i></p> <p><i>"They had their own buzz. Everyone had their own buzz. It was that excitement that I hope you feel at most weddings."</i></p> <p><i>The Middleton family left the Goring, which they had booked out entirely for the wedding preparations, on Saturday.</i></p> <p><i>Mr Middleton told the gathered crowd: "We had a wonderful time."</i></p> <p><i>An estimated one million well-wishers gathered in London for the wedding while more than 24m viewers in the UK watched the event on television according to industry body Barb.</i></p> <p><i>The BBC said at its peak some 20m had tuned into its coverage of the wedding.</i></p> <p><i>The service at the abbey was attended by 1,900 guests and ran smoothly, aside from a brief struggle to place the wedding ring on the bride's finger.</i></p> <p><i>Later on Saturday, in keeping with a royal tradition begun by the Queen Mother, the bridal bouquet was left on the Tomb of the Unknown Warrior in Westminster Abbey.</i></p> <p><i>(http://www.bbc.co.uk/news/uk-13248441)</i></p>	<p><i>это были две семьи, соединившиеся вместе, и было ощущение, что чувство семьи и любовь проникали между всеми".</i></p> <p><i>"У них был свой собственный гул. У каждого свой. Это было то самое волнение, которое, я надеюсь, вы тоже чувствуете на большинстве свадеб".</i></p> <p><i>Семья Миддлтонов покинула Горинг, который они заказывали для свадебных приготовлений, в субботу.</i></p> <p><i>Мистер Мидлтон сказал собравшейся толпе: "Мы чудесно провели время".</i></p> <p><i>Около миллиона поклонников собрались в Лондоне на свадьбу, в то время как более 24 миллионов зрителей в Великобритании наблюдали за событием по телевидению в соответствии с рейтингом Барб.</i></p> <p><i>Би-би-Си сообщила, что наибольшее количество зрителей, примерно 20 миллионов, было во время трансляции самой свадьбы.</i></p> <p><i>Службу в аббатстве посетили около 1900 гостей, и все прошло гладко, если не считать недолгой борьбы за место обручального кольца на пальце невесты.</i></p> <p><i>Позднее, в субботу, в соответствии с королевской традицией, начатой королевой-Матерью, букет невесты был возложен на Могилу Неизвестного солдата в Вестминстерском аббатстве.</i></p>
---	--

В приведенном свадебном медианарративе *«Royal wedding: Couple opt for delayed honeymoon / Королевская свадьба: Пара собирается отложить медовый месяц»* автор свободно и в деталях анализирует свадебное торжество молодой королевской четы. Несмотря на доминирование фактов, их подбор, акцентирование высказываний семьи Миддлтон, их друга Т. Эйнсворта, а также в особенности фотографа, мы можем проследить оценку и интерпретацию события автором статьи (*Privacy plea, 'A little jaded', 'Wonderful time', The service at the abbey was attended by 1,900 guests and ran smoothly, aside from a brief struggle to place the wedding ring on the bride's finger. и др.*).

3. СВАДЕБНЫЙ МЕДИАМИФ представляет собой целенаправленно созданный, часто отдаленный от реальной действительности, образ свадебного события в медиадискурсе, когда СМИ повествуют о свадебных случаях, не

имевших под собой реальной основы событий, с формальным сохранением основных элементов (действующие лица, событие, место и пр.), вычленением картины действительности из собственно событийного контекста и встраиванием в иной контекст посредством подмены фактологического описания мифологической интерпретацией.

Например,

Кейт Миддлтон беременна? Принц Чарльз недоволен...

Опубликовано 11 августа 2011

В последние несколько дней британскую прессу переполняют новости о том, что принцесса Кэтрин (princesse Catherine) беременна. Более того, портал Weekleworldnews уверяет, что это произошло всего через пять дней после свадебной церемонии: "Королевская семья была уверена, что Кейт забеременеет в первый же год замужества, однако, все были удивлены, узнав, что это случилось так скоро". Тот же источник уверяет, что к скорейшему рождению ребенка новоиспеченную принцессу сподвигла Виктория Бекхэм (Victoria Beckham), уверяя ее в том, что это лучшее, что может случиться в жизни женщины. Кстати, сама Виктория Бекхэм не так давно стала мамой в четвертый раз и уже подумывает о пятом ребенке.

После того, как в СМИ распространилась новость о возможной беременности Кейт Миддлтон, сразу же поползли слухи и о том, что она уже была в положении, когда вышла замуж за принца Уильяма (prince William). Однако, Weeklyworldnews приводит свидетельства гинеколога королевской семьи, доктора Фрица Барнвелла, который уверяет, что в день свадьбы Кейт Миддлтон не была беременна: "Королева лично попросила провести тест, чтобы убедиться в том, что Кейт не ждет ребенка. Однако через пять дней после церемонии по просьбе принца Уильяма мы повторили тест и обнаружили, что Кейт беременна, и срок составляет как раз 5 дней".

Как сообщил королевский дворецкий Томас Хиллстром, в первую ночь после свадьбы "принц Уильям и принцесса Кейт провели в королевском номере около 15 часов, наслаждаясь обществом друг друга", так что времени на то, чтобы зачать ребенка у них было предостаточно.

По свидетельству все того же портала Weekleworldnews, королева Елизавета II была в восторге, узнав что у нее будет правнук, а вот принц Чарльз вовсе не был осчастливлен новостью о том, что скоро станет дедушкой. "Зачем рожать ребенка, когда мир находится на грани катастрофы", – якобы, заявил он.

Что ж, все же пока официального подтверждения беременности принцессы Кэтрин получено не было, так что на данный момент эта новость по-прежнему сохраняет статус "слухов". Тем не менее, учитывая ее поведение в последнее время, очень характерное для беременной женщины, сложно в них не поверить...

(http://www.purepeople.ru/article/kejt-middlton-beremenna-prints-charlz-nedovolen_a6075/1)

Кейт Миддлтон беременна и выбрала имя для дочки

6 сентября 2012

Друзья и сестра супруги принца Уильяма подтвердили, что она ждет ребенка.

После женитьбы сына покойной принцессы Дианы, 30-летнего Уильяма, прошло полтора года, а британские таблоиды с таким нетерпением ждали появления ребенка в этом семействе, что приписывали его супруге, 29-летней Кейт Миддлтон, интересное положение уже десятки раз. Однако молодые эти слухи никак не комментировали. А свекровь принцессы, Камилла, и вовсе заявляла, что Кейт не может иметь детей, якобы потому, что в детстве перенесла серьезное воспалительное заболевание.

Но, похоже, на этот раз попытки молодых родителей завести ребенка увенчались успехом. Друзья Кейт и ее сестра Пиппа подтвердили, что Кейт беременна. Но поскольку сроки у принцессы ранние, они с Уильямом не торопятся делать публичные заявления. Их сделают через канцелярию Букингемского дворца, как только королевский гинеколог лично убедится в том, что здоровью Кейт ничто не угрожает. Ранее в прессе появлялась информация, что супруги хотят девочку и даже определились с именем. Если родится мальчик, его назовут Филиппом, а если девочка – Алисой.

Напомним, Кейт и Уильям вместе десять лет, но поженились они только в апреле прошлого года. Миличенко Ирина (<http://www.segodnya.ua/world/Keyt-Middlton-beremenna-ivybrala-imyua-dlya-dochki.html>).

Журнал Star "нарисовал" беременность Кейт Миддлтон

Опубликовано 20 сентября, 2012

Американский журнал Star опубликовал на обложке нового номера, который выйдет в США 1 октября, фотографию Кейт Миддлтон и сопроводил ее информацией о том, что герцогиня Кембриджская беременна двойней, сообщают информагентства.

Снимок сделан во время визита Уильяма и Кейтв Сингапур 11 сентября. На фотографии Кейт запечатлена с бокалом в руке. На фото в журнале виден округлившийся живот супруги британского принца. На обложке Star отмечается, что в пользу беременности Кейт Миддлтон говорит тот факт, что на приеме у президента Сингапура она не пила алкогольных напитков, предпочитая им воду. Также журналисты доказывают, что новость добыта через уникальные связи во дворце.

Однако портал Celebuzz сопоставил оригинал снимка с журнальной версией и сделал вывод, что журнальное фото ретушировано.

На оригинальном снимке на безымянном пальце герцогини видно кольцо, а на фото в Star украшения нет. Также бросается в глаза круглый живот Кейт на обложке американского издания, в то время как на самом деле платье на жене принца не деформировано.

Наряду с этим, как написал британский таблоид The Sun, Кейт Миддлтон не беременна, королевская семья официально опровергает все слухи.

По традиции королевского двора жена принца Уильяма Кэтрин Миддлтон должна была в течение 9 месяцев после свадьбы объявить о своей беременности. (<http://zn.by/zhurnal-star-narisoval-beremennost-keit-middlton.html>)

Приведенные выше три статьи о свадебном ритуале являются мифом, поскольку их опровержением можно считать следующие две статьи:

Кейт Миддлтон определилась с именем для дочки

14 марта 2013

Весь мир, а особенно Британия, с нетерпением ждет родов Кейт Миддлтон, которая должна подарить своему государству наследника престола. Уже известно, что принц Уильям и Кейт ждут девочку. Об этом герцогиня Кембриджская сама случайно проболталась. В случае, если у нее действительно родится дочка, то малышку нарекут прекрасным именем Элизабет Диана Кэрол.

Кстати, как призналась британская принцесса, они с мужем уже очень ласково именуют свое чадо – «Our Little Grape», что в переводе с английского означает – наша маленькая виноградинка. Алина Кулунбегова

(<http://neformat.co.ua/index.php?nma=news&fla=stat&nums=20028>)

Стало известно, когда родит Кейт Миддлтон

15 января 2013

Супруга британского принца Уильяма Кейт Миддлтон наконец больше не скрывает свое интересное положение. До недавних пор, правда, никто не знал точного срок «интересного положения» девушки.

Представители королевского двора сделали официальное заявление по этому поводу и сообщили, что Кейт и Уильям станут родителями летом, в июле. Теперь вся британские поданные с нетерпением ждут появления на свет первенца. Если у супругов родится дочка, то она станет принцессой и унаследует трон.

(<http://neformat.co.ua/index.php?nma=news&fla=stat&nums=19059>)

Свадебным медиамифом выступают приведенные выше свадебные Интернет-статьи «Кейт Миддлтон беременна? Принц Чарльз недоволен...», «Кейт Миддлтон беременна и выбрала имя для дочки», «Журнал Star "нарисовал" беременность Кейт Миддлтон», так как их опровержением являются свадебные медианарративы: «Кейт Миддлтон определилась с именем для дочки», «Стало известно, когда родит Кейт Миддлтон». В данных примерах исходное свадебное событие как результат первой брачной ночи перестает быть собственно освещаемым фактом, а становится материалом для создания нового текста. Формально сохраняя основные элементы (действующие лица: принц Чарльз, Кейт Миддлтон, событие: беременность, роды, место: Британия, Сингапур, США и пр.), медианарраторы вырывают реальный фрагмент действительности из собственно событийного контекста и встраивают в иной контекст, подменяя фактологическое описание (беременность: где и когда) мифологической интерпретацией.

Наличие в медиадискурсе такого рода медиатекстов о свадебном ритуале подтверждает тот факт, что миф прочно вошел в нашу жизнь, а СМИ охотно его порождают и культивируют. А.Ф. Лосев справедливо писал о неразрывности мифа с культурой до ее социальных корней: «Нужно быть очень плохим идеалистом, чтобы отрывать миф от самой гущи исторического процесса и проповедовать либеральный дуализм: реальная жизнь сама по себе, а миф – сам по себе» (Лосев, 2001, с. 3-4). В основном, подобные сообщения нужны только для того, чтобы привлечь внимание адресата и оказать определенное идеологическое воздействие для достижения конкретных целей.

Следует отметить, что сложно определить принадлежность медиатекста к первому или третьему типу, так как мы не имеем прямого доступа к той собы-

тийной действительности, которая воплощается в медиатексте, мы сами неизбежно оказываемся в роли реципиента, воспринимающего эту действительность через призму текстовой медиаинформации. Адекватность медиатекста событию можно выявить, лишь сопоставив максимально возможное количество медианарративов, сообщающих о данном событии. Любой дискурс априори предполагает наличие определенной внеязыковой действительности, которая преломляется в медиатексте под определенным углом зрения. Адресант медиатекста в соответствии с целью интерпретации либо мифологизации моделирует ситуацию таким образом, чтобы она казалась иной, чем в действительности, а его участники раскрыли лишь ту сторону своей личности, которая должна быть воспринята адресатом.

В результате исследования нами было установлено, что нарративная медиапрезентация свадебного ритуала является поливариантной деятельностью моделирования реальных свадебных событий в дискурсе массмедиа от свадебного медиаотражения, свадебной медиатрансформации до свадебного медиамифа и определяет эффективность СМИ. Далее сфокусируем наше внимание на механизме презентации свадебного ритуала в современном медиадискурсе.

2.3. Механизм презентации свадебного ритуала в современном медиадискурсе

Ценностные представления подчиняют себе свадебный процесс, способ организации взаимных связей участников свадебного медиадискурса, размежевание или слияние их функций и определение статусных позиций, обуславливающих степень их дискурсивной свободы. Когда свадебный ритуал попадает в СМИ в виде сообщения, повествования о свадебном событии, то мы имеем дело со свадебным медианарративом как значимым, культурно ценностным событием, нежели образом, который рассматривается как процесс, как ряд ярких эмо-

циональных образов или последовательность событий (*сватовство, объявление о помолвке, бракосочетание, медовый месяц и т.п.*).

Г.Г. Почепцов относит свадьбу к перформансной коммуникации как сообщение, расположенное в пространстве, ритуал, который вносит изменения в статус участников (*невеста и жених становятся мужем и женой и т.п.*) и имеет следующую модель, предложенную Р. Шехнером (Почепцов, 2001б, с. 335):

ДЕЙСТВИТЕЛЬНОСТЬ 1 —> ПЕРФОРМАНС —> ДЕЙСТВИТЕЛЬНОСТЬ 2.

Будучи сюжетной основой нарративного медиатекста, свадьба превращает его в перформансное коммуникативное медиасобытие (медиаперформанс по М.Р. Желтухиной (Желтухина, 2003; 2010а; 2013)).

В современном медиадискурсе часто встречаются такие понятия, как перформанс, перформансная коммуникация, перформансный дискурс (Почепцов, 2001; Желтухина 2003; 2004; 2010а; 2011а; Лисина, 2008; Фортунатов, 2009б и др.). Важным для адресата все чаще становится не то, «*что* говорит», не столько, «*кто* говорит», а то, «*как* говорит». Невербальные и перформансные способы верификации информации доминируют над вербальными. А.Н. Фортунатов отмечает в медиакommunikации отсутствие внятной логики в презентациях реальности, перформативную иррациональность, нелинейность и противоречивость, манипулятивную интенциональность (Фортунатов, 2009б), что способствует перераспределению внимания адресата в процессе декодирования им медиасообщения.

Попадая в СМИ, свадебный перформанс становится частью медиадискурса, трансформируется в свадебный медиаперформанс. В медиаперформансе свадебный ритуал отображается посредством СМИ, медиапрезентируется.

Если в медиакommunikации создается образ чего-либо, дающего определенное представление об объекте, представление объекта, но не прямое, коим выступает презентация, а опосредованное, т. е. посредством каких-либо идей или образов, то речь идет о репрезентации объекта. Общим определением признается «представление одного в другом и посредством другого» (Mitchell,

1994, р. 5). Зачастую граница между презентативностью и репрезентативностью размыта. Рассматривая в данном случае представление свадебного ритуала в СМИ, правомерно, на наш взгляд, говорить о медиапрезентации ритуала.

Анализ фактического материала показал, что **механизм презентации свадебного ритуала в современном медиадискурсе** можно схематически представить следующим образом:

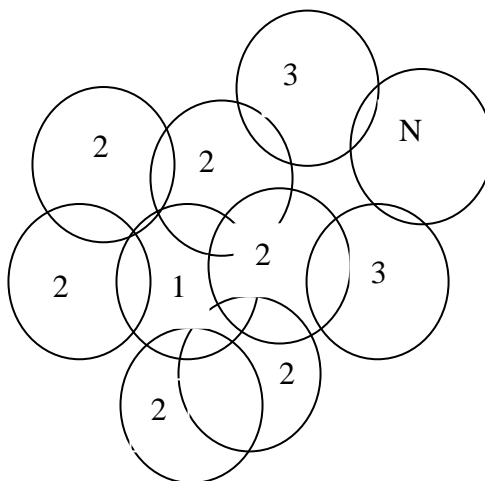


Схема 1. Механизм презентации свадебного ритуала в современном медиадискурсе, где

- 1** – Первичное событие – свадьба как перформанс →
- 2** – Вторичное событие – перформансное медиасообщение о свадьбе как перформансе (свадебный медианарратив А) →
- 3** – Третичное событие – перформансное медиасообщение (свадебный медианарратив В) о перформансном медиасообщении о свадьбе как перформансе (свадебный медианарратив А) → **N** и т.д.

Иными словами, сценарий свадебного ритуала переносится в СМИ, где становится медиасценарием свадебного ритуала. Свадьба как перформанс превращается в СМИ в свадебный медиаперформанс. Объем свадебного медиаперформанса и его содержание зависят от количества адресантов и активных адресатов, которые становятся адресантами в свадебном медиаперформансе.

Процессуальный, событийный аспект изучения медиапрезентации свадебного ритуала невольно обращает исследователей (А.П. Бабушкин, В.В. Богуславская, А. Вежбицкая, О.П. Воробьева, Х. Гейвин, М.Р. Желтухина, Е.В. Зеленева, С.В. Иванова, В.И. Карасик, В.В. Красных, В.А. Марьянчик, В.А.

Маслова, И.В. Рогозина, А.П. Чудинов и др.) к сценарию как основной когнитивной структуре, типизирующей образ события в сознании адресанта и адресата. Сценарии свадебного медиадискурса являются выражением ценностей культуры. Ценностная составляющая медиасценария является культурно значимой основой, на которой происходит его формирование (напр., *в основе свадебных сценариев лежат различные ценностные концепты – семья, дети, любовь, счастье*). Ценность позволяет определить степень пригодности сценария как пути реализации цели. В разных культурах отмечается различное восприятие и понимание ценностно-регулятивных доминант, что объясняет особенности построения сценариев. *Свадебный процесс* может рассматриваться на концептуальном уровне как *ритуал благословения родителей, ритуал вступления в брак, ритуальная игра полов, ритуальная игра со стороны жениха и невесты и т.п.* Культурная легитимация нормативного медиапорядка обладает особой значимостью и определяет построение сценарной схемы разыгрываемой свадебной драмы или комедии в СМИ.

Медиасценарий понимается нами как цепочка событий, эпизодов одного события, действий, которые, разворачиваясь в пространстве и времени и предполагая достижение определенной цели, продуцируются и ретранслируются в СМИ. Сценарий моделируется в виде совокупности событийных пропозиций и связан с фреймом, концептом, стереотипом.

Понятия *фрейм* и *сценарий* в научной литературе сближаются. Термины могут употребляться в качестве синонимов для обозначения ситуации как последовательности действий. Однако в ряде работ данные единицы различаются, сценарий рассматривается как более общее понятие, как система / ряд фреймов, ситуаций (Болдырев 2000; Зеленева 2006; Минский 1979; Чудинов 2008 и др.). Мы придерживаемся данной точки зрения, представляя сценарий как структуру более сложную, чем фрейм, как совокупность фреймов.

В неразрывности формы и содержания медиатекста раскрывается лингвистическая интерпретация медиасценария адресанта. Медиасценарий в современном свадебном нарративе реализуется в нарративном медиатексте с по-

мощью вербальных маркеров (темпорального, локального, ролевого, поведенческого), которые помогают создать образ сцен (участников, времени, места) и их последовательности. Анализ медиатекста в событийном аспекте предполагает моделирование и интерпретацию медиасценария.

Медиакоммуникация осуществляется по модели, где основными компонентами выступают интенция адресанта, который порождает и направляет сообщение адресату по конкретному информационному каналу, и реакция адресата на воспринятое и интерпретированное им сообщение (Желтухина, 2003). Проанализируем медиасценарий свадебного ритуала с позиции адресанта, преобразующего реальную действительность в медиатекст.

Механизм презентации свадебного ритуала в современном медиадискурсе представляет собой нарративную реализацию сценария(-ев) свадебного ритуала в массмедиа, где он становится медиасценарием(-ями) свадебного ритуала – цепочкой свадебных событий, эпизодов одного свадебного события, свадебных действий, которые, разворачиваясь в пространстве и времени и предполагая достижение определенной цели, продуцируются и ретранслируются в СМИ.

Движение мысли к слову идет «от мотива, порождающего какую-либо мысль, к оформлению самой мысли, к опосредованию ее во внутреннем слове, затем – в значениях внешних слов и, наконец, в словах» (Выготский, 1982, Т. 2, с. 358). Л.С. Выготский рассматривает речевое мышление как сложное движение, проходящее от мысли к слову через целый ряд внутренних планов.

Более подробно процесс порождения высказывания раскрывает А.А. Леонтьев, выделяя следующие этапы:

1) этап мотивации (появление «образ результата», но отсутствие плана действия для его получения, напр., *женщина представляет себя в белом платье невесты, рядом мужчина и т.п.*),

2) этап замысла (формирование обобщенной когнитивной схемы высказывания, напр., *«Хочу замуж!!!»*),

3) этап внутреннего программирования высказывания (определение основных смысловых элементов, их иерархии, их последовательности, напр.,

сначала нужно найти жениха, потом убедить его жениться, затем подать заявление в ЗАГС, подготовиться к свадьбе, приобрести все необходимое и т.д.),

4) этап реализации замысла (выбор слов, грамматическое структурирование высказываний девушки, которая хочет выйти замуж: «Любимый! Я согласна стать твоей женой!», «Дорогой, а когда мы пойдем подавать заявление в ЗАГС? А мы будем венчаться? На какое число назначим свадьбу?» и т.д.),

5) этап внешней речи (устное или письменное послание жениху) (Леонтьев, 2007).

Вслед за И.В. Рогозиной (Рогозина, 2003, с. 151-152), мы представляем перевод действительности в свадебном медианарративе в вербальную форму следующей последовательностью действий субъекта: 1) выбор фрагмента реальности, 2) выбор события, 3) соотнесение события с возможными сценариями, 4) выбор аспектов события, 5) выбор языковых средств.

Адресант как автор медианарратива решает, какой фрагмент действительности и какое событие осветить, выбирает объект.

Например, объектом интереса медиаадресанта выступили британский принц Уильям и его невеста Кейт Миддлтон (<http://news.mail.ru/society/5408062/>). Сюжетной основой многочисленных медиатекстов стали свадебные ритуальные действия: предложение принца невесте, их предсвадебное турне по стране, выпуск серии юбилейных монет с их изображением и т.п. (<http://www.newsinfo.ru/articles/2010-11-17/item/743178/>; <http://news.mail.ru/society/5408062/>; <http://www.newsinfo.ru/articles/2010-12-30/moneti/745955/> и др.).

С позиции адресанта **медиаценарий** свадебного ритуала в медиадискурсе принимает следующий вид:

1) выбор фрагмента реальности (планируемая свадьба британского принца Уильяма и его невесты Кейт Миддлтон: Журналисты отслеживают каждый жест будущей королевской четы. С одной стороны, проверяют – не подведет ли корону молодая неопытная Кейт. С другой – монаршая свадьба и

все, что с ней связано, – это грамотный и изящный способ пополнить кризисный британский бюджет...),

2) выбор события (*предсвадебное турне по стране: Уильям и его невеста Кейт Миддлтон отправились в предсвадебное турне по стране. Спустив на воду спасательную шлюпку в Уэльсе, они посетили шотландский университет Сэнт-Эндрюс, где и познакомились 8 лет назад... Свадьба назначена на 29 апреля, а эта поездка – их первый официальный визит в качестве жениха и невесты...),*

3) соотнесение события с возможными сценариями и 4) выбор аспектов события (*особенность предсвадебного турне – посещение шотландского университета Сэнт-Эндрюс, где Уильям и Кейт ранее вместе учились и познакомились; рассуждения о начале особенных романтических отношений принца и Кейт, которые и должны в скором будущем привести к особенной королевской свадьбе),*

5) выбор языковых средств (*метафоры, эпитеты, сравнения, контекстуальные синонимы и др.: пара – будущая королевская чета; принц и невеста; жених и невеста; девушка из хорошей семьи и будущий король; принц – бывший студент и будущий монарх; наследник монаршего трона; Кейт – молодая, неопытная Кейт; Кэтрин; будущая герцогиня, невеста наследного принца; университет – альма-матер, родные стены; поездка – их первый официальный визит в качестве жениха и невесты; экспрессивное средство, заставляющее поверить в настоящую любовь этой пары – прямая речь продавщицы одного из местных магазинчиков и т.д.).*

Для того чтобы событие могло попасть в СМИ, субъекту медиатекста нужно определить, в чем его особенность, для этого автор соотносит свадебное событие с возможными сценариями, а затем отбирает наиболее интересные аспекты. Например, особенностью предсвадебного турне принца Уильяма и его невесты Кейт Миддлтон стало посещение ими шотландского университета Сэнт-Эндрюс, где они ранее вместе учились и познакомились. Это и отличает данную пару от многих других, а приезд в университет становится для автора

медiateкста отправной точкой для дальнейших рассуждений о начале особенных романтических отношений принца и Кейт, которые и должны в скором будущем привести к особенной королевской свадьбе.

Создание образа события в нарративном медиатексте предполагает апелляцию к тому или иному сценарию / медиасценарию, включенному в картину мира адресанта / адресата. Сценарий помогает установить причинно-следственные связи, стереотипизировать отдельные сцены, создать фрейм и вербализировать социальное событие. Сценарий, сигналы которого включены в текст, можно рассматривать как интерпретацию события (например, свадьбы). Маркерами сценария служат единицы различных лексико-семантических групп. Одно и то же реальное событие всегда может быть представлено в разных информационных образах через призму индивидуального восприятия автора медиатекста и в зависимости от его коммуникативно-прагматических интенций (Сорокин, 1985; Желтухина, 2004, 2010б; Доброниченко, 2012). Главную роль при этом играет сценарий, с которым соотносит событие в тексте автор и с которым соотносит событие в сознании адресат. Сценарии, заложенные, закодированные в тексте, обнаруживаются посредством экспликации топики(-ов) текста в заглавии, в ключевых словах. Нередко в свадебном медианарративе мы имеем дело с сюжетными трансформациями, из-за которых событие искажается, порой, настолько, что можно говорить о создании образа «псевдособытия».

В процессе восприятия у адресата формируется «образ содержания текста» (термин А.А. Леонтьева) (Леонтьев, 2007). По Л.С. Цветковой, адресат воспринимает текст многоуровнево: на сенсорно-моторном, лингвистическом и психологическом уровнях (Цветкова, 2004, с. 67-70). Психологический уровень восприятия наиболее глубокий, обеспечивает психологическое воздействие (суггестию) на адресата. В результате данного воздействия на реципиента происходят различные изменения, выделяемые нами в соответствии с типологией речевого воздействия М.Р. Желтухиной: оценочные (изменение отношения к чему-либо), эмоциональные (перемена настроения), рациональные (перестраивание индивидуального сознания человека) (Желтухина, 2004, с. 61).

Медиасценарий, располагаясь между медиасюжетом и медиасмыслом, выступает связующим звеном в медианарративе: единичные ситуация и событие в СМИ (*медиасюжет о свадьбе А. Пугачевой и М. Галкина*) соотносятся с типовой ситуацией (*сценарий свадьбы: праздник, ритуал, акция, борьба, игра, скандал, преступление и др.*), представленной в СМИ (*медиасценарий свадьбы А. Пугачевой и М. Галкина*), на основе чего выводится смысл медианарратива как смысл медиатекстовой ситуации. Выбранный сценарий, определяемая им модель ситуации или события диктуется целями адресанта медиатекста. К основным способам актуализации адресантом сценарной основы медианарратива, презентующего тот или иной перформанс (свадебный перформанс), относятся сюжетные анонсы, кульминации, ключевые слова, метафоры, прецедентные феномены и др. Сложность лингвистического анализа медиасценариев свадебного ритуала в современном медиадискурсе объясняется схожестью сценария с айсбергом, так как большая часть информации о нем не вербализируется в медиатексте, а хранится в памяти адресанта и адресата в качестве фоновых знаний. В связи с этим характерной чертой нарративного медиасценария является его гипотетичность воссоздания на базе языкового материала путем домысливания его составных элементов, выраженных лексическими, грамматическими, стилистическими средствами. Медиасценарии свадебного ритуала в СМИ неоднородны и представлены событийными, метафорическими и этическими разновидностями.

Свадебный медианарратив представляет собой развернутое театрализованное ритуальное действие в массмедиа, включающее различные вербальные и невербальные жанры: присказки, игры, песни, танцы, приговоры, плачи, заговоры и др., а также вербальные и невербальные средства и приемы выражения в сообщении о свадебном ритуале в СМИ. Когда мы говорим о свадебном нарративе, то мы в первую очередь подразумеваем вербальные нарративы. Однако современные межвидовые, междисциплинарные, трансмедиальные нарративные исследования утверждают, что существуют невербальные нарративы, примерами которых выступают живопись и музыка без очевидных сюжетных ли-

ний, но со свойствами, позволяющими адресату воспринимать их как особые истории. Вышесказанное позволяет нам рассмотреть следующую **драматургическую модель презентации свадебного ритуала в медиадискурсе** через осуществление последовательности ритуальных медиадействий в свадебном медианарративе:

1) медиаповествование о действиях по определению семиотического пространства свадебной ритуальной коммуникации в массмедиа: локализация и темпорализация свадебного ритуала в свадебном медианарративе;

2) медиаповествование о действиях по определению участников свадебного ритуала в СМИ и их иерархическому ранжированию с учетом обязанностей и компетенций;

3) медиаповествование о действиях по семиотизации дескриптивной стороны свадебного ритуала в медиадискурсе, т.е. выстраивание модели поведения каждого его участника, регламентация внешнего вида участников и определение прецедентности вербального компонента ритуала в свадебном медианарративе;

4) медиаповествование о соотношении определенных ритуальных действий обеих сторон, об уточнении соответствия своих действий с нормами, принятыми другой стороной, о создании норм действий, приемлемых для обеих сторон свадебной ритуальной коммуникации.

За последнее время объектом интереса многих журналистов были скандальные свадьбы, связанные особенно с криминалом, что объясняется агональностью метафоризации современного медиадискурса (Доброниченко, Желтухина, Магомадова, Слышкин 2012). Одним из наиболее ярких событий подобного рода стала «стрелявшая» дагестанская свадьба в центре Москвы, которая нашла отражение в свадебном медианарративе (<http://www.kp.ru/daily/25958/2898855/>). Прокомментируем драматургическую модель данного свадебного медианарратива:

<i>Свадебный медианарратив</i>	<i>Комментарий по медиапрезентации свадебного ритуала</i>
<i>Настоящий бой развернулся в воскресенье в центре Москвы.</i>	Медиаповествование о действиях (... <i>бой развернулся...</i>) по определению семиотического пространства свадебной ритуальной коммуникации в массмедиа: локализация (<i>в центре Москвы</i>) и темпорализация (<i>в воскресенье</i>) свадебного ритуала в свадебном медианарративе.
<i>Как рассказали «Комсомолке» в столичной полиции, свадебный кортеж, состоявший из «Лексуса», «Ферарри», «Мерседеса», «БМВ», «Порша Кайен» и других дорогих машин мчался по Ленинградке в сторону Манежной площади. Машин было мало, кортеж ехал быстро и, когда его пытался кто-то обогнать, из окна одной из иномарок... появился травматический пистолет. Человек что-то прокричал и стал стрелять.</i>	Медиаповествование о действиях (<i>свадебный кортеж ... мчался...</i>) по определению семиотического пространства свадебной ритуальной коммуникации в массмедиа: локализация (<i>по Ленинградке в сторону Манежной площади</i>) свадебного ритуала в свадебном медианарративе. Медиаповествование о действиях по определению (<i>Как рассказали «Комсомолке» в столичной полиции</i>) участников (<i>свадебный кортеж, состоявший из «Лексуса», «Ферарри», «Мерседеса», «БМВ», «Порша Кайен» и других дорогих машин</i>) свадебного ритуала в СМИ и их расстановке с четким соблюдением иерархии обязанностей и компетенции (<i>Машин было мало, кортеж ехал быстро и, когда его пытался кто-то обогнать, из окна одной из иномарок... появился травматический пистолет. Человек что-то прокричал и стал стрелять.</i>)
<i>Автомобиль одного из нарядов, дежуривших на Ленинградке, приблизился к кортежу. По громкой связи было приказано остановиться. Ответом были те же выстрелы! Полицейские, чтобы догнать кортеж попросили у коллег помощи.</i>	Медиаповествование о действиях (<i>Автомобиль одного из нарядов... приблизился к кортежу.</i>) по определению семиотического пространства свадебной ритуальной коммуникации в массмедиа: локализация (<i>дежуривших на Ленинградке</i>) свадебного ритуала в свадебном медианарративе. Медиаповествование о действиях по определению участников свадебного ритуала в СМИ (<i>Автомобиль одного из нарядов, дежуривших на Ленинградке</i>) и их расстановке с четким соблюдением иерархии обязанностей и компетенции (<i>Полицейские: Автомобиль одного из нарядов ... приблизился к кортежу, По громкой связи было приказано остановиться. Полицейские, чтобы догнать кортеж попросили у коллег помощи. Свадебный кортеж: Ответом были те же выстрелы!</i>)
<i>Дагестанцев тут же</i>	Медиаповествование о действиях (<i>дагестанцев скрутили...</i> , у

<p><i>скрутили, у одного из них обнаружили травматический пистолет, из которого, судя по сильному запаху сгоревшего пороха, совсем недавно довольно активно стреляли. К счастью, удалось быстро мобилизовать омоновцев, дежуривших в районе Красной площади. На подъезде к Манежной площади кортеж задержали.</i></p>	<p><i>одного из них обнаружили травматический пистолет..., удалось быстро мобилизовать омоновцев, ...кортеж задержали)</i> по определению семиотического пространства свадебной ритуальной коммуникации в массмедиа: локализация (тут же, ...в районе Красной площади. На подъезде к Манежной площади...) и темпорализация (недавно) свадебного ритуала в свадебном медианарративе. Медиаповествование о действиях по семиотизации дескриптивной стороны свадебного ритуала в медиадискурсе, т.е. выстраивание модели поведения каждого его участника, регламентация внешнего вида участников (полицейские, омоновцы и дагестанцы из свадебного кортежа: <i>Дагестанцев тут же скрутили, у одного из них обнаружили травматический пистолет, из которого, судя по сильному запаху сгоревшего пороха, совсем недавно довольно активно стреляли; кортеж задержали; удалось быстро мобилизовать омоновцев, дежуривших...</i>) и определение прецедентности вербального компонента ритуала в свадебном медианарративе (...у одного из них обнаружили травматический пистолет, из которого, судя по сильному запаху сгоревшего пороха, совсем недавно довольно активно стреляли.).</p>
<p><i>- Задержаны девять автомобилей и 15 человек, граждан доставили в ОВД «Тверской», – рассказал «Комсомолке» начальник пресс-службы столичной полиции Андрей Галиакберов. – Все задержанные проверяются по базе МВД, возможно кто-то из них в розыске. Выясняется насколько законно они владеют оружием.</i></p>	<p>Медиаповествование о действиях (...задержаны, проверяются...) по определению семиотического пространства свадебной ритуальной коммуникации в массмедиа: локализация (в ОВД «Тверской») свадебного ритуала в свадебном медианарративе. Медиаповествование о действиях по определению (рассказал «Комсомолке» начальник пресс-службы столичной полиции Андрей Галиакберов) участников (девять автомобилей и 15 человек, граждан, все задержанные...) свадебного ритуала в СМИ и их расстановке с четким соблюдением иерархии обязанностей и компетенции (проверяются по базе МВД, ... кто-то из них в розыске, законно ли они владеют оружием). Медиаповествование о соотношении определенных одной стороной свадебной ритуальной коммуникации своих ритуальных действий (Полицейские: <i>Задержаны девять автомобилей и 15 человек, граждан доставили в ОВД «Тверской»</i>) с предпола-</p>

	<p>гаемыми действиями противоположной стороны (<i>оказанное сопротивление</i>), уточнение соответствия своих действий с нормами, распространяющимися на действия противоположной стороны (<i>Все задержанные проверяются по базе МВД, возможно кто-то из них в розыске</i>), создание норм действий, приемлемых для обеих сторон свадебной ритуальной коммуникации (<i>Выясняется насколько законно они владеют оружием.</i>).</p>
<p><i>С соседом жениха, 24-летним Артуром Алибековым, пообщались корреспонденты «Комсомолки»:</i> <i>- Артур очень воспитанный человек, – рассказал житель Ясенево по имени Таш. – Он обычный менеджер, и недавно переехал жить в квартиру к невесте в другой район Москвы. У него не «Феррари», который арендовали для свадьбы, а обычный «Опель». Он абсолютно нормальный человек. Проблемы в семьях уроженцев с Кавказа, которые живут в Москве, появляются именно тогда, когда к ним приезжают родственники из деревень и аулов. Обычно их стараются быстрее спроводить домой. Но без них не отпразднуешь свадьбу. Они просто не понимают, что в Москве нельзя стрелять в воздух и не пропускать машины, которые обгоняют свадебный кортеж. Вот и возникают конфликты.</i></p>	<p>Медиаповествование о действиях по определению семиотического пространства свадебной ритуальной коммуникации в массмедиа: локализация (<i>Ясенево, другой район Москвы, Москва, Кавказ</i>) и темпорализация (<i>недавно, тогда, когда</i>) свадебного ритуала в свадебном медианарративе. Медиаповествование о действиях по определению участников свадебного ритуала в (<i>Жених Артур, сосед жениха – житель Ясенево Таш, корреспонденты «Комсомолки»: С соседом жениха, 24-летним Артуром Алибековым, пообщались корреспонденты «Комсомолки»; семьи уроженцев с Кавказа, которые живут в Москве</i>) и их расстановке с четким соблюдением иерархии обязанностей и компетенции (<i>Жених Артур: Артур очень воспитанный человек... Он обычный менеджер, и недавно переехал жить в квартиру к невесте в другой район Москвы. У него не «Феррари», который арендовали для свадьбы, а обычный «Опель». Он абсолютно нормальный человек. Родственники: Проблемы в семьях уроженцев с Кавказа, которые живут в Москве, появляются именно тогда, когда к ним приезжают родственники из деревень и аулов...</i>). Медиаповествование о действиях по семиотизации дескриптивной стороны свадебного ритуала в медиадискурсе, т.е. выстраивание модели поведения каждого его участника (<i>родственники жениха и невесты</i>), регламентация внешнего вида участников и определение прецедентности вербального компонента ритуала в свадебном медианарративе (<i>Проблемы в семьях уроженцев с Кавказа, которые живут в Москве, появляются именно тогда, когда к ним приезжают родственники из деревень и аулов. Обычно их стараются быстрее спроводить домой. Но без них не отпразднуешь свадьбу.</i></p>

	<p><i>бу. Они просто не понимают, что в Москве нельзя стрелять в воздух и не пропускать машины, которые обгоняют свадебный кортеж. Вот и возникают конфликты.)</i></p>
<p><i>На всех водителей автомобилей из свадебного кортежа составили административные протоколы по статье 12.20 КОАП за нарушение правил пользования звуковыми сигналами (за это им грозит штраф 100 рублей), еще несколько протоколов составили за использование тонировки. Также составлен административный протокол по статье 20.8 за нарушение правил использования травматического оружия. Около 20.00 всех гостей полицейские отпустили восвояси. Кстати, один из отпущенных гостей «праздника» прямо на выходе из отдела полиции напал на журналиста, обратившегося к нему за комментарием. Как сообщили в столичном главке, горячий мужчина оттолкнул журналиста и «применил силу». Если представитель СМИ надумает подавать заявление, его обязательно проверят.</i></p>	<p>Медиаповествование о действиях (...составили протоколы..., отпустили...) по определению семиотического пространства свадебной ритуальной коммуникации в массмедиа: локализация (прямо на выходе из отдела полиции, в столичном главке...) и темпорализация (Около 20.00) свадебного ритуала в свадебном медианарративе. Медиаповествование о действиях по определению участников (полицейские, водители автомобилей свадебного кортежа, гости, один из отпущенных гостей, горячий мужчина, журналист, представитель СМИ) свадебного ритуала в СМИ и их расстановке с четким соблюдением иерархии обязанностей и компетенции (Полицейские: составили протоколы, отпустили водителей автомобилей свадебного кортежа и гостей, прокомментировали поведение одного из гостей, проверят заявление... Водители автомобилей свадебного кортежа: на них составлены протоколы, они отпущены... Гости: отпущены..., один из них напал на журналиста... оттолкнул журналиста и «применил силу»... Журналист: обратился за комментарием к одному из гостей, был подвергнут нападению одного из гостей, надумает подавать заявление...).</p> <p>Медиаповествование о соотношении определенных одной стороной свадебной ритуальной коммуникации своих ритуальных действий (Полицейские: На всех водителей автомобилей из свадебного кортежа составили административные протоколы по статье 12.20 КОАП; ...еще несколько протоколов составили за использование тонировки. Также составлен административный протокол по статье 20.8...) с предполагаемыми действиями противоположной стороны (нарушение правил пользования звуковыми сигналами; использование тонировки, нарушение правил использования травматического оружия), уточнение соответствия своих действий с нормами, распространяющимися на действия противоположной стороны (всех гостей полицейские отпустили восвояси), создание норм дей-</p>

	<p>ствий, приемлемых для обеих сторон свадебной ритуальной коммуникации (...по статье 12.20 КОАП за нарушение правил пользования звуковыми сигналами (за это им грозит штраф 100 рублей)...).</p>
<p><i>Всех граждан, которые стали свидетелями или пострадали в результате стрельбы, устроенной дагестанцами, в главке МВД попросили обратиться в полицию. Информацию можно оставить по телефону «02», а для написания заявления можно прийти в любой отдел полиции Москвы.</i></p>	<p>Медиаповествование о действиях (<i>попросили обратиться в полицию</i>) по определению семиотического пространства свадебной ритуальной коммуникации в массмедиа: локализация (в главке МВД, телефон «02», любой отдел полиции Москвы) свадебного ритуала в свадебном медианарративе. Медиаповествование о действиях по определению участников (<i>граждане, свидетели, пострадавшие, полицейские, дагестанцы</i>) свадебного ритуала в СМИ и их расстановке с четким соблюдением иерархии обязанностей и компетенции (Граждане: свидетели, пострадавшие: <i>обратиться в полицию... Информацию можно оставить по телефону «02», а для написания заявления можно прийти в любой отдел полиции Москвы... Полицейские: в главке МВД попросили обратиться в полицию... Информацию можно оставить по телефону «02», а для написания заявления можно прийти в любой отдел полиции Москвы... Дагестанцы: ...стрельбы, устроенной дагестанцами...</i>). Медиаповествование о действиях по семиотизации дескриптивной стороны свадебного ритуала в медиадискурсе, т.е. выстраивание модели поведения каждого его участника (Свидетели, пострадавшие: <i>обратиться в полицию, написать заявление, оставить информацию... Полицейские: предоставить телефон «02» для информации, любой отдел полиции Москвы для написания заявления... Дагестанцы: стрелять, стрельба...</i>) ритуала в свадебном медианарративе.</p>
<p>БЕСЕДА С ЭКСПЕРТОМ «ОНИ ЖИВУТ ПО ГОРСКИМ ЗАКОНАМ» - Стрелять на свадьбе у кавказцев – традиция, – рассказывает ведущий научный сотрудник Института социологии РАН, кандидат социоло-</p>	<p>Медиаповествование о действиях (<i>беседа, стрельба на свадьбе у кавказцев – традиция</i>) по определению семиотического пространства свадебной ритуальной коммуникации в массмедиа: локализация (Москва, Институт социологии РАН, на Кавказе, в сельской местности, в России) и темпорализация (<i>когда</i>) свадебного ритуала в свадебном медианарративе. Медиаповествование о действиях по определению участников (<i>эксперт, веду-</i></p>

гических наук Игорь Кузнецов. – Там оружие – символ взрослого мужчины, а выстрелы из него вверх – просто приветствие, в них нет никакой агрессии. – Но люди начали стрелять в автомобили! – На Кавказе, в сельской местности, есть традиция – не обгонять свадебный кортеж. Когда эти люди увидели, что их кто-то обгоняет, они среагировали на это, как на оскорбление, – начали палить в машины. Думаю, они даже не понимают, что здесь другие порядки, и просто они живут по горским законам. Понимаете, в России тоже множество свадебных обычаев.

щий научный сотрудник Института социологии РАН, кандидат социологических наук Игорь Кузнецов; кавказцы, взрослый мужчина, свадебный кортеж) свадебного ритуала в СМИ и их расстановке с четким соблюдением иерархии обязанностей (Там оружие – символ взрослого мужчины, а выстрелы из него вверх – просто приветствие, в них нет никакой агрессии. – Но люди начали стрелять в автомобили! – На Кавказе, в сельской местности, есть традиция – не обгонять свадебный кортеж. Когда эти люди увидели, что их кто-то обгоняет, они среагировали на это, как на оскорбление, – начали палить в машины.) и компетенции (Думаю, они даже не понимают, что здесь другие порядки, и просто они живут по горским законам. Понимаете, в России тоже множество свадебных обычаев.). Медиаповествование о действиях по семиотизации дескриптивной стороны свадебного ритуала в медиадискурсе, т.е. выстраивание модели поведения каждого его участника (взрослый мужчина на Кавказе: ...выстрелы из него (оружия – Д.Е.В.) вверх – просто приветствие, в них нет никакой агрессии... Когда эти люди увидели, что их кто-то обгоняет, они среагировали на это, как на оскорбление, – начали палить в машины... они даже не понимают, что здесь другие порядки, и просто они живут по горским законам... Русские: обгоняли свадебный кортеж, оскорбили кавказцев...), регламентация внешнего вида участников (кавказцы, сельская местность, горские законы) и определение прецедентности (оружие, стрельба на свадьбе, запрет на обгон свадебного кортежа) вербального компонента ритуала в свадебном медианарративе. Медиаповествование о соотношении определенных одной стороной свадебной ритуальной коммуникации (Стрелять на свадьбе у кавказцев – традиция... оружие – символ взрослого мужчины, а выстрелы из него вверх – просто приветствие, в них нет никакой агрессии... На Кавказе, в сельской местности, есть традиция – не обгонять свадебный кортеж... они среагировали на это, как на оскорбление, – начали палить в машины...) своих ритуальных действий с предполагаемыми действиями противополож-

	<p>ной стороны (... <i>Когда эти люди увидели, что их кто-то обгоняет,...</i>), уточнение соответствия своих действий с нормами (они даже не понимают, что здесь другие порядки, и просто они живут по горским законам...), распространяющимися на действия противоположной стороны (в России тоже множество свадебных обычаев).</p>
<p><i>Например, перекрывать перед свадебным кортежем дорогу веревочкой. А потом требовать выкуп – за право проезда. Но в Москве этот обычай давно забыт: ну как тут дорогу перекрешь? Проблема в том, что большинство кавказцев совсем недолго живут в Москве, поэтому до сих пор помнят и соблюдают свои совсем не подходящие к городу обычаи. Второй фактор: тщеславие. Проехать по центру Москвы, стреляя в воздух, – это престижно. Будет о чем рассказать родственникам, оставшимся «там».</i></p>	<p>Медиаповествование о действиях (<i>перекрывать перед свадебным кортежем дорогу веревочкой, потом требовать выкуп – за право проезда, проехать по центру Москвы, стреляя в воздух...</i>) по определению семиотического пространства свадебной ритуальной коммуникации в массмедиа: локализация (в <i>Москве, по центру Москвы «там»</i>) и темпорализация (<i>давно, недолго, до сих пор</i>) свадебного ритуала в свадебном медианарративе. Медиаповествование о действиях по определению участников (<i>кавказцы, москвичи</i>) свадебного ритуала в СМИ и их расстановке с четким соблюдением иерархии обязанностей и компетенции (<i>кавказцы: большинство кавказцев совсем недолго живут в Москве, поэтому до сих пор помнят и соблюдают свои совсем не подходящие к городу обычаи. Второй фактор: тщеславие. Проехать по центру Москвы, стреляя в воздух, – это престижно. Будет о чем рассказать родственникам, оставшимся «там»...</i>). Медиаповествование о действиях по семиотизации дескриптивной стороны свадебного ритуала в медиадискурсе, т.е. выстраивание модели поведения каждого его участника (...<i>совсем недолго живут в Москве, до сих пор помнят и соблюдают свои совсем не подходящие к городу обычаи. Второй фактор: тщеславие. Проехать по центру Москвы, стреляя в воздух, – это престижно. Будет о чем рассказать родственникам, оставшимся «там».</i>), определение прецедентности (<i>перекрывать перед свадебным кортежем дорогу веревочкой. А потом требовать выкуп – за право проезда.</i>) вербального компонента ритуала в свадебном медианарративе. Медиаповествование о соотношении определенных одной стороной свадебной ритуальной коммуникации своих ритуальных действий (<i>перекрывать перед свадебным кортежем дорогу ве-</i></p>

	<p><i>ревочкой. А потом требовать выкуп – за право проезда. Но в Москве этот обычай давно забыт: ну как тут дорогу перекроешь?) с предполагаемыми действиями противоположной стороны (Второй фактор: тщеславие. Проехать по центру Москвы, стреляя в воздух, – это престижно. Будет о чем рассказать родственникам, оставшимся «там»), уточнение соответствия своих действий с нормами, распространяющимися на действия противоположной стороны (Проблема в том, что большинство кавказцев совсем недолго живут в Москве, поэтому до сих пор помнят и соблюдают свои совсем не подходящие к городу обычаи.).</i></p>
<p>- Так почему они все-таки стреляли? <i>- Думаю, не из злого умысла. Просто это совершенно не интегрированные в городскую среду люди. Несмотря на дорогие машины и городскую одежду.</i> (http://www.kp.ru/daily/25958/2898855/)</p>	<p>Медиаповествование о действиях (<i>стреляли</i>) по определению участников (<i>они – кавказцы из контекста</i>) свадебного ритуала в СМИ и их расстановке с четким соблюдением иерархии обязанностей и компетенции (<i>совершенно не интегрированные в городскую среду люди</i>). Медиаповествование о действиях по семиотизации дескриптивной стороны свадебного ритуала в медиадискурсе, т.е. выстраивание модели поведения каждого его участника (<i>Кавказцы: стреляли... не из злого умысла. Просто это совершенно не интегрированные в городскую среду люди.</i>), регламентация внешнего вида участников (<i>Несмотря на дорогие машины и городскую одежду</i>) ритуала в свадебном медианарративе. Медиаповествование о соотношении определенных одной стороной свадебной ритуальной коммуникации своих ритуальных действий (<i>Думаю, не из злого умысла. Просто это совершенно не интегрированные в городскую среду люди.</i>) с предполагаемыми действиями противоположной стороны (<i>Несмотря на дорогие машины и городскую одежду</i>).</p>

Естественно, для того чтобы событие могло попасть в СМИ, субъекту медиатекста нужно определить, в чем его особенность, для этого автор (Б. Орлов) соотносит событие с возможными сценариями, а затем отбирает наиболее интересные аспекты. Так, особенностью этой дагестанской свадьбы стала стрельба на межнациональной почве. Дагестанцы посчитали неуважением со стороны

москвичей то, что те обгоняли их свадебный кортеж. Данный инцидент становится предметом политических претензий к Дагестану. В то же время возникший конфликт нужно уладить как можно быстрее и дипломатичнее, дабы не разгорелся военный конфликт по этому поводу. Поэтому автор акцентирует внимание читателей на непонимании московской жизни гостями из Дагестана и на лояльности и благородстве российской полиции.

С позиции адресанта **медиаценарий** рассматриваемого свадебного нарратива принимает следующий вид: **1) выбор фрагмента реальности** (дагестанская свадьба в центре Москвы), **2) выбор события** (проезд свадебного кортежа дагестанской свадьбы по центру Москвы), **3) соотнесение события с возможными сценариями и 4) выбор аспектов события** (особенность этой свадьбы – криминал, угроза разжигания межнациональной розни, создания межнационального скандала между Россией и Дагестаном), **5) выбор языковых средств** (метафоры, эпитеты, сравнения, контекстуальные синонимы и др.: свадьба – бой; жених – очень воспитанный человек, обычный менеджер; абсолютно нормальный человек; гости – семьи уроженцев с Кавказа; разгоряченные джигиты; родственники из деревень и аулов; не интегрированные в городскую среду люди; их вина в том, что они просто не понимают; сила российских блюстителей порядка – скрутил; обнаружили; задержали; задержаны 9 автомобилей и 15 человек; составили административные протоколы; благородство – около 20.00 всех гостей отпустили восвояси; экспрессивным средством является также прямая речь соседа жениха, начальника пресс-службы столичной полиции, беседа с ведущим научным сотрудником Института социологии РАН, кандидатом социологических наук и т.д.).

Итак, в данном разделе установлено, что механизм презентации свадебного ритуала в современном медиадискурсе состоит в нарративном осуществлении сценария(-ев) свадебного ритуала в массмедиа, т.е. медиаценариев. У человека как коммуниканта есть сформированное представление о свадебном ритуале, но когда он видит то, что его окружает, например, присутствует на конкретной свадебной церемонии, то он сначала формирует свое представле-

ние о конкретном свадебном ритуале и свадебной церемонии, формулирует это представление в вербально-невербальном образе, используя при этом свои языковые (фонологические, семантические, морфологические, синтаксические и др.) и неязыковые средства, а затем передает свое сообщение по каналам массмедиа. В медиасообщении сформированный образ о свадебном ритуале становится его презентацией в медиадискурсе. Современная свадьба есть перформанс, а презентуемый в современном медиадискурсе свадебный ритуал становится свадебным медиаперформансом, где участниками являются не только непосредственные действующие лица свадебного ритуала, а также адресант (преимущественно, журналист), но и адресат, наделяемый функциями адресанта, создающий, транслирующий и ретранслирующий новые сообщения по теме свадьбы в массмедиа, например, в сети Интернет.

Рассмотрев презентацию свадебного ритуала в современном медиадискурсе в лингвопрагматическом аспекте, следующую главу посвятим изучению структурного аспекта медиапрезентация свадебного ритуала.

ВЫВОДЫ КО ВТОРОЙ ГЛАВЕ

1. Основной функцией свадебного медианарратива выступает *презентационная функция*, заключающаяся в презентации версии свадебного ритуального события через повествование о свадебном ритуальном событии в массмедиа, осуществлению которой способствуют следующие **функции**:

- *культурно-познавательная,*
- *имиджевая,*
- *эмоционально-экспрессивная,*
- *регулятивная (интерпретационная, идентификационная, воздействующая),*
- *развлекательно-гедонистическая,*
- *гармонизирующая,*
- *интегративная функции.*

2. К основным типам нарративной медиапрезентации свадебного ритуала принадлежат:

- 1) *свадебное медиаотражение,*
- 2) *свадебная медиатрансформация,*
- 3) *свадебный медиамиф.*

3. Механизм презентации свадебного ритуала в современном медиаскурсе раскрывается в нарративной реализации сценария(-ев) свадебного ритуала в массмедиа, где он становится медиасценарием(-ями) свадебного ритуала, т.е. ретранслируемой в СМИ цепочкой свадебных событий.

ГЛАВА III. СТРУКТУРНЫЙ АСПЕКТ ПРЕЗЕНТАЦИИ СВАДЕБНОГО РИТУАЛА В СОВРЕМЕННОМ МЕДИАДИСКУРСЕ

Данная глава посвящена описанию кодовой, повествовательной и видовой структур свадебного медианарратива.

1.3. Кодовая структура свадебного медианарратива

Проведенные исследования содержания свадебного ритуала показали, что свадебный ритуал представляет собой обрядовое оформление брака, важное событие в жизни человека для построения семьи, характеризующееся национальной спецификой, обязательным набором ритуальных действий и многокомпонентным составом участников, атрибутивностью и вариативностью проявления. В результате анализа специальной литературы (Гура, 2011; Узенева, 2002; 2010; Чернобаева, 2010а,б,в) и фактического материала выделена следующая **кодовая структура свадебного ритуала**, включающая *персональный, локальный, темпоральный, предметный, акциональный, интенциональный коды*.

Проиллюстрируем кодовую структуру свадебного ритуала примерами афоризмов, анекдотов, статусов о свадебном ритуале, встречающихся в СМИ (<http://www.zemlemer-67.ru/home/1615-2010-12-27-13-31-49>; <http://anekdotov.net>; http://opensoul.narod.ru/humor/a_rel.at.htm).

КОДОВАЯ СТРУКТУРА СВАДЕБНОГО РИТУАЛА

1. ПЕРСОНАЛЬНЫЙ КОД (участники свадьбы: **2 центральных действующих лица и периферийные действующие лица**) – лексемы, обозначающие исполнителей, адресатов, объектов свадебных ритуальных действий:

ЦЕНТРАЛЬНЫЕ ДЕЙСТВУЮЩИЕ ЛИЦА:

До свадьбы, во время свадьбы, после свадьбы:

влюбленные / sweethearts, in love/ das Liebespaar, die Liebsten;

До свадьбы:

невеста, будущая жена / bride, fiancée, wife-to-be / die Braut;

жених, будущий муж / bridegroom, fiancé, husband-to-be / der Bräutigam;

жених и невеста / bridal pair, fiancées, engaged couple, the betrothed / die Verlobten, die Brautleute.

В день свадьбы до и во время бракосочетания:

невеста / bride, fiancée/ die Braut;

жених / bridegroom, fiancé, / der Bräutigam;

молодые, брачующиеся / married couple, happy couple / das Brautpaar, das Ehepaar, das Hochzeitspaar, die Hochzeiter;

венчающиеся / married couple/ das Traupaar.

Сразу после бракосочетания:

новобрачные / the newly married couple, newly-weds, honeymoon couple / die Eheleute, die Neuvermählte, die Flitterwöchner;

Позже после свадьбы:

муж, супруг / husband, spouse / der Mann, der Ehemann, der Gatte, der Gemahl (устар.);

househusband – муж, ведущий домашнее хозяйство;

жена, супруга / wife, spouse / die Frau, die Ehefrau, die Gattin, die Gemahlin (устар.);

супруги / the married couple, the weds/, die Eheleute, die Vermählte;

ПЕРИФЕРИЙНЫЕ ДЕЙСТВУЮЩИЕ ЛИЦА:

свидетель, шафер, дружка / witness, bridesman, bestman, groomsman / der Trauzeuge;

свидетельница / witness, bridesmaid, maid of honour / die Trauzeugin;

родители / parents / die Eltern (родители невесты, родители жениха / die Eltern der Braut, die Eltern des Bräutigams);

друзья / friends / die Freunde (друзья жениха и невесты);

bridesmaids – подружки невесты;

гости / guests / die Hochzeitsgäste (гости со стороны невесты, гости со стороны жениха);

работница ЗАГСа / marriage officiant, registrar / der Standesbeamte;

батюшка, священник / priest, pastor / der Pfarrer, der Priester;

свадебный распорядитель / master of ceremonies (MC), host, usher / der Zeremonienmeister;

организатор свадьбы / wedding planner, marriage broker, agent / der Festordner;

тамада / toast-master / Tamada;

музыканты / musicians / die Musikanten, die Musiker;

flower girl – девочка, разбрасывающая лепестки или держащая букет / das Blumenmädchen, das Blumenstreumädchen;

pageboy – мальчик, сопровождающий невесту.

Например,

Маргарита Южина: Не пойман – не муж!; Георгий Александров: Русские невесты ошибаются по-женски, но по-мужски исправляют их последствия.

2. АКЦИОНАЛЬНЫЙ КОД (этапы свадебных ритуальных действий: до свадьбы, свадьба, после свадьбы) – лексемы, обозначающие свадебные ритуальные действия:

Досвадебный этап:

знакомство / acquaintance / die Bekanntschaft;

влюбленность / falling in love / die Verliebtheit;

предложение / proposal / der Heiratsantrag;

смотрины;

выбор сватов;

родительское благословение;

помолвка, обручение, сватовство / engagement, betrothal, matchmaking / das Verlöbniß, die Verlobung, die Brautwerbung;

подготовка к свадьбе / getting ready for the wedding / Vorbereitungen für die Hochzeit;

выбор места бракосочетания/ choosing the place of marriage / die Wahl des Ortes der Hochzeit;

выбор формы брака / choosing the form of marriage / die Wahl der Form der Hochzeit;

предсвадебное турне (по родным местам),

подача заявления на регистрацию брака / giving notice / die Anmeldung der Eheschließung, die Einreichung eines Antrags auf Registrierung der Ehe (для нецерковного брака);

publish the banns, bid the banns – оглашать в церкви имена вступающих в брак за 3 воскресенья до свадьбы или getting a license – получение разрешения на свадьбу (для церковного брака);

choosing the bridesmaids' clothing – выбор одежды для подружек невесты;

мальчишник / stag party, stag night, stag do / der Junggesellenabschied;

девичник / hen party, hen night, hen do, bridal shower – вечеринка для девочек / der Junggesellenabschied, der Polterabend – вечеринка накануне свадьбы (с битьем посуды);

bride's making lists of substantial presents – составление невестой списка нужных подарков;

invited people address the card to both the bride and bridegroom and ask if there is a present, that the couple may have already – отправление приглашенными открытки с целью выяснить, подойдет ли подарок молодым или такой уже есть;

репетиция свадьбы / a rehearsal of ceremony / die Hochzeitsprobe;

a rehearsal dinner – репетиция свадебного обеда/ужина;

размолвка / breaking off the engagement / die Entlobung.

Свадебный этап:

поездка жениха за невестой;

выкуп невесты;
 свадебная процессия, свадебный кортеж, свадебный поезд / *wedding procession / der Hochzeitszug*;
 поездка в ЗАГС / дворец бракосочетания,
 бракосочетание, церемония бракосочетания / *marriage, civil ceremony / die Heirat, die Eheschließung*;
intermarriage – брак между родственниками, между людьми разных рас или национальностей;
miscegenation – смешанный брак;
 венчание / *church wedding / die Trauung*;
nuptial benediction – брачное благословение;
wedding vows – свадебные клятвы, *wedding pledge (to be true and faithful and loving to another human being.)* – свадебное торжественное обещание, клятва в любви и верности;
wedding breakfast – свадебный завтрак;
wedding dinner – свадебный обед/ужин;
 свадебный прием / *wedding reception / der Hochzeitsempfang*;
 поездка к месту празднования свадьбы,
 свадебное празднество, торжество / *wedding celebration / die Hochzeitsfeier, das Hochzeitsfest*;
 свадебный пир, свадебное застолье / *wedding feast, wedding party / die Party*;
 свадебный банкет / *wedding banquet / das Hochzeitsbankett*;
 вручать свадебные дары / *getting wedding gifts, presents / die Hochzeitsgeschenke bringen und schenken*;
 преподнесение подарков молодым;
 свадебный танец / *first dance / der erste Tanz*;
 пение свадебных песен, эпиталам / *epithalamium*;
 произнесение тостов / *toast pronouncing*;
 свадебные игры / *Hochzeitspiele*;

свадебные конкурсы;

первая брачная ночь / wedding night / die erste Hochzeitsnacht;

второй день свадьбы;

Послесвадебный этап:

tying shoes to the honeymoon cars – привязывание ботинок к машинам, отправляющимся с новобрачными в медовый месяц;

медовый месяц / honeymoon / die Flitterwochen,

свадебное путешествие / honeymoon / die Hochzeitsreise;

wedding bliss – свадебное счастье.

развод / divorce / die Scheidung, der Ehebruch;

смерть / death / das Sterben («...жить долго и счастливо, пока смерть не разлучит нас...»).

Например,

*Том Арнолд: Спросите у пчелы, хорошо ли, когда вся жизнь – **медовый месяц...**; Клеобул: Женщина **выходит замуж** не тогда, когда **зовут**, а когда **соглашается**.*

3. ЛОКАЛЬНЫЙ КОД (место свадьбы) – лексемы, обозначающие место совершения свадебных ритуальных действий:

дом жениха / das Haus des Bräutigams;

дом невесты / das Haus der Braut;

ЗАГС, дворец бракосочетаний / register office / das Standesamt;

церковь / church, chapel / das Rathaus, die Kirche;

алтарь;

ресторан / restaurant/ das Restaurant;

кафе / café / das Café;

свадебный кортеж/ wedding procession/ der Hochzeitszug (свадебные машины);

гостиница / hotel;

дом молодоженов.

Например,

Роберт Орбен: ЗАГС – это место, где бракует любовь. Георгий Милляр: Алтарь – место, где холостяк теряет контроль над собой.

4. ТЕМПОРАЛЬНЫЙ КОД (время свадьбы) – лексемы, обозначающие время совершения свадебных ритуальных действий:

свадебная пора;

осенние свадьбы...

Кроме того, лексемы акционального и персонального кодов способствуют кодированию и декодированию времени свадебного ритуала (см. пункты 1,2), поскольку в них содержится семантический компонент, указывающий на определенный временной период. Например,

Время до свадьбы:

помолвка (период между решением жениться и началом свадьбы);

publish the banns, bid the banns – *оглашать в церкви имена вступающих в брак за 3 воскресенья до свадьбы* (для церковного брака);

мальчишник / stag party, stag night, stag do / der Junggesellenabschied; девичник / hen party, hen night, hen do, bridal shower – *вечеринка для девочек / der Junggesellenabschied, der Polterabend* – *вечеринка накануне свадьбы (с битьем посуды): (вечеринка накануне свадьбы, отдельно для друзей жениха и отдельно для подруг невесты).*

Время в процессе свадьбы:

wedding time – *время свадьбы / бракосочетания / венчания;*

wedding breakfast – *свадебный завтрак;*

wedding dinner – *свадебный обед / ужин;*

первая брачная ночь / wedding night / die erste Hochzeitsnacht;

второй день свадьбы.

Время после свадьбы:

медовый месяц / honeymoon / die Flitterwochen,

Например,

Платон: После свадьбы кулаками не машут, а начинают собирать документы для развода.; Если жених и невеста не узнали друг друга за восемь

дней, они не достигнут этого и в восемь лет: время только набросит на их глаза вуаль – густую вуаль любви, чтобы они не обнаружили один у другого недостатков, или, вернее, чтобы эти недостатки стали казаться их очарованным глазам добродетелями. Рюноскэ Акутагава: Если женщина до свадьбы кормит одними деликатесами, то еще есть время одуматься.

5. ПРЕДМЕТНЫЙ КОД (атрибуты свадьбы) – лексемы, обозначающие предметы, применяемые в процессе совершения свадебных ритуальных действий и имеющие статус ритуальных:

кольцо для помолвки / an engagement ring / der Verlobungsring;

обручальное, венчальное кольцо / wedding ring / der Ehering, der Trauring;

wedding apparel – свадебная одежда;

свадебное, подвенечное платье / wedding dress, wedding gown, bridal gown / das Brautkleid, das Hochzeitskleid;

фата / bridal veil / der Brautschleier;

платок;

шаль (полушубок);

букет невесты / bouquet / der Brautstrauß;

самовар;

полотенце;

свадебный пирог, торт / wedding cake / die Hochzeitstorte;

groom's cake – торт жениха;

свадебные колокольчики / wedding bells / die Hochzeitsglocken;

свадебные ленты / wedding bands / Hochzeitsbände;

prenuptial agreement – добрачный контракт будущих супругов;

брачный контракт / marriage license / der Ehevertrag;

выкуп / brideprice / die Widerlage – состояние жениха, вносимое в общее семейное состояние (деньги / товар);

приданое / dowry, marriage portion / die Mitgift, die Aussteuer – состояние невесты, вносимое в общее семейное состояние;

die Morgengabe – подарок мужа жене на утро после свадьбы;

свадебные подарки / wedding gifts / die Hochzeitsgeschenke;
bridal registries – список необходимых подарков, составленный невестой
свадебный альбом / keepsake album;
свадебные фотографии;
свадебное видео;
свадебный поезд, свадебный кортеж, свадебный лимузин,
the guest book – гостевая книга.

Например,

У. Теккерей: Белый цвет олицетворяет радость. На свадьбах женщины одеты в белое, мужчины – в черное...; Илья Шевелев: Фатальный исход – жизнь завершается встречей с фатой...; Сэмюэл Джонсон: Свидетельство о браке – водительские права, которые вручаются до экзамена.

6. ИНТЕНЦИОНАЛЬНЫЙ КОД (цель ритуального действия: общая функциональная и частная акциональная) – лексемы, обозначающие цели свадебного ритуала:

Общие функциональные цели:

магическая соединения двух сторон,
защитная (от нечистой силы, от измены и т.п.),
очистительная,
замещающая,
инструментальная,
традиционная,
обеспечивающая благополучие,
характеризующая,
религиозная,
развлекательная;

Частные акциональные цели:

посмотреть на невесту/жениха, их родителей,
сосватать девушку,
получить родительское благословение,

обручиться,
 подать заявления на регистрацию брака,
 подготовиться к свадьбе (купить все необходимое из одежды, заказать
 машины, цветы, ресторан и т.п.),
 устроить мальчишник/девичник;
 поехать жениху за невестой,
 выкупить невесту;
 поехать в ЗАГС / дворец бракосочетания,
 сочетаться браком,
 венчаться,
 поехать к месту празднования свадьбы,
 устроить свадебное застолье,
 вручать и принимать свадебные дары,
 устраивать свадебные игры и принимать в них участие,
 танцевать первый танец жениха с невестой,
 отправиться в свадебное путешествие и др.

Например,

Свадьба делает мужчину счастливым только в одном случае – если это свадьба его дочери.; Том Арнолд: Когда любящие Мужчина и Женщина соединяются – у них удваиваются и сила и красота, а когда расстаются – они умирают наполовину...

Примерами реализации нескольких компонентов кодовой структуры свадебного ритуала выступают следующие афоризмы:

1) ***Алексей Калинин: В свадебной церемонии участвуют два кольца: одно надевают на палец невесты, другое продевают в нос жениха.***

В данном текстовом фрагменте реализуются персональный (жених, невеста), предметный (два кольца, палец невесты, нос жениха), акциональный (свадебная церемония), интенциональный (надеть кольцо на палец – закрепить брак, продеть кольцо в нос – укротить кого-либо) коды.

2) *Анатолий Юркин: Я хочу хорошо выглядеть на свадебной фотографии – ведь придется глядеть на нее года четыре.*

Данный пример раскрывает предметный (*свадебная фотография*), темпоральный (*года четыре*) и интенциональный (*хорошо выглядеть, придется глядеть на нее, (фото) означает в данном контексте жить в браке тому, кто на фотографии, с той, кто на фотографии*) коды в кодовой структуре свадебного ритуала.

3) *С. Гитри: Свадебная церемония была настолько длинной, что к ее концу невеста была уже на седьмом месяце.*

Данный афоризм отражает персональный (*невеста*), акциональный (*свадебная церемония, быть длинной – долго длиться, продолжаться, занимать много времени; быть на седьмом месяце (быть беременной с указанием на приближающиеся роды)*) и темпоральный (*насколько длинной, к ее концу, уже на седьмом месяце*) коды в структурной кодификации свадебного ритуала.

4) *Е. Ханкин: Выкуп невесты – когда просишь руки, а даешь на лапу.*

В приведенном примере отмечаются персональный (*невеста*), акциональный (*выкуп невесты*) и интенциональный (*просить руки, давать на лапу*) коды в кодовой структуре свадебного ритуала.

Свадебное событие топологически обусловлено, так как за ним закрепляется место его протекания (*ЗАГС, ресторан* и т.п.). Свадебное событие имеет временные границы протекания, в нем задействованы определенные символы и знаки свадебного ритуала. Правила повторяемости и регламентируемость цикличности свадебного события или событий определяют конкретные дни, даты (в т.ч. по церковному календарю) бракосочетаний, количество бракосочетаний в день и т.п. Регламентация хода свадебного события определяет набор вербальных и невербальных событийных действий. Ролевая структура свадебного ритуала закрепляет участников свадебного события и их роли в ходе свадебного действия (*жених, невеста, свидетель, свидетельница, родители жениха, родители невесты, гости со стороны жениха, гости со стороны невесты, музыканты* и т.п.), разрешает или ограничивает их воплощение (*кража невесты,*

выкуп невесты, танец жениха и невесты и т.п.). Свадебное событие вербализуется, от чего зависит успешность свадебного ритуала («что и как» говорит ведущий, жених, невеста, гости и т.п. для благополучного протекания и завершения события). Визуально выразительное и эмотивно заряженное свадебное медиасобытие как аттрактор воздействует на эмоции адресата, драматизируется и театрализуется, приобретая презентационные характеристики в СМИ. С течением времени свадебное медиасобытие освобождается от незначительных воздейственных компонентов. Развивая идеи Е.В. Метелицы (Метелица, 2002, с. 55), можно констатировать, что чем больше временной период, разграничивающий синхронное состояние медиасобытия и его первоначальный вид в диахроническом срезе, тем сильнее его мифический компонент, тем скорее свадебное медиасобытие становится свадебным ритуалом в массмедиа. Итогами процесса свадебной ритуализации в СМИ можно назвать приобретение свадебным событийным континуумом разнообразных форм коммуникативного поведения участников свадебного ритуала в массмедиа, т.е. рождение свадебной ритуальной медиакоммуникации. Преломляя понимание ритуальной коммуникации к свадьбе, мы подчеркиваем, что *свадебная ритуальная коммуникация* в массмедиа носит церемониальный акциональный характер, осуществляется в художественной пространственной медиасфере, основывается на национальных, территориальных, профессиональных нормах и обычаях, участниками которой выступают коммуниканты с общей когнитивной базой, социальным опытом и взаимопониманием.

Одной из особенностей свадебного ритуального поведения в массмедиа выступают самовыражение и самопрезентация адресанта и адресата в роли адресанта (напр., *пышность свадебных церемоний известных особ, которую спешат поворить в различных вариациях обычные граждане: обилие украшений, красивых и дорогих нарядов, транспортных средств, цветов, много гостей, что несет сообщение для окружающих о достатке, могуществе, известности главных героев свадебного торжества* и т.п.). Проведенный анализ демонстрирует, что свадебная ритуальная коммуникация в массмедиа информативна и ва-

риативна, формально устойчива. Вербальная сторона находится в рамках возможного и невозможного. Степень вариативности зависит от конвенциональных норм и компетентностной составляющей коммуникантов в свадебном медианарративе. Выявленные в данном разделе элементы кодовой структуры свадебного медианарратива позволили упорядочить его содержание. В следующем разделе рассмотрим повествовательную структуру свадебного медианарратива.

3.2. Повествовательная структура свадебного медианарратива

Как показало наше исследование реализации свадебного ритуала в современном медиадискурсе, свадебный медианарратив, будучи медиатекстом, учитывает основные категории текста (Chatman, 1978; Eco, 1979, p. 43; Iser, 1994; Link, 1976; Арутюнова, 1981, с. 365; Бахтин, 2002; Виноградов, 1980; 1971, с. 118; Кожевникова, 1971, с. 118-119; 1994, с. 83; Одинцов, 1980; Успенский, 1970 и др.) и структурируется по таким параметрам, как повествовательная точка зрения, субъект речи и тип повествования, характеризуется диалогичностью, множественностью представленных точек зрения и «голосов».

1) Повествовательная точка зрения в свадебном медианарративе – идеологическая ситуация или практическая жизненная ориентация, с которой связаны описываемые свадебные события в СМИ (разные точки зрения, связанные с обращением к речи ее носителя – медиаадресанта: автор-журналист, герой/герои медиасообщения и т.п.): динамическое соотношение разных субъектно-речевых планов, корреляция речи повествователя (медианарратора-журналиста и т.п.) и речи героев (медиаадресантов), которая может быть представлена в разных формах (прямая, полупрямая / косвенная, внутренняя, несобственно-прямая речь), при отсутствии средств передачи чужой речи значимым является отбор и последовательность компонентов описания, которая мотиви-

рует точкой зрения героя, его локально-темпоральной позицией). В структуре свадебного медиаповествования регулярно передается:

а) Оптическая (зрительная, визуальная) точка зрения медиаадресанта-журналиста или героя свадебного медианарратива, направленная на восприятие формы, цвета, положения и движения объекта, подтипами которой являются *графическая* (форма, шрифт, тату и др.), *колорная* (цветовой фон, яркость, насыщенность, покраснение, побледнение, цвет одежды и т.п.), *проксе-мическая* (дистанция контакта, поворот к собеседнику, вид расположения в пространстве), *кинестемическая* (невербальные знаки беззвучного общения людей по определенным правилам, язык жестов, язык тела (мимика, взгляд, жесты, позы и пр.) *точка зрения*, которая выделяется преимущественно артефактными словосочетаниями существительного с прилагательным «свадебный» и т.п., глаголами восприятия, носит символический характер.

- *Оптическая (зрительная, визуальная) точка зрения медиаадресанта-журналиста или героя свадебного медианарратива, направленная на графическое восприятие – восприятие формы*, отличается большим разнообразием лиц и предметов, связанных со свадебным действием (одежда, обувь, украшения, аксессуары, татуировки и др.).

«Свадебный букет невесты». Букет невесты представляет собой послание о гармонизированном состоянии невесты – счастливой женщины, вступившей в брак, бросающей букет стоящим сзади гостям, чтобы поделиться своим счастьем, поймавшая букет женщина обычно выходит в скором времени замуж.

Например,

...Букет, который по традиции бросила в толпу гостей невеста, попал в руки подруге Никиты Преснякова Аиде. «Ну вот, еще одна свадьба будет в нашей семье», – сказала тогда Алла Борисовна... (<http://7days.ru/article/chronic/samy-zvezdnye-svadby-ili-kto-zarabotal-na-bankete/2>)

Данный фрагмент статьи являет пример одинакового графического восприятия артефакта свадебного букета невесты медиаадресантом, как журналистом, так и главным героем свадебного медианарратива Аллой Борисовной Пугачевой, как символа счастья и возможности выйти замуж демонстрирует гар-

монию с окружающим миром, следование традициям, ожидание новой свадьбы, что наглядно отражено в прямой констатирующей речи героя, продолжающей речь медиаадресанта-журналиста. Необходимо отметить, что в данном случае отмечается не только графическое, но и проксемическое восприятие (*бросить и поймать букет*).

«Замки на мостах». Закрытые замки на мостах рассматриваются как символ счастья в совместной жизни молодоженов.

Например,

*«Борьба с бескультурьем? В Смоленске начали выбрасывать свадебные замки»
09/01/2013*

Фото: АИФ (на фото изображен фрагмент моста, увешанного огромным количеством различных замков со свадебными надписями – комментарий Д.Е.В.)

Местные власти могут все: как родить хорошую идею, так и похоронить

*В Смоленске с Горбатого моста начали снимать... **свадебные замки!** Почему? Кому они помешали? Зачем их выбрасывать?*

*«Никто **свадебные замки** не выкидывал, – объяснил Сергей Черняков, директор ЦПКиО «Лопатинский сад». – Они хранятся на территории парка под нашу ответственность. **Можно забрать свои замки, обновить их и перевесить на «древо любви», которое было установлено в нашем парке».***

*Для сотен счастливых семей это стало шоком. Во-первых, многие верят, что **закрытый замок – символ счастья, а теперь в их семью бесцеремонно влезли.** Во-вторых, неужели в городе нет других проблем? Разбитые дороги, обшарпанные фасады домов, оставшиеся зимовать раскопы и переполненные мусорные баки меньше портят облик города, чем эти **пресловутые замки?**... (<http://www.aif.ru/society/article/58885>)*

В данном примере визуальная (графическая) точка зрения медиаадресанта-журналиста и героя свадебного медианарратива не совпадают. Медианарратор-журналист, который выражает в т.ч. мнение жителей города (*В Смоленске с Горбатого моста начали снимать... **свадебные замки!** Почему? Кому они помешали? Зачем их выбрасывать? ... Для сотен счастливых семей это стало шоком. Во-первых, многие верят, что **закрытый замок – символ счастья, а теперь в их семью бесцеремонно влезли...***), воспринимает свадебные замки как символ счастья, а директор ЦПКиО «Лопатинский сад», являющийся чиновником, выражающий мнение чиновников Смоленска и реализующий его на практике, воспринимает свадебные замки как бескультурье, с которым нужно бороться, как предметы, находящиеся не на своем месте, портящие вид города (*«Никто **свадебные замки** не выкидывал, – объяснил Сергей Черняков, дирек-*

тор ЦПКиО «Лопатинский сад». – Они хранятся на территории парка под нашу ответственность. **Можно забрать свои замки, обновить их и перевесить на «древо любви», которое было установлено в нашем парке».**) В тексте намеренно реализуется перевод свадебной тематики в политическую сферу путем создания антиномии «значительное-незначительное»: *«разбитые дороги, обшарпанные фасады домов, оставшиеся зимовать раскопы и переполненные мусорные баки» – «пресловутые замки»,* а также через выражение амбивалентного оценочного мнения автора о местных властях: *«хорошо и плохо» (Местные власти могут все: как родить хорошую идею, так и похоронить.)*

«Свадебный наряд», основным элементом которого выступает **«свадебное платье».**

Например,

Алиса БУЕВИЧ (19 Июля 2011, 18:25)

10 самых модных свадебных платьев лета (сопровожаются фотографиями – комментарий Д.Е.В.) *Комментарии: 3*

Обзор последних свадебных трендов (ценник "КП")

1. Цветы

Украшение цветами – самая модная деталь этого года. Но если раньше цветы на свадебном платье были небольшие и представляли собой отдельно расположенные лепестки, то теперь объемными цветами украшают всю длину юбки.

2. Оборки

Платья с волнами оборок и складок подойдут для девушек, которые хотят почувствовать себя на своей свадьбе настоящей принцессой. Многочисленные сборки, складки и рюши помогут создать наиболее изящный и кокетливый женственный образ. Данные модели сейчас на пике популярности! А благодаря складочкам в разных интересных местах и большому количеству оборок и рюшей свадебные платья самых простых силуэтов получили необычный крой.

3. Рыбка

Поклонницам фасона рыбка будет приятно узнать, что в этом году он не утратит своей актуальности, так что невесты, обладающие стройной фигурой, смогут продемонстрировать ее во всем своем великолепии.

4. Корсеты

Женственный силуэт а-ля песочные часы снова на пике моды. Поэтому выбираем платья с ярко выраженными швами и чашечками. Подойдет такое для девушек с формами.

5. Заниженная талия

Свадебные платья с заниженной талией призваны скорректировать пропорции тела и зрительно увеличить верхнюю часть туловища.

6. Асимметрия

Чаще всего проявляется в верхней части платья, а именно в бретельке или лямке на одно плечо. Хотя платье для свадьбы в этом году может быть асимметрично и в юбке.

7. Рукава

От пышных коротких фонариков до длинных кружевных рукавов. Получается образ элегантный, утонченный и абсолютно непредсказуемый. Кейт Миддлтон, кстати, под ве-

нец пошла именно в платье с рукавами.

8. Винтаж

Платья в винтажном стиле имеют чуть приталенные силуэты, оборки, кружева, лаконичный декор и акцент на жатую фактуру ткани.

9. Мини и миди

Если вы мечтаете о современном и компактном свадебном платье, то вам подойдет модное этим летом платье с юбкой мини или миди. Короткое платье с естественной линией талии выгодно подчеркивает ноги и обращает внимание на туфли, которых обычно не видно под длинным свадебным платьем.

10. Ампир

Платье в стиле ампир имеет завышенную талию и легкий струящийся низ. В нем не должно быть никаких рюшей, допускается только вышивка в верхней части платья.

БУДЬ В КУРСЕ!

МОДНЫЕ ДЕТАЛИ

- черный пояс;
- прозрачная вуаль, шляпка или живые цветы вместо фаты;
- распущенные волосы;
- букет без лент и драпировок.

МОДНЫЕ ЦВЕТА

- белый;
- цвет слоновой кости;
- теплый бежевый;
- серебро;
- шампань;
- розовая пастель;
- карамель;
- светло-пепельный.

ЦЕННИК «КП»

Около 1,5 миллиона рублей – прокат свадебного платья в салоне; от 2 до 5 миллионов – первый прокат нового платья; от 2 до 6 миллионов – покупка нового платья; около 400 долларов – платье, заказанное в зарубежном интернет-магазине; около 300 долларов + цена за ткань – пошив платья на заказ.*

**Фату и другие аксессуары многие салоны предоставляют невестам бесплатно.*

(<http://www.kp.ru/daily/25721/2713897/>)

Данный пример отражает визуальную (графическую) точку зрения медиаадресанта-журналиста, состоящую в рекламном обзорном медиасообщении для адресата об основных направлениях в моде по выбору свадебного платья для невесты, побуждающем адресата быть в курсе (побудительное восклицательное предложение «*Будь в курсе!*»), какое платье нужно выбирать (*Цветы. Оборки. Рыбка. Корсеты. Заниженная талия. Асимметрия. Рукава. Винтаж. Мини и миди. Ампир*), сколько оно должно стоить (**ЦЕННИК «КП»** *Около 1,5 миллиона рублей* – прокат свадебного платья в салоне; от 2 до 5 миллионов – первый прокат нового платья; от 2 до 6 миллионов – покупка нового платья; около 400 долларов – платье, заказанное в зарубежном интернет-*

магазине; около 300 долларов + цена за ткань – пошив платья на заказ. *Фату и другие аксессуары многие салоны предоставляют невестам бесплатно.), какие модные детали (черный пояс; прозрачная вуаль, шляпка или живые цветы вместо фаты; распущенные волосы; букет без лент и драпировок) и цвета (белый; цвет слоновой кости; теплый бежевый; серебро; шампань; розовая пастель; карамель; светло-пепельный) использовать. Необходимо подчеркнуть, что в рассматриваемом свадебном медианарративе о важном свадебном ритуале – подготовительном этапе к свадьбе по выбору свадебного наряда невесты, в частности, свадебного платья, реализуется визуальная графическая и колорная точка зрения медиаадресанта-журналиста.

Свадебный наряд может быть представлен нетрадиционными, непринятыми для бракосочетания стилями и видами одежды и т.п., что подтверждается визуальной (графической) точкой зрения медиаадресанта свадебного медианарратива.

Например,

В качестве свадебных нарядов для Памелы Андерсон и ее мужа Кида Рока – белый купальник на невесте и плавки на женихе... (<http://www.kp.ru/photo/15023/402134/>)
«Жених в юбке». (<http://www.eg.ru/daily/sports/33490/>)
Хипповая свадьба Лесниковской (сопровождение фотографией – комментарий Д.Е.В.)
Опубликовано 31 Октября 2010 г. Номер 44 (821)
Варвара КУЗЬМИНА
Звезда сериала «Сестры по крови» нашла мужа в Интернете
Наталия ЛЕСНИКОВСКАЯ, полюбившаяся зрителям по сериалу «Сестры по крови», вышла замуж. Избранника актрисы зовут Иван, по профессии он инженер. Познакомились ребята несколько лет назад в Интернете на странице одной из социальных сетей.
Как рассказывает Наташа, сначала они с Иваном переписывались. Тот понятия не имел, что Лесниковская актриса. После встречи они поняли, что друг без друга не могут: парень переехал к любимой в ее новую квартиру. Когда подруга забеременела, пара решила расписаться. На следующий день супруги отправились в свадебное путешествие в Италию.
- Мы не хотели классическую свадьбу с белым платьем и смокингом, – говорит Наташа.
– Выбрали стиль хиппи, который ассоциируется у меня с легкостью, свободой и весельем. Друзей попросили прийти в соответствующих нарядах... (<http://www.eg.ru/daily/cadr/22357/>)

- Оптическая (зрительная, визуальная) точка зрения медиаадресанта-журналиста или героя свадебного медианарратива, направленная на колорное восприятие – восприятие цвета одежды, украшений и аксессуаров, макияжа, маникюра, педикюра, покраснения, побледнения и др. Колорная точка

зрения медиаадресанта может нести информацию эмоциональной оценки («Красная роза – эмблема печали («-»), черная роза – эмблема любви» («+»)). В разных культурах один и тот же цвет может быть семиотически вариативен: для иудеев и индусов, а также финнов белый цвет – цвет траура, для европейских культур белый цвет ассоциируется с жизнью, имеет оптимистичную знаковую составляющую, в свадебной европейской церемонии белый цвет наряда невесты выступает индикатором ее невинности. При этом важно отметить, что в свадебном медианарративе графическая и колорная точка зрения часто дополняют друг друга (см. пример ниже: (<http://www.kp.ru/daily/23552/42623/>)).

Поскольку свадебный наряд и манера его ношения могут выполнять дистанционную функцию, постольку можно говорить о выражении проксемической точки зрения медиаадресанта-журналиста или героя в свадебном медианарративе.

- Оптическая (зрительная, визуальная) точка зрения медиаадресанта-журналиста или героя свадебного медианарратива, направленная на проксемическое восприятие – восприятие дистанции между участниками свадебного ритуала, положение по отношению к собеседнику, поза. Яркой иллюстрацией выступает ситуация «первое знакомство родителей жениха и невесты», которая отражает несколько настороженное отношение друг другу и заставляет сесть либо наискосок, через угол, либо, напротив, через стол как некоторую преграду, которую нужно будет преодолеть в коммуникации. У многих коммуникантов существуют свои собственные (индивидуально-персональные) проксемические способы и знаки демонстрации отношения к собеседнику (Олянич, 2004, с. 219-234).

Например,

«В каких платьях звезды выходят замуж»

Мария РЕМИЗОВА, Всеволод ЕРЕМИН (27 Июля 2005, 13:28)

*Корреспонденты «Комсомолки» оценили **подвенечные наряды** известных див*

Встречаются две подруги. Одна – другой:

- У нас с женихом такие разногласия!

- Ну?

*- **Я хочу выходить замуж в голубом платье, а он вообще жениться не хочет!***

Подобные разногласия, может, и возникали когда-либо у звезд кино и спорта, пришедших

на дефиле свадебной моды в один из московских бутиков, но замуж они таки попали. Причем далеко не все были **в голубом** и даже не все **в белом**. Может, дело именно в платье? Корреспонденты «Комсомолки» оценили подвенечные наряды известных див. Последние с удовольствием демонстрировали их широкой общественности.

Ирина Безрукова: – Кто сказал, что желтый – цвет неверности?

Чайная роза – эмблема любви?

Ирина Безрукова, выходя замуж за Сергея Безрукова, отказалась от белого цвета. Предпочла платье цвета чайной розы. Без рукавов, длинное в пол. С такого же цвета накидкой. ...

Платье для дома с жемчугами

Фигуристка Ирина Слуцкая вышла замуж пять лет назад. Избранник – бизнесмен Сергей.

Утонченное платье, простое до невозможности, выбрала Ирина Слуцкая. Лишь жемчужинами вышито по всей длине. Недаром говорят: чем проще, тем лучше. Декольте и края рукавов оживляют рельефные кружева. Из аксессуаров – тоненькое кольцо с маленькими бриллиантиками.

«Я наотрез отказалась покупать свадебное платье в Москве, – вспоминает Ира. – На отдыхе в Израиле нашла свадебный салон. Там продавались «штучные» наряды. Я выбрала самое романтическое платье, вышитое белыми жемчужинами. И очень люблю его до сих пор. И надеваю иногда дома. Для мужа».

Разводы только на платье

Актриса Алика Смехова была замужем не единожды. Совсем недавно она встретила наконец-таки мужчину «своей мечты» – Николая.

Свадебный наряд Алике шил кутюрье Валентин Юдашкин. Оно и видно. Многие мужчины Николаю явно позавидовали. Корсет, вышитый вручную, подчеркивал притягательную грудь. Ткань прокрашена неравномерно – белый цвет плавно переходит в серый, а черная нижняя юбка усиливает эффект «хамелеона». Светлая накидка ниспадает с плеч.

Про свое замужество Алика как-то не распространяется, но с мужчиной «ее мечты» они вместе уже около семи лет.

В загс в джинсах

Актриса Ирина Лачина замужем за режиссером Олегом Будриным.

Для выхода на подиум Ире подобрали один из самых модных в этом сезоне нарядов – «деревенское» платье. А на голове очаровательная а-ля соломенная шляпка с прикрепленной к краям двойной фатой: верхний слой – желтый, нижний – красный. Вместо изящных туфелек – босоножки на грубой деревянной подошве. Эдакая очаровательная селянка.

Замуж же Ира выходила... в джинсах. Просто поставили штамп в паспорте. «Но если Олегу понравится это платье, то я бы его с удовольствием купила. И мы заново отпраздновали бы нашу свадьбу».

И на льду, и в жизни вместе

Ирина Лобачева и Илья Авербух – семейная пара фигуристов.

Предпочитают классику. Илья для церемонии бракосочетания приобрел традиционный черный костюм с бабочкой. Ира остановила свой выбор на белом платье с корсетом и длинной фате. Единственное отступление от традиций – кружевные рукава, которые надеваются на руки, как... гетры. ...

Голубая Лола

Лолита Милявская вышла замуж ровно год назад. Избранником звезды стал бизнесмен Александр Зарубин.

Так как брак у Лолы не первый, с белыми нарядами она решила не заморачиваться. Но что-то особенное хотелось. И певица остановила свой выбор на небесно-голубом, сильно декольтированном платье. Но на свадьбе Лола прикрыла эротичное декольте лег-

кой накидкой из органзы.

К слову, на реальной свадьбе все аксессуары звезды были подобраны в тон платью, так же как и убранство стола – скатерть, посуда, салфетки. «Это мое третье платье, – улыбается певица, – и дай Бог, чтобы не последнее!» Это она пошутила, конечно. После двух не особо удачных браков (первый раз Лола вышла замуж в 16 лет, вторым супругом был небезызвестный Александр Цекало) она наконец счастлива.

Аврора еще не замужем

Ди-джей МТВ хоть и не одинока, но официально не замужем. Воспитывает маленькую дочку, которую тоже зовут Авророй. Может, пора? Тем более свадебное платье – белое в модную красную вишенку – уже готово! И фата такого же цвета, как ягоды, удачно подобрана.

Мы поинтересовались: так же красиво будет одета Аврора, когда по-настоящему соберется замуж? «Не-а, в джинсах под венец пойду!» – сообщила красавица. Демократичная девушка, как и телеканал, на котором она работает.

Розочки в голове, веер в руках

Ольга Кабо хоть и развелась, но платье сохранила: нежно-голубое, прямое. Подчеркивает стройную фигуру. Особую пикантность наряду придает вышивка на груди. От фаты Ольга отказалась. А завитые локоны украсили белоснежные розочки. Элегантности добавлял и букет в веерной упаковке. Сейчас Ольга Кабо воспитывает дочку Танечку. И ждет свою любовь. (<http://www.kp.ru/daily/23552/42623/>)

Рассматриваемый свадебный нарратив является одним из примеров, когда графическая, колорная и проксемическая точка зрения **медиаадресанта-журналиста или героя свадебного медианарратива** часто дополняют друг друга. Медиаадресант кратко охарактеризовал основные этапы свадебного ритуала нескольких звезд, выразив свою графическую, колорную, проксемическую и оценочную точку зрения (*Корреспонденты «Комсомолки» оценили подвенечные наряды известных див*).

- **Оптическая (зрительная, визуальная) точка зрения медиаадресанта-журналиста или героя свадебного медианарратива, направленная на кинестетическое восприятие – восприятие мимики, пантомимики, окулесики, актоники** как единичных проявлений любого кинестетического действия актуализируются в виде содержательной величины коммуникативно-функционального пространства вербально-авербального диалогического комплекса (Малышева, 2011) в современной медиакультуре (например, *воздушный поцелуй, «Жесты влюбленного мужчины»* (<http://womens-place.ru/private/zhesty-vlyublennogo-muzhchiny.html>); (<http://differed.ru/love-sex/man/жесты-влюбленного-мужчины-расскажут-правду>); *‘Красивые жесты для красивой свадьбы’* (<http://ti-sobytie.ru/?cat=1>), *предложение руки и сердца (в граффити* (http://www.youtube.com/watch?v=9m_Ajrcxfug), с помощью компьютерных мем

(<http://www.youtube.com/watch?v=yaAhxg4Lz0A>), в падении (<http://virusvideo.ru/2011/07/15/brachnoe-predlozhenie-v-padenii/>), в танце (<http://www.youtube.com/watch?v=p9qr2ZjY-cs#t=400>), в стиле любимой видеоигры (<http://virusvideo.ru/2011/04/29/brachnoe-predlozhenie-v-stile-super-mario/>), в самосожжении (http://www.youtube.com/watch?v=4h2AXdk_vbU#t=78), танец жениха и невесты и др.).

Например,

Свадебные жесты

Раздел: Разные | Опубликовано: 2011-12-16 14:36:24 | Оценка: 2.8 | Оценить: 1 2 3 4 5

Она: Служу пионерши. Он: Глаза бы мои тебя больше не видели (и прикрыл глаза рукой) (<http://vodvore.net/prikols.php?idd=3276>)

Приведенный медиатекст сопровождает фотографию, на которой изображены молодожены, находящиеся на свадебном торжестве в свадебных нарядах и пионерских галстуках, отдающие честь. В данном свадебном медианарративе отражается оптическая (зрительная, визуальная) кинестетическая точка зрения медиаадресанта, направленная на восприятие жестов молодоженов.

б) Сенсорная точка зрения медиаадресанта-журналиста или героя свадебного медианарратива, отражающая **акустические / слуховые (музыкальные** (музыкальные инструменты, музыка или пение), **шумовые** (скрипы, шорохи, стуки и т.д.); **тактильные / осязательные (ощущения прикосновения** (касания, поглаживания, рукопожатия, объятия, поцелуи, похлопывания по плечу и др.), **ощущения холода, тепла, боли** (толчки, пощечины, удары)); **сцентальные / обонятельные** (на основе обонятельной чувствительности без строгой классификации запахов); **густальные / вкусовые (на основе** вкусовых анализаторов: **сладкое, кислое, горькое, соленое)** ощущения медиаадресанта-журналиста или героя свадебного медианарратива.

- **Сенсорная (слуховая) точка зрения медиаадресанта-журналиста или героя свадебного медианарратива**, отражающая **акустические ощущения**, распознаваемые посредством слухового анализатора: музыкальные ощущения (музыкальные инструменты, музыка или пение) и шумы (скрипы, шорохи, стуки и т.д.).

Например,

Песни о любви и свадьбе.

Сенсорная (слуховая) точка зрения медиаадресанта-журналиста или героев свадебного медианарратива, отражающая акустические ощущения, отмечается в юбилейном выпуске ток-шоу «Давай поженимся» (ОРТ) от 17 октября 2013 года, когда в студии было организовано предложение руки и сердца с последующим законным бракосочетанием ([http://www.1tv.ru/videoarchive/68527; http://www.1tv.ru/sprojects_edition/si=5748&fi=26579](http://www.1tv.ru/videoarchive/68527;http://www.1tv.ru/sprojects_edition/si=5748&fi=26579)), звучала музыка, песня «*Это наш день*» любимых исполнителей Игоря Николаева и Юлии Прокуряковой.

Свадебный марш / вальс Мендельсона.

Когда на пороге звучит вальс Мендельсона

Когда уже через несколько месяцев вам предстоит услышать вальс Мендельсона, то в голове возникает целый список дел и задач. В этот день все должно быть безупречно, поэтому многие невесты так нервничают перед церемонией. Но если следовать четкому плану действий, то свадебный день пройдет без эксцессов.
(<http://swarog.ru/page/mendelson>)

Акустические ощущения медиаадресанта рассматриваемого свадебного медианарратива раскрылись в т.ч. в его сенсорной (слуховой) точке зрения по восприятию музыки, песни, вальса Мендельсона (*Когда на пороге звучит вальс Мендельсона... Когда уже через несколько месяцев вам предстоит услышать вальс Мендельсона...*).

Звон бокалов.

Свадебные поздравления в стихах.

Свадьба – одно из самых важных, значимых событий в жизни каждого человека. Для многих супружеских пар она становится первой и последней... Другие справляют ее несколько раз за жизнь. В любом случае свадьба знаменует новый и ответственный период в судьбе мужчины и женщины (Мужа и Жены).

Под звон хрустального бакала,

Под шум шампанского, вина

Мы навобрачных поздравляем,

Желаем счастья им сполна,

Пусть каждый день прожитый рядом

Всегда сияет бирюзой,

Тогда и золота не надо,

И камень кажется звездой

Пусть не погаснет никогда

Счастливой жизни зорька

*Пусть будет счастье Вам всегда,
А на сегодня, горько!
(http://tost.delfon.ru/pozdr_sp.php?action=viewtut&idm=49803)*

Данный пример наглядно демонстрирует пересечение акустической точки зрения медиаадресанта (звон бокалов, шум напитков) с его густальной (горько, шампанское, вино), а также визуальной (графической, колорной) точками зрения (хрустальные бокалы с шампанским, вином; сияет бирюзой, золота), что усиливает эмоциональный фон свадебного ритуала.

- Сенсорная (тактильная) точка зрения медиаадресанта-журналиста или героя свадебного медианарратива, отражающая кожные ощущения: ощущения прикосновения, холода, тепла и боли (касания, прикосновения, рукопожатия, объятия, поцелуи, похлопывания, пощечины, удары и т.п.). Так, объятия бывают разными: для влюбленных они нежные и продолжительные; поцелуй может быть разным: *страстный, горячий, холодный, жаркий поцелуй.*

Например,

Поцелуи на свадьбе

Так какими должны быть поцелуи на свадьбе? (сопровождается фотографией – комментарий Д.Е.В.)

Советы и рекомендации – чтобы ваши свадебные поцелуи были великолепными.

Многие юноши и девушки, едва выйдя из подросткового возраста, задают себе вопрос: как правильно целоваться? Об этом также задумываются женихи и невесты перед свадьбой. Без поцелуя невозможно представить себе свадебный фотоальбом или праздник любви. Однако это проявление чувств должно быть корректным и красивым.

Как утверждает история, в средневековой Италии, мужчина, прилюдно поцеловав девушку, обязательно должен был жениться на ней. Конечно, это вряд ли напугает вашего любимого человека, однако это не причина для того чтобы выставлять напоказ перед родными, друзьями и коллегами все свои нежные и страстные чувства. Лучше скромнее и... меньше.

Определите настроение для поцелуев на свадьбе: чуть сдержанные, торжественные на регистрации, милые и нежные на прогулке, чувственные и игривые на банкете.

Красивые поцелуи.

Почему поцелуи двух влюбленных зачастую так неприглядны на видео и фото? Стоит учитывать, что они испытывают некоторое смущение. Кроме того, при избытке чувств слишком частыми оказываются такие нюансы, как лишняя влага, размазанная помада и тому подобное. Так что следует заранее позаботиться о матирующих, обычных и очищающих салфетках. При долгих и крепких поцелуях, когда лица двух близких людей соприкасаются друг с другом, искорверкать черты на снимке слишком легко.

По возможности делайте все без перебора, осторожно и легко: никаких сильно зажмуренных глаз и губок, свернутых бантиком. Для красивых свадебных поцелуев вполне достаточно улыбающихся глаз и расслабленных мышц лица.

Милы и трогательны свадебные поцелуи в нежное запястье, открытое плечо, носик,

шею, щечку, висок.

Поцелуи, не оставляющие следов.

Не стоит жалеть деньги на качественную косметику, которая отличается большей стойкостью и ложится более ровно. В ней должно быть минимум жиров и воска. Приобретите «вкусную», матовую помаду.

В жаркий день от растекания может застраховать специальный карандаш для губ. Во время репетиции свадебного макияжа попробуйте использовать карандаш без помады.

Поцелуи способны намного увеличивать частоту пульса. Приятных волнений на свадебном торжестве! (<http://mypartys.ru/svadba/potselui-na-svadbe>)

В рассматриваемом примере выражается сенсорная (тактильная) точка зрения медиаадресанта-журналиста свадебного медианарратива, отражающая его кожные ощущения: ощущения прикосновения в свадебном поцелуе, которые подробно описываются, даются советы жениху и невесте о том, как нужно целоваться на свадьбе, чтобы поцелуи были великолепными. Для этого используются многочисленные эпитеты, аргументация, побудительное наклонение глаголов, восклицательные и вопросительные предложения, однородные члены предложения, сложноподчинительные конструкции и др. *(Так какими должны быть поцелуи на свадьбе? ... как правильно целоваться?... Советы и рекомендации – чтобы ваши свадебные поцелуи были великолепными. ... Определите настроение для поцелуев на свадьбе: чуть сдержанные, торжественные на регистрации, милые и нежные на прогулке, чувственные и игривые на банкете. ... Красивые поцелуи. Почему поцелуи двух влюбленных зачастую так неприглядны на видео и фото? ... При долгих и крепких поцелуях, когда лица двух близких людей соприкасаются друг с другом, исковеркать черты на снимке слишком легко. ... По возможности делайте все без перебора, осторожно и легко: никаких сильно зажмуренных глаз и губок, свернутых бантиком. Для красивых свадебных поцелуев вполне достаточно улыбающихся глаз и расслабленных мышц лица. ... Милы и трогательны свадебные поцелуи в нежное запястье, открытое плечо, носик, шею, щечку, висок. ... Поцелуи, не оставляющие следов. ... Поцелуи способны намного увеличивать частоту пульса. Приятных волнений на свадебном торжестве!)*

- **Сенсорная (сцентальная) точка зрения медиаадресанта-журналиста или героя свадебного медианарратива**, базирующаяся на обонятельной чувствительности.

Например,

Молодожены впервые решили отметить свадьбу в Московском зоопарке
 19:30 29/10/2010
Молодых людей, решивших связать себя узами брака, не смущает антураж и запах, специально для них устроят экскурсию по зоопарку.
За всю историю столичного зоопарка пока не было случаев, чтобы молодые люди праздновали свадьбу рядом с животными. Выбор молодоженов объясняется просто: невеста работает в этом месте. Следует сделать оговорку: в зоопарке пройдет лишь экскурсия, а вот все остальные мероприятия запланированы в другом месте.
Свадебный кортеж из лошадей прокатит новобрачных по территории зоосада. *Пока в зоопарке не комментируют это событие, однако известно о желании руководства распространить этот опыт и сделать подобные свадебные прогулки регулярными.*
Молодые люди встречаются около года, сообщает Сити-Фм.
 (<http://www.aif.ru/society/news/71535>)

Данный пример наглядно отражает сенсорную (сцентальную) точку зрения медиаадресанта-журналиста свадебного медианарратива, базирующуюся на обонятельной чувствительности – восприятию запаха животных, запаха зоопарка (**Молодых людей, решивших связать себя узами брака, не смущает антураж и запах, специально для них устроят экскурсию по зоопарку...**). Медиаадресант описывает историю планируемого свадебного торжества молодой пары, которая хочет начать его с экскурсии по зоопарку (**Молодожены впервые решили отметить свадьбу в Московском зоопарке... Свадебный кортеж из лошадей прокатит новобрачных по территории зоосада.**). Необычность решения молодых (*За всю историю столичного зоопарка пока не было случаев, чтобы молодые люди праздновали свадьбу рядом с животными*) автор медиаповествования акцентирует в каждом предложении, чтобы привлечь внимание адресата к данному медиасообщению, воздействовать на его эмоции и чувства, удержать внимание адресата, приводя аргументацию с использованием лексем концептов «решение» (*решили, решивших, выбор*), «коммуникация» (*объяснять, оговорка, комментировать, известно*) и безличные обороты (*объясняется, следует сделать оговорку*), вводные слова (*известно*), сложноподчиненные темпоральные конструкции (*пока ... не комментируют это событие*):

(Выбор молодоженов объясняется просто: невеста работает в этом месте. Следует сделать оговорку: в зоопарке пройдет лишь экскурсия, а вот все остальные мероприятия запланированы в другом месте. ...Пока в зоопарке не комментируют это событие ...). Одним из основных аргументов адресанта является его указание на ритуализацию данного свадебного элемента (свадебный кортеж) – предсвадебной прогулки-экскурсии на лошадях по зоопарку, превращение в свадебную традицию (Пока в зоопарке не комментируют это событие, однако известно о желании руководства **распространить этот опыт и сделать подобные свадебные прогулки регулярными...**).

Еще один пример свадебного медианарратива:

Запах невесты

Для невесты очень важно **правильно подобрать духи или туалетную воду**. Это наверно важнее, чем покупка свадебного платья или аксессуаров. **Приятный запах** придает любой женщине уверенность в себе, а в день свадьбы это просто необходимо.

Духи лучше наносить на волосы, носовой платок, перчатки или внутреннюю поверхность жакета, т.к. пятна, остающиеся после духов, на одежде практически ничем не выводятся.

Наносить духи надо: на мочки ушей, на плечи, за уши, на внутреннюю поверхность запястий, на локтевой сгиб, т.к. запах духов лучше всего проявляется под действием температуры тела. И хорошо бы использовать принцип треугольника – по одной капле за ушами или на мочках ушей, на ключицах и декольте.

Не надо наносить духи на шею, т.к. вы сами не почувствуете их запаха.

Уделите особое внимание сроку хранения духов.

Запах будет оставаться долго, если вы нанесете несколько капель на влажные волосы сразу же после мытья (но в этом случае вы должны мыть волосы шампунем без запаха и не пользоваться лаком для волос или дезодорантом, потому что **смешение запаха не приведет ни к чему хорошему**). Для невесты этот вариант, наверно, не подойдет.

Не наносите духи или туалетную воду в область подмышек.

Не следует пользоваться одним и тем же ароматом каждый день. Мало того, что это надоедает окружающим, это в первую очередь надоедает вам. (<http://perepoloh.ru/zapah.php>)

В приведенном примере отмечается сенсорная (сцентальная) точка зрения медиаадресанта-журналиста свадебного медианарратива, базирующаяся на обонятельной чувствительности – запахе невесты через аромат духов или туалетной воды. Медианарратор подробно описывает, как подобрать духи или туалетную воду для невесты, объясняет, тщательно аргументирует, используя при прямом и непрямом выражении побудительного значения побуждения с оттен-

ком необходимости, неизбежности, долженствования модальные слова (*надо, необходимо*); модальные глаголы (*должны*), безличные глаголы (*следует*), отрицания (*не: не надо, не следует, не наносите, не подойдет, не почувствуете*), степени сравнения наречий (*очень важно, важней, лучше*), вводные слова (*наверно, в первую очередь*), сокращения устойчивого сочетания, используемого в качестве союза в придаточных причины, обоснования или предпосылки того, о чем говорится в главной части (*т.к. – так как*), союзы в придаточных пояснения, обоснования (*потому что*), в придаточных условия (*если*), безличные конструкции с сослагательным наклонением (*хорошо бы использовать*).

- Сенсорная (густальная) точка зрения медиаадресанта-журналиста или героя свадебного медианарратива, основывающаяся на вкусовых анализаторах: сладкое, кислое, горькое и соленое.

Например,

Что выпьют и чем закусят на королевской свадьбе в Британии?

Автор: Светлана Морозова

Опубликовано 29 апреля 11 (13:48)

Бракосочетание принца Уильяма и Кейт Миддлтон, без преувеличения, стало событием всемирного масштаба

Это королевское мероприятие примечательно еще и тем, что к нему созданы оригинальные праздничные блюда и напитки.

Например, пивоварня Windsor and Eton Brewery разработала пиво Windsor Knot («Виндзорский узел»). Компания Adnams Southwold выпустила Royal Wedding Ale («Королевский свадебный эль»), а Greene King предложила Celebration Ale («Праздничный эль»). Наконец, ограниченную серию пива, сваренного по специальному рецепту, анонсировала британская фирма Castle Rock Brewery. Называется напиток Kiss Me Kate («Поцелуй меня, Кейт»).

Кулинарный факт

Традиционный английский свадебный торт готовится на основе фруктов, изюма, земляного миндаля, вишен и марципана. Верхний слой свадебного торта называется christening cake (торт для крещения), который пара хранит до дня крещения их первого ребенка.

Что же касается меню торжественного свадебного обеда, то нужно учесть, что еще покойная принцесса Диана ввела моду на стол-буфет вместо традиционного долгого и обстоятельного приема блюд.

Так что, по данным The Time, каждый из 650 приглашенных в Букингемский дворец может рассчитывать всего на 15 канapé и кусочек торта. Весь ассортимент блюд будет украшен символикой бракосочетания.

В центре внимания, разумеется, десерты (кроме свадебных тортов), которые составят большинство угощений на празднике. Бисквиты, печенье, конфеты и пирожные – среди них есть изделия с британскими флагами, портретами влюбленных Уильяма и Кейт, а надписи на глазури даже повторяют почерк жениха и невесты.

Рецепт в тему

Торт «Виктория» – Victoria sponge cake

Голосов: 1

Любимый торт легендарной королевы Виктории.

рецепт полностью

Главное украшение свадебного стола – торт. На торжестве Уильяма и Кейт их будет два – традиционный фруктовый, украшенный глазурью и кремом, от кондитерской Фионы Кейнс и шоколадный пирог от McVitie's по семейному рецепту, о котором специально попросил жених.

Рецепт и украшения первого торта были разработаны при непосредственном участии невесты. Невеста предпочла фруктовый, многослойный, с кремом и белой глазурью. Точный дизайн изделия держится в секрете, однако известно, что Кейт Миддлтон попросила кондитера Фиону Кэйрнс (Fiona Cairns) изобразить на торте 16 видов цветов и листьев, у каждого из которых свое символическое значение.

В частности, там будет роза, обозначающая счастье, дуб как символ силы и выносливости, лилия, символизирующая кротость и смирение, и листья плюща – символ бракосочетания. Кэйрнс рассказала, что среди ингредиентов есть грецкий орех, вишня, тертые апельсины и лимоны и бренди, чтобы вымачивать фрукты.

Второй торт, который также подадут на званом обеде 29 апреля, – любимое лакомство жениха. Шоколадно-бисквитное изделие, которым Уильяма угощали в детстве, приготовит компания McVitie's, уже несколько десятилетий поставляющая торты на стол британского королевского дома. Среди ингредиентов – темный шоколад и крошки печенья, а также некие секретные компоненты.

Пол Кортни, главный повар по дизайну тортов и развитию производства, сказал, что для него приготовление этого торта является большой честью. «Этот торт не выпекается в духовке, и мы приготовим его на нашей тестовой кухне, где разрабатываем новую продукцию, так как заводские линии для этого слишком длинные».

Мы желаем счастья новобрачным, и, за неимением пригласительного билета на торжество, можем сами изготовить традиционный английский торт – и поднять бокалы!

(<http://www.aif.ru/food/article/42785>)

Сенсорная (густальная) точка зрения медиаадресанта-журналиста и героя (повара) свадебного медианарратива, основывающаяся на вкусовых анализаторах, отражается в рассматриваемом медианарративе в том, что выпьют и чем закусят на королевской свадьбе принца Уильяма и Кейт Миддлтон в Британии. Автор-медианарратор подробно повествует о свадебных блюдах и напитках, привлекая внимание адресата, указывая на необычный королевский статус свадьбы, неоднократно употребляя лексические маркеры статусной принадлежности («королевская свадьба, принц Уильям, королевское мероприятие, принцесса Диана, Букингемский дворец, легендарная королева Виктория» и т.п.), а также значимости события («без преувеличения, стало событием всемирного масштаба..., Это королевское мероприятие примечательно еще и тем, что к нему созданы оригинальные праздничные блюда и напитки... и

т.п.»), постоянно удерживая его внимание эмоциональными оборотами с вопросительными (Что выпьют и чем закусят на королевской свадьбе в Британии?), сложносочиненными и сложноподчиненными предложениями (Что же касается меню торжественного свадебного обеда, то нужно учесть, что еще покойная принцесса Диана ввела моду на стол-буфет вместо традиционного долгого и обстоятельного приема блюд. ... На торжестве Уильяма и Кейт их будет два – традиционный фруктовый, украшенный глазурью и кремом, от кондитерской Фионы Кейнс и шоколадный пирог от McVitie's по семейному рецепту, о котором специально попросил жених. ... Рецепт и украшения первого торта были разработаны при непосредственном участии невесты. ... Точный дизайн изделия держится в секрете, однако известно, что Кейт Миддлтон попросила кондитера Фиону Кэйрнс (Fiona Cairns) изобразить на торте 16 видов цветов и листьев, у каждого из которых свое символическое значение. ... Второй торт, который также подадут на званом обеде 29 апреля, – любимое лакомство жениха. Шоколадно-бисквитное изделие, которым Уильяма угощали в детстве, приготовит компания McVitie's, уже несколько десятилетий поставляющая торты на стол британского королевского дома... и др.), эллиптическими конструкциями (Кулинарный факт ... Рецепт в тему ... Любимый торт легендарной королевы Виктории... Среди ингредиентов – темный шоколад и крошки печенья, а также некие секретные компоненты...), вводными оборотами (Бракосочетание принца Уильяма и Кейт Миддлтон, без преувеличения, стало событием всемирного масштаба. Это королевское мероприятие примечательно еще и тем, что к нему созданы оригинальные праздничные блюда и напитки. ... Так что, по данным The Time, каждый из 650 приглашенных в Букингемский дворец может рассчитывать всего на 15 канapé и кусочек торта. ... В центре внимания, разумеется, десерты (кроме свадебных тортов), которые составят большинство угощений на празднике... и др.).

в) Оценочная точка зрения медиаадресанта-журналиста или героя свадебного медианарратива, проявляющаяся в последовательном выражении оценок медиаадресанта-журналиста или героя свадебного медианарратива.

Например,

5 лет в эфире

Программа "Давай поженимся!" празднует свой юбилей – 5 лет в эфире. За это время из обычного ток-шоу проект превратился в масштабную службу знакомств и позволил миллионам одиноких людей заявить на весь мир о своем намерении создать семью.

Все пять лет найти пару участникам помогли бессменные ведущие "Давай поженимся!", поклонники проекта за это время научились с закрытыми глазами отличать Льва от Козерога, благодаря Василисе, не стесняться откровенно говорить о деньгах и сексе, благодаря Розе, и бояться Ларису Гузееву, благодаря Ларисе Гузеевой.

За эти пять лет в эфир вышло более 1150 программ, приняли участие почти 5 000 человек!

Но самое главное достижение "Давай поженимся!" – это сложившиеся пары. За пять лет существования программы свое счастье в телеэфире обрели 219 участников, у 32-х пар родились дети и 3 пары на данный момент ждут появления на свет долгожданных малышей.

Христо пришел на программу к другой девушке, при этом один из претендентов на сердце Ирины приболел, поэтому Христо оказался в одной из комнат на съемках программы с Ириной. Они вместе уже 4 года, у них есть дочка Валенсия.

Юрий выбрал Ирину, она не хотела выходить с ним из комнаты, но благодаря работе редакторов, все-таки вышла. До знакомства с Юрием на программе у Ирины не было опыта общения с мужчинами, а у Юрия с женщинами. Сейчас их ребенку 5 месяцев.

Мария пришла на программу, сбежав от возлюбленного, он же втайне от нее пришел бороться за ее сердце и сделал предложение прямо в эфире. Они поженились и подумывают о ребенке.

Отметить юбилей пришли и участники "Давай поженимся!", которые не нашли пару на программе. В частности, Марина, которая раскритиковала шоу в интернете после того, как приняла в нем участие.

Пришла Ксения, которая познакомилась на программе с женихом, но отношения не сложились, так как, по словам девушки, жених хотел жить за ее счет. Впрочем, на этом приключения не закончились: Ксения познакомилась с прекрасным мужчиной, и они должны были пожениться, однако жених умер. Ксения боится, что уже не будет никому нужна, но Лариса Гузеева заверила ее, что обязательно найдет для Ксении жениха на программе. В качестве невесты на шоу хочет попасть и мама Ксении Светлана.

Михаил встретил пару на программе, но он живет в Луганске, Кристина в Москве. Они никак не могут съехаться, но общаются по интернету и Михаил даже сделал пластическую операцию, чтобы больше нравиться Кристине. Однако Кристина посчитала, что лучше бы он купил билет, чтобы приехать к ней.

Екатерина и Алексей снимались в разных программах и не встретили свое счастье в эфире. Однако Алексей увидел Екатерину на экране и уговорил редакторов шоу дать ему ее телефон. На юбилейный эфир Алексей и Екатерина привели своих мам, которые до этого не были знакомы. Алексей сделал предложение Екатерине и предложил пожениться сразу на программе. Празднование юбилея программы "Давай поженимся" завершилось грандиозной свадьбой.

(<http://www.1tv.ru/prj/marry/vypusk/26579>)

В данном примере оценочная точка зрения медиаадресанта-журналиста свадебного медианарратива проявляется в последовательном выражении его оценок программы «Давай поженимся!», которая отмечает свой пятилетний юбилей. Для последовательного выражения оценок медианарратора использу-

ются преимущественно эмоционально окрашенные оценочные эпитеты с элементами гиперболизации (*из **обычного** ток-шоу проект превратился в **масштабную** службу знакомств, **бессменные** ведущие, Но **самое главное** достижение "Давай поженимся!" – это **сложившиеся** пары..., Празднование юбилея программы "Давай поженимся" завершилось **грандиозной** свадьбой.*). Оценочная точка зрения медиаадресанта проявляется также в гиперболизованной юмористической характеристике умений и навыков участников проекта с использованием фразеологизмов и каламбуров (*...поклонники проекта за это время **научились с закрытыми глазами отличать** Льва от Козерога, **благодаря** Василесе, **не стесняться откровенно говорить** о деньгах и сексе, **благодаря** Розе, и **бояться** Ларису Гузееву, **благодаря** Ларисе Гузеевой*). Для обоснования своих оценок медианарратор приводит большое количество аргументов в виде коротких историй, представляя вклад программы в личное счастье ее участников по созданию семейных пар, а также подтверждает достоверность сказанного многочисленными количественными числительными (*За эти пять лет в эфир вышло более 1150 программ, приняли участие почти 5 000 человек! ... За пять лет существования программы свое счастье в телеэфире обрели 219 участников, у 32-х пар родились дети и 3 пары на данный момент ждут появления на свет долгожданных малышей...*).

г) Психологическая точка зрения медиаадресанта-журналиста или героя свадебного медианарратива, отображающая в свадебном медиаповествовании особенности его мировосприятия или мировосприятия адресата.

Например,

Свадьба

Ирина СУХАНОВА.

(6 Июня 2009, 01:00)

6 советов невестам: как найти свадебное платье своей мечты

Комментарии: 1

Итак, дата свадьбы определена, кольца куплены, и ты уже примерно представляешь себе, каким будет платье, в котором ты скажешь своему любимому «да». Тогда, не откладывая, начинаем воплощать фантазии в жизнь!

1. Начинать поиски платья как можно раньше

Лучше заказать платье как минимум за 2-3 месяца до свадьбы. Тогда у тебя будет достаточно времени, чтобы заглянуть сразу в несколько салонов, сделать свой выбор и, возможно, подогнать платье по фигуре. К тому же чем раньше ты начнешь выбирать

наряд, тем больше вероятность найти именно то, о чем ты мечтала.

2. Определись с фасоном

Можно полистать гляцевые журналы, посвященные свадебной моде. Обязательно сохраняй картинки с понравившимися моделями – так будет легче объяснить продавцу, чего именно ты хочешь. Если вы планируете венчаться, обязательно переговорите в церкви, где будет происходить церемония, какие ограничения накладываются на наряд невесты. Обычно в храмах запрещаются открытые свадебные платья. Если ты хочешь все-таки открытое платье, то, вероятно, придется застаться широким шарфом или палантином, чтобы прикрыть плечи во время церемонии. Однако, в любом случае, чтобы избежать недоразумений в день свадьбы, лучше узнать все подробности прямо в церкви.

Платье надо примерять вместе с украшениями, чтобы сразу посмотреть, как они будут гармонировать.

3. Спланируй бюджет

Заранее определи, сколько денег ты готова потратить на наряд и аксессуары. Цены на свадебные платья варьируются в зависимости от салона – в среднем от 5000 и до бесконечности. Будь реалистична при определении бюджета и старайся придерживаться его, чтобы избежать возможных разочарований.

4. Обзвони салоны

Лучше заранее обзвонить свадебные салоны и узнать, какие именно платья и по каким ценам предлагают в каждом ателье. Обговори условия – можно ли подогнать у них платье (в большинстве салонов эта услуга бесплатная), возможно, у них есть какие-то скидки и т. д.

5. Захвати с собой на примерку маму или подругу

Во-первых, будет веселее. Во-вторых, идя в одиночку, ты обязательно начнешь сомневаться в выборе. Тебе потребуются “взгляд со стороны”, а мнение продавца может быть не всегда объективным.

6. Захвати с собой туфли и аксессуары

Отправляясь на примерку, обязательно возьми с собой туфли с каблук такой же высоты, какой ты планируешь надеть на свадьбу. Неплохо так же захватить бюстгалтер, который ты собираешься надеть под платье. Если у тебя уже есть украшения и диадема, возьми и их – лучше сразу посмотреть, как они будут гармонировать с платьем. (<http://www.kp.ru/daily/24306/500136/>)

Психологическая точка зрения медиаадресанта-журналиста рассматриваемого свадебного медианарратива отображает в свадебном медиаповествовании особенности его мировосприятия с учетом мировосприятия адресата. Данный пример наглядно показывает, что медианарратор очень хорошо знает психологическую специфику адресата (невесты), выбирает диалогичную форму взаимодействия с ней, обращаясь к ней на «ты» (*ты уже примерно представляешь себе, каким будет платье, в котором ты скажешь своему любимому «да»...*, *Тогда у тебя будет достаточно времени... К тому же чем раньше ты начнешь выбирать наряд, тем больше вероятность найти именно то, о чем ты мечтала... чего именно ты хочешь... Если ты хочешь все-таки открытое платье... сколько денег ты готова потратить на наряд и аксессуары... идя в*

одиночку, **ты** обязательно начнешь сомневаться в выборе. Тебе потребуется “взгляд со стороны”... какой **ты** планируешь надеть на свадьбу... который **ты** собираешься надеть под платье...), используя глагол в настоящем времени 1 л. мн. ч. без подлежащего и деепричастный оборот с отрицательной частицей «не», восклицательное предложение, обеспечивая тем самым доверительность беседы в жанре «совет», утверждение общей готовности к совместной деятельности и побуждение к ней (*Тогда, не откладывая, начинаем воплощать фантазии в жизнь!*). Кроме того, применяются многочисленные императивы – побудительные конструкции с глаголами в повелительном наклонении 2 лица ед. числа (*начинай, определись, сохраняй, спланируй, определи, будь реалистична, старайся, обзвони, обговори, захвати (2 р.), возьми (2 р.)*) для создания из советов медиаадресанта алгоритма действий адресата (невесты) перед свадьбой.

Перечисленные точки зрения медиаадресанта-журналиста или героя взаимодействуют в свадебном медианарративе, что позволяет соединить в одном контексте разные сигналы.

2) Субъект речи или повествовательный голос (автор, герой, любой повествователь) в свадебном медианарративе (авторское повествование двойственно, более субъективно, чем объективно выражение точки зрения автора одноплановое и объективное, но повествование, объективное по форме, чаще всего субъективно по существу, передавая точку зрения героя-адресанта. Субъективность авторского повествования обуславливает все построение медиасообщения, соотношение с другими типами повествования, и образ автора (Кожевникова, 1971). Повествовательный голос относится к речи или другим явным средствам, через которые герои и события представляются адресату (Chatman, 1978, p. 147-195).

Например,

Филипп Киркоров решил пожениться

Еще люди не отошли от новости о рождении дочери у Филиппа Киркорова, как он решил подкинуть новую новость. Пошли слухи о том, что король поп-сцены решил пожениться.

Как сообщает «Русский мир», Филипп Киркоров, 44-летний певец, заявил о предстоящей свадьбе. Ходят слухи о том, что популярный певец нашел себе достойную спутницу. Ею оказалась актриса из Волгограда, с которой певец и собирается распу-

саться этим летом.

***Сообщается, что** избранницу зовут Лидией. С Киркоровым она знакома уже 16 лет, но до этого у них были лишь дружеские отношения, **но в какой-то момент певец понял, что** она сможет стать достойной супругой и мамой для его дочери.*

***Кстати,** у самой Лидии тоже есть двое детей, **и более того,** она трижды была замужем, поэтому, **судя по всему,** ее сложно, чем-либо удивить.*

Ну что же, посмотрим, слухи это или нет** ближе к лету, так как пара собирается пожениться в июле. **Кстати,** это будет лишь гражданская роспись, а венчание пришлось отложить, **причины этого не сообщаются.

***По материалам:** eurosmi.ru; **Фото:** lady.mail.ru
(http://show-biz.novostimira.com/fulltext_15215.html)*

В рассматриваемом медианарративе «*Филипп Киркоров решил пожениться*» субъектом речи выступает автор-медиаадресант, который высказывает точку зрения о перспективе женитьбы короля российской поп-сцены Филиппа Киркорова, в частности, о его сомнении в осуществимости этой женитьбы. Автор-медиаанратор всего лишь передает информацию, источником которой считает самого певца. Поэтому в тексте статьи много ссылок на источники информации (*Еще люди не отошли от новости о рождении дочери у Филиппа Киркорова, как он решил подкинуть новую новость. Пошли слухи о том, что Как сообщает «Русский мир», Филипп Киркоров, 44-летний певец, заявил о Ходят слухи о том, что Сообщается, что, но в какой-то момент певец понял, что... . Кстати, ..., причины этого не сообщаются. По материалам: eurosmi.ru; Фото: lady.mail.ru*). Для выражения своей точки зрения автор-медиаадресант свадебного медианарратива использует такие стилистические приемы, как параллелизм (*Филипп Киркоров решил пожениться – Еще люди не отошли от новости о рождении дочери у Филиппа Киркорова, как он решил подкинуть новую новость*), иронию (...до этого у них были лишь дружеские отношения, **но в какой-то момент певец понял, что** она сможет стать достойной супругой и мамой для его дочери. ...посмотрим, слухи это или нет...это будет лишь гражданская роспись, а венчание пришлось отложить...).

3) Тип повествования в свадебном медианарративе.

а) Повествование автора-медиаадресанта свадебного медианарратива, одноплановое и объективное, практически не содержащее прямой и косвен-

ной речи героев, когда автор описывает свадебную ситуацию, опираясь на объективные факты.

Например,

Владимир Пресняков и Наталья Подольская поженились
На тайном бракосочетании присутствовали только родные и друзья
Как стало известно сегодня, 42-летний певец Владимир Пресняков-младший и 27-летняя певица Наталья Подольская поженились. Пара не хотела устраивать шумиху из своей свадьбы, так как считает, что по-настоящему любящим людям не нужно внимание посторонних к этому таинству.
 Бракосочетание, на котором присутствовали только родные и друзья пары, состоялось накануне 28-го дня рождения Натальи, который она будет отмечать через два дня. Пара была вместе пять лет после того, как познакомилась во Франции на съемках проекта Первого Канала «Большие гонки». Через два года влюбленные стали жить вместе в новой квартире, так что было ясно, что между ними все серьезно. Три года назад Пресняков предложил Наталье шуточную свадьбу в Лас-Вегасе. Девушка была приятно удивлена и намекнула, что готова и к настоящему бракосочетанию. Официальное предложение музыкант сделал подруге прошлым летом после возвращения с музыкального фестиваля «Новая волна» в Юрмале. Подольская ответила согласием, однако пара договорилась, что будет проверять отношения еще год, сообщает журнал «Hello». Для Натальи это первый брак, а для Преснякова – второй. До этого он жил в гражданском союзе с Кристиной Орбакайте и был женат на дизайнере Лене Ленской. (<http://www.eg.ru/daily/stars/19318/>)

В данном свадебном медианарративе от 18 мая 2010 г. Юлия Яковлева из «Экспресс газеты» сообщает о состоявшейся тайной свадьбе Владимира Преснякова и Натальи Подольской. Журналистка кратко приводит факты о возрасте молодоженов, уважая желание невесты и жениха сохранить подробности свадьбы в секрете, она не называет ни места, ни точной даты их свадьбы, далее автор повествует о предыстории этой свадьбы – их знакомстве на проекте «Большие гонки» 5 лет назад, шуточной свадьбе в Лас-Вегасе, официальном предложении, проверке отношений.

б) Повествование героев свадебного медианарратива в форме прямой или косвенной речи, усложняющей нарративную структуру многоголосием, выступающей аргументативным или контраргументативным ходом на пути выстраивания точки зрения.

Например,

Дедушка Утяшевой: Какая свадьба? Мама Ляйсан умерла всего год назад!
Родственники гимнастки осудили ее выбор жениха
Прославленная российская гимнастка Ляйсан УТЯШЕВА, которая в скором времени

подарит первенца резиденту Comedy club Павлу ВОЛЕ, усиленно готовится стать матерью. Беременная звезда живет в Испании. Тренер по художественной гимнастике Ирина Винер подтвердила, что ее воспитанница недавно вышла замуж. Правда, торжество молодожены отмечать не стали. Ходят слухи, что во многом это связано с тем, что у звездной пары и родственников Ляйсан сложились не самые лучшие отношения.

Ляйсан Утяшева и Павел Воля недавно стали мужем и женой. Правда пока неизвестно, станут ли они играть свадьбу. У девушки год назад неожиданно скоропостижно скончалась мама. Ляйсан тяжело переживала смерть родного человека, в тяжелый период жизни ее поддержал Павел. Близкие друзья спортсменки рассказали, что они начали встречаться более года назад и очень мечтали о малыше. Беременность была запланированной и желанной. Но родственники спортсменки желали для девушки другого будущего.

- Какая свадьба? – с горечью прокомментировал «Собеседнику» дедушка Ляйсан – Султангарей Адельгареевич, который проживает в поселке Раевский в Башкирии. – Всего год назад умерла мама Ляйсан, моя дочь Зульфия. Моя жена дома в каждой комнате поставила фотографии Зульфии и все время плачет. Болеет, очень тяжело – такая трагедия у нас.

Дедушка Ляйсан сообщил, что сейчас им не до свадеб и праздников.

- У меня на нервной почве проблемы с ногами, плохо хожу. Проблемы с сердцем, недавно лежал в больнице. Хотя продолжаю работать в совете ветеранов. Здесь я нужен, поэтому не могу пока подвести людей. А внучка нас давно не навещала и почти не звонит, – цитирует пожилого человека издание. – Про ее жениха я ничего не знаю и, если честно, знать не хочу.

Сейчас Утяшева сосредоточена на материнстве. Она уехала за границу, в Испанию, где и появится на свет ее будущий ребенок. Сама Ляйсан верит, что в теле малыша на эту землю может вернуться ее любимая мамочка.

К слову, сама гимнастка – девушка обеспеченная. У нее две квартиры в Москве и одна в Испании, дом на Рублевке. (<http://www.eg.ru/daily/sports/37765/>)

В данном свадебном медианарративе «Дедушка Утяшевой: Какая свадьба? Мама Ляйсан умерла всего год назад!» от 22 Апреля 2013 г. автор остается неизвестным. По всей видимости, это связано с тем, что он пытается сформировать у читателей отрицательное отношение к свадьбе Ляйсан Утяшевой и Павла Воли. Мощным средством влияния при этом может служить точка зрения дедушки Утяшевой в форме прямой речи, передающей такие факты, как недавняя смерть ее мамы, слезы бабушки, проблемы с ногами и сердцем у него самого (- *Какая свадьба? ... – Всего год назад умерла мама Ляйсан, моя дочь Зульфия. Моя жена дома в каждой комнате поставила фотографии Зульфии и все время плачет. Болеет, очень тяжело – такая трагедия у нас. ... – У меня на нервной почве проблемы с ногами, плохо хожу. Проблемы с сердцем, недавно лежал в больнице. Хотя продолжаю работать в совете ветеранов. Здесь я нужен,*

поэтому не могу пока подвести людей. А внучка нас давно не навещала и почти не звонит... – Про ее жениха я ничего не знаю и, если честно, знать не хочу...).

Формой выражения точки зрения героя свадебного медианарратива стала также косвенная речь (*Тренер по художественной гимнастике Ирина Винер подтвердила, что ее воспитанница недавно вышла замуж. ... Дедушка Ляйсан сообщил, что сейчас им не до свадеб и праздников.*).

в) Совмещение плана автора-медиаадресанта и плана героя свадебного медианарратива, реализующее двуплановость, двойственное отношение к освещаемой проблеме, когда адресат должен будет определиться сам, на чью сторону он станет.

Например,

Примадонна обманула своего духовного наставника

Владыка Марк, венчавший Пугачеву и Киркорова в 1994 году, лишь на днях узнал, что от него скрыли правду.

Дело в том, что по православным канонам допускается венчание лишь тех, кто вступал в брак не более трех раз, а союз с Филиппом Бедросовичем был уже четвертым для Аллы Борисовны.

- Церковь говорит о том, что настоящим и правильным является первый и единственный брак, - объясняет епископ Марк. - Существует возможность вступить во второй брак, если человек не может удержаться в первом браке. В виде исключения, чтобы не было греха и случайных связей, допускается и третий брак, если человек не смог удержаться и во втором. Но более уже не допускается.

Осуждение

Заявление замглавы Отдела внешних церковных связей Московского патриархата епископа Егорьевского Марка наделало много шума. «Алле Борисовне Пугачевой нужно больше думать о покаянии, чем о сожительство с очередным мальчиком», – говорит Марк. Журналисты «Жизни» связались с владыкой и попросили дать более подробный комментарий.

– Владыка Марк, Ваша позиция относительно союза Аллы Пугачевой и Максима Галкина однозначна. Вы осудили примадонну. Но неужели любовь не заслуживает снисхождения?

– Это не жестоко. Люди в возрасте должны больше думать о покаянии, о пользе ближним, о душе, а не о светской жизни. О добрых делах, а не о коллекционировании все новых и новых мужей.

– А почему именно сейчас Вы об этом заговорили – ведь о романе Аллы Борисовны и Максима Галкина говорят уже несколько лет?

– Не знаю, я в первый раз услышал об этом вот недавно. Я не слежу за жизнью артистов.

Предстоящая свадьба Аллы Пугачевой и ее нынешнего протеже Максима Галкина – самое ожидаемое событие этого года. Но пока светские друзья звездной четы готовят подарки, духовный наставник примадонны пребывает в недоумении. По словам епископа Марка, обвенчавшего 14 лет назад Аллу Борисовну и Филиппа Бедросовича, он лишь недавно узнал, что тот брак был для певицы четвертым. По канонам церкви совершать его было нельзя.

– Получается, что брак с Галкиным – это пятый брак для Аллы Борисовны?! – искренне недоумевает владыка Марк. – Венчание в таком случае не допускается.

– А как же снисхождение к слабостям человеческим?

– Дело в том, что я впервые узнал и том, что брак с Киркоровым у нее уже четвертый официально зарегистрированный в ЗАГСе. Это и так было величайшее снисхождение к слабостям со стороны Патриарха, который и дал благословение. Я ведь не сам их венчал с Киркоровым, а с разрешения Патриарха. Вначале я не хотел этого делать: ну сколько можно уже! Какая-то должна быть мера всему.

Киркоров

Брак двух знаменитостей вызвал настоящий фурор среди коллег по сцене и поклонников Филиппа и Аллы Борисовны. Он состоялся в марте 1994 года, через два месяца молодожены обвенчались в Иерусалиме. Уже тогда с процедурой венчания возникли серьезные проблемы.

Если бы служители церкви знали о том, что примадонна решила на четвертый брак, он не состоялся бы вообще. Разрешение на подобное венчание Пугачева просила у самого Патриарха всея Руси. Но и тогда она не стала раскрывать все карты и называть число своих бывших мужей.

– Я в свое время повенчал Аллу Борисовну с Филиппом в Иерусалиме, – продолжает владыка Марк. – Но вначале мы не согласились совершить таинство без благословения. Поэтому я отправил их в Москву. В конце концов Патриарх сказал, что он не возражает, и было передано благословение совершить таинство. Насколько я знаю, Алла Борисовна – духовный человек. Она считает себя христианкой. И задача церкви в том, чтобы призывать людей думать прежде всего о душе, а не заниматься коллекционированием новых мужей.

– И все же брак с Филиппом был самым прочным и долгим у Аллы Борисовны, – напоминает владыка Марк. – Другое дело – характер этого брака и взаимоотношения внутри него. Никто, кроме Аллы Борисовны, не знает, кто ей подходит больше. Я ничего по этому поводу сказать не могу. Но это же их решение было – обвенчаться. Ну, повенчались – и хватит уже. Пора остановиться.

Отношения с Максимом Галкиным у примадонны российской эстрады завязались еще в 2001 году.

После нескольких лет гражданского брака певица и талантливый артист не раз заявляли прессе о своем желании официально оформить отношения. На сегодняшний момент подготовка к свадьбе идет полным ходом. Однако церковь в лице владыки Марка этот брак не одобряет. Более того, епископ призывает Аллу Борисовну к покаянию, он говорит о том, что такой брак невозможен еще и из-за большой разницы в возрасте.

– Это не много – это слишком много, – уверяет епископ. – В данном случае трудно вообще серьезно говорить о браке. Это не брак, а непонятно что...

Но свадебные костюмы заказаны, в обоих домах виновников торжества идет ремонт, и гостям разсланы приглашения. Слишком много людей заняты приготовлениями к главному светскому событию года. Да и Алла Борисовна не привыкла менять своих решений.

Снежана Попова (<http://www.krasotana5.ru/info/news/gossip-column/Episkop-Mark-Ja-ne-hotel-venchat-Allu-Pugachevu/>)

В рассматриваемом свадебном медианарративе «Примадонна обманула своего духовного наставника» от 17.09.2008 С. Попова выстраивает два плана – свой авторский и А.Б. Пугачевой. Авторская точка зрения завуалирована. Но все-таки можно понять, что она совпадает с мнением владыки Марка, речь которого и становится средством выражения авторской позиции по отношению к

проблеме разводов и повторных браков, особенно с большой разницей в возрасте (*Однако церковь в лице владыки Марка этот брак не одобряет. Более того, епископ призывает Аллу Борисовну к покаянию, он говорит о том, что такой брак невозможен еще и из-за большой разницы в возрасте. – Это не много – это слишком много, – уверяет епископ. – В данном случае трудно вообще серьезно говорить о браке. Это не брак, а непонятно что...*). Данной позиции противостоит точка зрения А.Б. Пугачевой, решившейся на новый брак в силу жизненных обстоятельств (*После нескольких лет гражданского брака певица и талантливый артист не раз заявляли прессе о своем желании официально оформить отношения. На сегодняшний момент подготовка к свадьбе идет полным ходом. ... Но свадебные костюмы заказаны, в обоих домах виновников торжества идет ремонт, и гостям разосланы приглашения. Слишком много людей заняты приготовлениями к главному светскому событию года. Да и Алла Борисовна не привыкла менять своих решений...*).

2) *Совмещение плана автора-медиаадресанта и плана другого автора-медиаадресанта (других авторов-медиаадресантов) свадебного медианарратива.* При этом эти планы могут согласовываться друг с другом и противостоять друг другу.

В одном и том же СМИ статьи близкой тематики или про одну и ту же знаменитую персону могут образовывать целый блок статей. В целях привлечения интереса массового адресата авторы-медиаадресанты ссылаются друг на друга, продолжая при этом в новых статьях развивать освещаемую тему с новыми подробностями. Электронные СМИ содержат огромное количество гиперссылок, которые способствуют структуризации материала электронных СМИ, облегчая адресату доступ к нему и усиливая его привлекательность, а также обеспечивают доступ ко всем материалам по освещаемой в статье теме. Сразу же в конце статьи гиперссылки открывают доступ к самой свежей и актуальной информации по проблеме. Достаточно частотны медиатексты, ссылающиеся на материалы других СМИ.

Например,

Официальный сайт Пугачевой подтвердил, что Алла вышла замуж за Галкина

Свадьба Аллы Пугачевой и Максима Галкина стала главным событием в уходящем году! Однако, многие не верили в то, что это произошло. Но теперь сомнений нет! Алла Пугачева подтвердила это лично! Информация о бракосочетании звезд появилась на официальном сайте певицы www.allapugacheva.pro:

"23 декабря Алла Пугачева и Максим Галкин узаконили свои отношения. Они пришли к этому решению после 10 лет счастливой совместной жизни и считают, что этот брак может быть удачным, и формальность ему не мешает. Сегодня Алла и Максим отмечают свой праздник в кругу ближайших друзей. Самая известная пара страны очень хотела, чтобы все это прошло тихо и незаметно, но популярные люди, конечно же, лишены этой возможности. Также Алла Борисовна была обеспокоена, что празднование пройдет во время поста, но ее убедили, что как раз в Рождество это возможно. И стоит добавить, что это не венчание, а простая формальность. Ведь в любви главное не штамп.

Желаем Алле и Максиму всегда оставаться такими же счастливыми и любящими!"
(http://taini-zvezd.ru/public/oficialnyu_sayt_pugachevoy_podtverdil_cho_alla_vyshla_zamuzh_za_galkina/)

Совмещение планов авторов-медиаадресантов отмечается в данном свадебном медианарративе. Автор статьи «*Официальный сайт Пугачевой подтвердил, что Алла вышла замуж за Галкина*» сообщает о бракосочетании, приводя в качестве доказательства информацию с официального сайта Аллы Пугачевой.

Часто можно встретить медиастатьи, в которых наблюдается противоречивость планов авторов-медиаадресантов.

Например,

Ольга Бузова опровергла слухи о свадьбе

На днях интернет взорвался новостью о скорой свадьбе Ольги Бузовой и Дмитрия Тарасова.

Корреспонденты Life Showbiz сообщили о том, что популярная телеведущая Ольга Бузова и полузащитник «Локомотива» Дмитрий Тарасов подали заявление в ЗАГС.

Однако журнал «ЭГ» провел собственное расследование. Пообщавшись с Ольгой Бузовой лично, оказалось, что никакой свадьбы не будет.

Ольга Бузова и Дмитрий Тарасов, которые пришли на презентацию нового спортивно-танцевального проекта ZUMBA-FITNESS, смотрелись очень гармонично во всем красном. Влюбленные обнимались и постоянно шутили.

Ольга Бузова сообщила, что время для свадьбы еще не пришло и в ЗАГС они не ходили. Сейчас им хочется просто быть вместе и наслаждаться этим временем. Но, уж если надумают пожениться, то пригласят не 150 человек, а всех 1500, которые не влезут не в один элитный ресторан Москвы. (<http://sheknow.ru/celebrity/zvjozdnaja-nota/6542-olga-buzova-oproverгла-sluhi-o-svadbe.html>)

В данном свадебном медианарративе «Она знает» (<http://sheknow.ru/>) журнал «ЕГ» (Однако журнал «ЭГ» **провел собственно расследование...**) опровергает информацию «Life Showbiz» о предстоящей свадьбе телезвезды Ольги Бузовой (**Корреспонденты Life Showbiz сообщили о том, что популярная телеведущая Ольга Бузова и полузащитник «Локомотива» Дмитрий Тарасов подали заявление в ЗАГС...**), аргументируя ссылкой на главного героя (**Пообщавшись с Ольгой Бузовой лично, оказалось, что никакой свадьбы не будет...**) в форме косвенной речи Ольги Бузовой (**Ольга Бузова сообщила, что...**).

Исследование авторских планов в свадебном медианарративе показывает, что встречаются примеры, когда в рамках одного СМИ журналисты опровергают информацию, опубликованную ранее этим же СМИ. Недостоверность информации они объясняют слухами. Так как сфера личных отношений носит интимный характер, журналисты пользуются этим, находя малейший повод для яркой статьи, которую можно подольше муссировать, чтобы выяснить, правда это или ложь. Ведь польза все равно очевидна – и имидж звезды растет, и СМИ повышает свою популярность.

Например,

Сергей Лазарев сделал Лере Кудрявцевой предложение

На вечеринке в честь дня рождения телеведущей собрались многие звезды шоу-бизнеса, но **никто и представить не мог, что певец попросит у именинницы руку и сердце.**

«Я хочу, чтобы ты вышла за меня замуж, – **нежно обнимая Леру, произнес Сергей.** В зале повисла тишина, а сама телеведущая просто потеряла дар речи. **По данным Life.ru,** она и шагу не могла ступить, шокированная предложением. **Лера ответила, что «готова узаконить свои отношения с Сергеем»,** но им еще многое нужно обсудить, взвесить все «за» и «против». **Woman.ru затаил дыхание,** чем же все это закончится? (<http://www.woman.ru/stars/events/article/51942/>)

Сергей Лазарев и Лера Кудрявцева: свадьбы не будет

На дне рождения телеведущей **пара публично объявила** о своей помолвке и назвала точную дату торжества – 9 сентября. Однако теперь, когда дело близится к осени, Сергей пошел на попятную.

Сергей Лазарев и Лера Кудрявцева пока не думают о свадьбе

Оказалось, что вопреки слухам, никакую свадьбу влюбленные играть не планировали. «Наши отношения с Лерой, действительно, существуют, они есть, – **признался Сергей Лазарев в интервью «Комсомольской правде».** – Просто то, что написано о свадьбе, это какое-то предвосхищение событий. Торопят события, придумывают что-то за нас, планируют».

Сергей не понимает откуда возникли подобные слухи, подчеркнул что он «даже не живет вместе с Лерой, да и детей у них нет». «Не каждые отношения заканчиваются свадьбой! – **заключил певец.** – Бывают отношения, которые идут, идут и через какое-то

время заканчиваются, потому что проходят эти отношения, проходит любовь. Слава богу, что этого пока не случилось у нас с Лерой, и дай бог, чтобы это надолго было. Не надо предвосхищать события, торопить и, самое главное, на что-то наталкивать. Поэтому что это сразу какую-то обратную реакцию дает».
(<http://www.woman.ru/stars/events/article/52754/>)

В рассматриваемых свадебных медианарративах выделяются два противоречащих друг другу медиасообщения о предложении Сергея Лазарева Лере Кудрявцевой выйти за него замуж. Автор использует все имеющиеся точки зрения, обыгрывает их множественность и вариативность, на основе чего и выстраивает нарративную структуру как систему речевых структур адресанта как журналиста-повествователя (*Сергей Лазарев сделал Лере Кудрявцевой предложение. На вечеринке в честь дня рождения телеведущей собрались многие звезды шоу-бизнеса, но никто и представить не мог, что певец попросит у именинницы руку и сердце.*), журналиста-наблюдателя-рассказчика (*Woman.ru затаил дыхание, чем же все это закончится?*), медиаадресантов из других источников в форме прямой и косвенной речи (*По данным Life.ru; в интервью «Комсомольской правде*), а также героев свадебных медианарративов (*нежно обнимая Леру, произнес Сергей...; Лера ответила, что...; пара публично объявила... признался Сергей Лазарев...; Сергей не понимает откуда возникли подобные слухи, подчеркнул...; заключил певец*). Свадебное медиаповествование в рамках одного медиаисточника строится на основе взаимодействия всех имеющихся точек зрения при доминировании одной из них (*Woman.ru*).

В результате анализа фактического материала установлено, что любой свадебный медианарратив ориентирован на адресата, воздействие на которого возможно только в случае наличия в медиатексте оптимальных средств воздействия:

1) Обращения к адресату, формы второго лица, вопросительные и побудительные конструкции в свадебном медианарративе, что связано со стремлением автора акцентировать внимание на цели повествования, своих интенциях, той или иной мысли.

Например,

3 темы, которые нужно обсудить до брака

2 апреля'10 10:00

Знаете ли вы причину, по которой распадается значительная часть браков? Она проста – партнеры не обсудили важные вопросы перед тем, как сыграть свадьбу. Если вы не хотите повторять их ошибок – предлагаем вам изучить темы, которые обязательно нужно поднять.

Тема 1. Причины для женитьбы.

Ответ "потому что люблю" в данном случае не принимается, потому что **вам важно докопаться до других, глубинных, мотивов вступления в брак. И они станут ключом к пониманию основных потребностей друг друга. Пусть каждый из вас составит список из нескольких пунктов – почему он хочет жениться (выйти замуж). Ответы могут звучать так: "потому что хочу иметь детей", "потому что этого требует моя религия", "потому что только брак обеспечит отношениям безопасность" и т.д.**

После того как списки будут составлены – нужно их сверить. **Обратите внимание на те пункты, которые у вас совпадают с партнером и, наоборот, отличаются. Если в процессе вы почувствуете себя некомфортно, расстройтесь – это сигнал к тому, чтобы серьезно поговорить и попытаться найти компромисс между вашими потребностями.**

Тема 2. Модель семьи.

Каждый из вас должен проанализировать – отношения каких семей влияло на его жизнь. Это могут быть родители, дяди-тети, друзья и т.д. Составьте список этих пар, а затем пройдите по каждому пункту и спросите себя: что я хочу позаимствовать у этой семьи, и чего избежать?

После того как вы и ваш партнер проделаете эту индивидуальную работу, расскажите друг другу о ее результатах, а также обсудите, в чем вы согласны или не согласны друг с другом. Это очень важно – потому что в браке вы будете подсознательно копировать поведение других семей. И если не понимать, откуда у вас возникло то или иное стремление, и к чему оно может привести – можно "наломать дров" и испортить отношения с любимым.

Постарайтесь вместе партнером составить общую модель семьи, которая устроила бы вас обоих. При этом не забудьте о таких важных ее составляющих:

- **Досуг: проводить все свободное время вместе или по отдельности?**
- **Общение с родителями и друзьями: насколько тесным и частым оно будет?**
- **Ссоры: насколько часто они допустимы?**

Тема 3. Ваши ожидания.

Пусть каждый из вас составит приблизительное видение того, как будут протекать ваши "трудовые будни", то есть повседневная совместная жизнь. Вы оба будете работать или кто-то из вас посвятит себя домашнему хозяйству и воспитанию детей? Кто будет заниматься распределением бюджета и каким будет этот бюджет – общим или раздельным? Как вы поделите домашнюю работу? Эти и другие подобные вопросы также необходимо обсудить еще до того, как вы вступите в брак. И если на этапе обсуждения возникнут разногласия – сразу же стоит попробовать их разрешить.

Не стоит упускать из виду ни одну из этих трех тем – каждая по-своему важна для сохранения вашего будущего брака. Постарайтесь достичь взаимопонимания по всем пунктам – и тогда вы сможете быть уверенными в том, что сделали все возможное, чтобы создать семью своей мечты. (w2w.com.ua)

В приведенном примере весь медиатекст содержит множество обращений к адресату, форм второго лица, вопросительных и побудительных конструкций (см. выделенные жирным шрифтом фрагменты текста), благодаря чему автор-

медиаанарратор ведет диалог с адресатом, убеждая его в необходимости предпринять определенные шаги во избежание несчастливого брака. Обращения к адресату медиаанарратива на «вы» маркируют учет фактора адресата, связанные с переходом от одной темы к другой, расположены во всех частях текста (в коротком предисловии, в каждой теме (1,2,3)). Используемые для установления контакта с адресатом побудительные и вопросительные конструкции, обращения, императивные конструкции выражают цель медиаанарратива (**3 темы, которые нужно обсудить до брака. ...предлагаем вам изучить темы, которые обязательно нужно поднять...**), интенции медиаадресанта свадебного медиаанарратива (**вам важно докопаться до других, глубинных, мотивов вступления в брак. Пусть каждый из вас составит список из нескольких пунктов – почему он хочет жениться (выйти замуж). Обратите внимание на те пункты, которые у вас совпадают с партнером и, наоборот, отличаются. Если в процессе вы почувствуете себя некомфортно, расстроитесь – это сигнал к тому, чтобы серьезно поговорить и попытаться найти компромисс между вашими потребностями.; Каждый из вас должен проанализировать – отношения каких семей влияло на его жизнь.... Составьте список этих пар, а затем пройдитесь по каждому пункту и спросите себя: что я хочу позаимствовать у этой семьи, и чего избежать?... После того как вы и ваш партнер проделаете эту индивидуальную работу, расскажите друг другу о ее результатах, а также обсудите, в чем вы согласны или не согласны друг с другом. ... Постарайтесь вместе партнером составить общую модель семьи, которая устроила бы вас обоих. При этом не забудьте о таких важных ее составляющих... – Досуг: проводить все свободное время вместе или по отдельности? – Общение с родителями и друзьями: насколько тесным и частым оно будет? – Ссоры: насколько часто они допустимы?... Пусть каждый из вас составит приблизительное видение того, как будут протекать ваши "трудо-вые будни"... Постарайтесь достичь взаимопонимания по всем пунктам – и тогда вы сможете быть уверенными в том, что сделали все возможное, чтобы создать семью своей мечты. ...Вы оба будете работать или кто-то из**

вас посвятит себя домашнему хозяйству и воспитанию детей? Кто будет заниматься распределением бюджета и каким будет этот бюджет – общим или раздельным? Как вы поделите домашнюю работу?).

2) Авторские пояснения, уточнения темы или некоторых слов, понятий, идей в свадебном медианарративе, что позволяет установить общий код с адресатом, обеспечить понимание интенций медианарратора и творческое восприятие информации.

Например,

С момента скандала со стрельбой на дагестанской свадьбе в центре Москвы прошло чуть меньше полутора месяцев, и столица получила практически «клон» той истории. Снова торжество с этническим уклоном, снова стрельба, снова неподчинение требованиям сотрудников правоохранительных органов. Разница лишь в том, что в первом случае свадьба была дагестанская, а на сей раз – азербайджанская. (<http://www.aif.ru/society/37912>)

В рассматриваемом свадебном медианарративе «Куда завезут нас «свадебные кортежи»?» автор-медианарратор Андрей Сидорчик вводит адресата с помощью своих пояснений в суть дела при помощи темпоральных маркеров (с момента скандала со стрельбой, чуть меньше полутора месяцев, снова – 3 раза, в первом случае, на сей раз), сообщая в трех предложениях сценарий ритуальных действий на дагестанской свадьбе, сопоставляя ее с азербайджанской. Толкованию медиаадресанта подвергается выражение «клон» той истории» (Снова торжество с этническим уклоном, снова стрельба, снова неподчинение требованиям сотрудников правоохранительных органов. Разница лишь в том, что в первом случае свадьба была дагестанская, а на сей раз – азербайджанская).

3) Средства обобщения описываемого в свадебном медианарративе

Например,

В браке люди обязательно должны уметь мириться с недостатками друг друга. Даже совы и жаворонки как-то сосуществуют, а уж домоседы и непоседы прийти к консенсусу просто обязаны – если дело не замешано на ревности со стороны домоседа, тогда не уживутся никогда. (<http://www.aif.ru/health/psychologic/948590>)

В данном свадебном медианарративе «Союз домоседа и «гулены»: как найти компромисс» автор подробно рассматривает возможные пути решения проблемы, а в конце обобщает, делая вывод из всего вышесказанного, проводя параллели с птицами.

Описав повествовательную структуру свадебного медианарратива, далее выявим его видовую структуру.

3.3. Видовая структура свадебного медианарратива

По критерию «характер референта» (Шейгал, 2007) нами проанализирован фактический материал, который позволил выявить **основные виды свадебного медианарратива**:

1) Личностный свадебный медианарратив (*свадебный медианарратив адресанта*): свадебное медиаповествование от третьего лица, когда автор выступает в качестве непосредственного свидетеля событий и когда автор таким не является, выполняет презентационную, имиджевую функции (*адресант-журналист, рассказывающий увлекательные свадебные истории*).

а) Автор-медиаадресант как наблюдатель. Автор-медиаадресант свадебного медианарратива позиционирует себя в роли объективного наблюдателя и всезнающего рассказчика, поэтому для данного типа повествования характерны объективность, достаточная полнота передачи внутреннего мира героев и описания деталей.

Например,

Что бы ни говорили взрослые по поводу своей серьезности, а в душе они все те же девочки и мальчишки, обожающие праздники, чудеса и перевоплощения. А если праздник совершенно особенный, такой как День свадьбы, то хочется, чтобы все было по-особому. Об этом знали и молодожены и, конечно, организаторы Студии праздника «Мистер Холлидей», которые подготовили для молодых красивый, интересный, эстетичный праздник, изюминкой которого стала тема проведения награждений в духе церемонии «Оскар». Место проведения свадебного торжества было выбрано организаторами Студии не случайно: загородный отель, с прекрасной ухоженной территорией, живописным водоемом

и уютным банкетным залом – идеальный вариант для воплощения в жизнь красивого свадебного проекта такого масштаба.

В начале праздника молодожены совершили небольшую прогулку по территории отеля, во время которой свадебным фотографом на фоне нежной летней зелени была проведена профессиональная фотосессия. **Казалось, что сама природа зачарованно смотрела на красоту этой молодой пары.**

Очень красивой и органичной получилась и церемония выездной регистрации, которая была организована на самом берегу озера, в открытой, буквально парящей над водой террасе. Продуманные флористические композиции украшали белоснежную постройку, но, **безусловно**, особым шиком стало музыкальное сопровождение церемонии талантливой арфистки. **Даже** птицы на время отложили свои трели, чтобы насладиться волшебными звуками арфы, разливающимися над зеркальной гладью озера.

А вот оформление зала, доверенное специалистам Студии «Мистер Холлидей», уже поддерживало основную тему праздника. На стенах зала были развешены, выполненные с тонким юмором, коллажи гостей, заранее подготовленные фотохудожниками Студии, в образах героев из популярных фильмов. Цветочные композиции украшали банкетные столы. Специально приглашенная по этому случаю певица, **ни в чем не уступающая голливудским поп-дивам**, завораживала своим голосом и погружала гостей в атмосферу изысканного вечера. **Вы в Голливуде!**

На сцену выходит ведущий церемонии и **поворачивает праздник в русло творческой импровизации**, не забывая, конечно, и о поздравлениях молодым. Например, гости по очереди, не только имели возможность их поздравить, но и поработать операторами на свадьбе. Таким образом, веселая компания «гостей-операторов» снимала весь праздник.

Ну и, конечно, в конце вечера наиболее профессиональный из них получил Оскара за «Лучшую операторскую работу». Кстати, об Оскаре. Их было много, и были они все сплошь шоколадные. И вручали их за победу в таких творческих номинациях, как «Лучший танец к фильму», «Лучший режиссер», «Лучшая любовная сцена», причем победителей выбирали прямо по ходу вечера, устраивая соответствующие конкурсы.

А вот сами молодожены поразили гостей своим танцевальным выступлением, которое они подготовили при участии специалиста по танцам. Их первый свадебный танец состоял из двух частей: первая – медленная, а вторая – **прикольный** твист из знаменитого Тарантиновского «Криминального чтива», к концу которого на танцполе оказались уже все гости. В подарок от Студии праздника «Мистер Холлидей» молодожены получили слайд шоу «Лав стори», снятую профессиональным фотографом накануне свадьбы.

Вечер динамично перетекал из торжественной части награждения в развлекательную, и обратно, и когда на улице как-то незаметно быстро стемнело, всех пригласили выйти на свежий воздух и принять участие в таинственном и красивом мероприятии – молодые отпустили в ночное небо воздушные фонарики и у **прекрасного** праздника получился **прекрасный** красочный финал. (<http://www.mholiday.ru/holiday/nomination>)

В данном свадебном медианарративе «Свадьба в стиле «Номинации» автор-медиаадресант предстает в роли гостя на свадьбе, который подробно и эмоционально описывает пережитое им свадебное событие.

б) Автор-медиаадресант – неучастник. Автор-медиаадресант как бы абстрагируется, демонстрируя свою непричастность к происходящему.

Например,

В минувшее воскресенье в Сиэтле состоялась необычная свадебная церемония – девушка вышла замуж за 107-летнее здание склада на Кэпитол-Хилл, которое готовят к сносу.

По словам Бабилонии, она влюбилась в склад в декабре, когда вместе со своими единомышленниками по движению “Захвати Сиэтл” вышла на акцию против элитного жилья. Она сделала в заброшенном помещении уборку и встала на его защиту – здание планируют разрушить.

На церемонию бракосочетания девушка надела свадебное платье и поцеловала свою “возлюбленную”. На свадьбу были приглашены около 30 человек, они накрыли стол, пели песни и всячески развлекали “новобрачных”. Строители продолжают работы по демонтажу здания, скорее всего, “оккупантка” в скором времени станет вдовой. (<http://svadba.uraru.ru/?p=6958>)

В рассматриваемом свадебном медианарративе «Американка вышла замуж за 100-летний дом» адресату предлагается проследить все этапы свадебного ритуала от влюбленности, собственно свадьбы до овдовения девушки. Автор-медиаадресант абстрагируется, демонстрирует непричастность к описываемым свадебным событиям, хотя нами отмечается достаточная эмоциональность авторского повествования (*поцеловала свою «возлюбленную», всячески развлекали «новобрачных», «оккупантка» в скором времени станет вдовой и т.п.*), что обусловлено самим нестандартным свадебным событием, когда женихом выступает неодушевленный предмет, а целью свадьбы является не собственно счастливая семейная жизнь, а спасение дома от сноса.

Личностный свадебный медианарратив охватывает наибольшую часть исследуемого нами материала. Наилучший способ сделать себе рекламу – найти нового жениха или невесту, выйти замуж, развестись, снова выйти замуж и описать все это в СМИ. Для селебрити важно постоянно поддерживать свою популярность на высоте, для этого нужно всего лишь оставаться на первых полосах газет и в электронных СМИ. Таким образом, свадебный нарратив в медиадискурсе превращается в соперничество медиаисторий. Хотя такие свадебные медиаистории, когда муж намного старше жены, знакомы издавна, но до сих пор все еще не перестают удивлять и увлекать медиаадресата: *Игорь Николаев в 50 лет отметил свадьбу с 28-летней Юлией Проскуряковой, Дмитрий Дибров в 49 лет женился на 19-летней Полине Наградовой*. Медиаистории, когда невесты намного старше женихов, привлекают все большее внимание медиаадресата, например, обретшая счастье после множества неудачных браков

примадонна российской сцены Алла Пугачева, спровоцировавшая своим неравным по возрасту гражданским браком, а позднее и замужеством целую волну подобных браков – Жасмин (ей 33, мужу 24), Лера Кудрявцева (ей 42, муж Игорь Макаров 25 лет), Лолита (ей 47, мужу Дмитрию Иванову 35), Алена Свиридова и Давид Варданян (50 и 39 лет), Жанна Фриске и Дмитрий Шепелев (38 и 30 лет).

Личностный нарратив имеет проспективную (*жанр биографии/автобиографии как этап борьбы за завоевание свадебных высот – удачно выйти замуж*) и ретроспективную (*на финише, подведение итогов, осмысление, что оставлено в истории, ядро концепта «журналист», «звезда» как прецедентной личности – свадьба К.Собчак как неординарной, публичной, известной личности в масштабах страны*) направленность.

Например, в статье Ольги Воронцевой, Елены Лаптевой, Сергея Шахиджаняна (1 Февраля, 20:06) *«Ксения Собчак вышла замуж за Максима Виторгана»* (<http://www.kp.ru/daily/26024/2944550/>), одним из многочисленных приведенных авторами принт-скринов выступает следующий принт-скрин как копия изображения с экрана, вставленная в статью, встречается довольно часто в современном медиадискурсе, особенно в Интернете и на телевидении: *Alexander Bunin разместил в Twitter фото К. Собчак в белом платье и фате, с микрофоном в руках, находящаяся в здании с высокими потолками, похожим на ресторан или банкетный зал:*

Свадьба Собчак и Виторгана: Счастья молодым.

(ФОТО) twitpic.com/cO3ovg

2/2/13, 0:12

В рассматриваемом свадебном медианарративе презентуется свадебный ритуал, содержащий указание на жениха и невесту как участников свадебного ритуала и на свадьбу как ритуальное действие (*Свадьба Собчак и Виторгана*), на фото видно помещение, где проходит свадебный банкет, кроме того, реализуется свадебное действие-пожелание (*Счастья молодым*).

2) Идеологический свадебный медианарратив (*свадебный медианарратив-доктрина*): презентация идеи или идей свадебного ритуала (идеи брачного института: быть ему или не быть):

А) идеи о пользе / вреде замужества

Например,

«Брак или сожительство?» (АиФ. Здоровье № 7, 16.02.2012)
Супружество позитивно сказывается на здоровье людей, но совместная жизнь без штампа ко всему прочему еще и делает их счастливее... (<http://www.aif.ru/health/psychologic/31155>)
На вопрос, почему люди до сих пор регистрируют браки, ведь общество уже не осуждает сожительство, Екатерина расплывается в смущенной улыбке: «Я думаю, каждая девушка мечтает о свадебном платье, а молодой человек – о празднике для любимой». Признает – вообще-то девушкам свадьба нужна больше. Романтик в Екатерине исчезает, и снова просыпается юрист: «Сожительство не приветствуется ни государством, ни православной церковью, и ни одна из сторон в такой форме проживания юридически не защищена». (<http://www.aif.ru/oneday/46599>)

«Вечная любовь. Самые продолжительные брачные союзы в истории» (26.07.2013): Андрей Сидорчик описывает истории супружества, наиболее соответствующие известной всем формуле счастья *«жить долго и счастливо и умереть в один день»* (<http://www.aif.ru/society/people/45521>).

Б) идеи материальной выгоды в браке

Например,

«...Будут ли выплачиваться премиальные за долгую семейную жизнь?» (АиФ, 16.10.2012)
...Лишать москвичей «премиальных» за долгий брак никто не собирается. Ежегодно поздравительное письмо из мэрии и единовременную выплату получают около 15 тыс. супругов.
На золотую свадьбу (50 лет) полагается 6 тыс. руб. На изумрудную (55 лет) – 7 тыс. руб. На бриллиантовую (60 лет) – 8 тыс. руб. На железную (65 лет) – 9 тыс. руб. Есть в городе и такие пары, которые живут в браке уже более 70 лет. В народе такой юбилей называется «благодатная свадьба», а приуроченная к нему выплата составляет 10 тыс. руб. (<http://www.aif.ru/money/dontknow/10976>)

Адресант сообщает адресату о том, что за долгий и прочный брак можно даже получить деньги.

В) идея продления радостей брака в форме советов

Например,

По мнению Сергея Зайцева, могут помочь:

...комплексные лекарственные средства, например, так называемые «капсулы страсти» типа растительного немецкого препарата Райлис... (<http://www.aif.ru/health/psychologic/35376>)

Высказанные идеи о продлении радостей брака предлагаются адресантом Сергеем Зайцевым в жанре «совет».

Г) идеи организации и проведения самого свадебного торжества (высокая частотность примеров). В их основе – современная идея исключительности (*дата свадебного торжества, свадебный торт, свадебное платье, похуждение, свадебный букет* и др.). Если раньше молодожены и их родители следовали нормам, устоявшимся веками, то сегодня они обязательно привносят в свадебное событие нечно особенное.

Молодожены в погоне за исключительностью, эксклюзивностью, экстраординарностью своего торжества стараются подобрать для свадьбы красивую дату. В последнее время в моду вошло жениться в дату с повторяющимися цифрами. В медианарративе сообщается, что в дни «трех семерок» (07.07.07), «трех восьмерок» (08.08.08) и «трех девяток» (09.09.09) число брачующихся зашкаливало за все мыслимые и немыслимые пределы. Люди считают совпадение чисел магическим и надеются, что некие высшие силы благотворно повлияют на их судьбу, будут способствовать их счастью. Дата 12.12.12 стала последней в списке трех повторяющихся чисел. Идею необычности организации и проведения свадебного торжества подхватывают различные СМИ. Например, журналисты беседуют с нумерологами и совместно с ними разрабатывают рецепт счастья – полный список счастливых свадебных дат до 2020 года:

Полный календарь «красивых» дат для свадеб до 2020 года

20 августа 2008 – 20.08.2008 – среда

09 сентября 2009 – 09.09.2009 – среда

20 сентября 2009 – 20.09.2009 – воскресенье

10 октября 2010 – 10.10.2010 – воскресенье

20 октября 2010 – 20.10.2010 – среда

11 ноября 2011 – 11.11.2011 – пятница

20 ноября 2011 – 20.11.2011 – воскресенье

12 декабря 2012 – 12.12.2012 – среда

20 декабря 2012 – 20.12.2012 – четверг

13 февраля 2013 – 13.02.2013 – среда

14 февраля 2014 – 14.02.2014 – пятница, День святого Валентина!

15 февраля 2015 – 15.02.2015 – воскресенье
 16 февраля 2016 – 16.02.2016 – вторник
 17 февраля 2017 – 17.02.2017 – пятница
 18 февраля 2018 – 18.02.2018 – воскресенье
 19 февраля 2019 – 19.02.2019 – вторник
 20 февраля 2020 – 20.02.2020 – четверг (<http://www.aif.ru/society/5374>)

Идея исключительности в организации и проведения свадебного торжества в свадебном медианарративе может быть представлена в таких необычных свадебных атрибутах, как модный свадебный торт.

Например,

Времена, когда все свадебные торты выглядели практически одинаково, давно канули в Лету. Теперь свадебной традицией стало самовыражение молодоженов и исполнение практически любых идей в главном украшении свадебного стола – великолепном торте. В наши дни свадебные торты могут быть абсолютно любой формы и цвета, а разнообразие современных украшений способно поразить любое воображение...

Свадебный торт 2011: самое модное из возможного

Высота

Свадебные торты становятся все выше. Высокие торты, как правило, предназначены для более формального торжества. Но высокий торт – это актуальный тренд, независимо от того, действительно ли Вам необходим многоуровневый большой торт, или же Вы хотите добавить ему высоты исключительно из эстетических соображений.

Сладкий микс

Если Вы действительно хотите порадовать каждого гостя, то оптимальным решением будет – «сладкий стол», предоставляющий гостям возможность выбора. Чтобы не лишать себя церемонии разрезания свадебного торта, можно выбрать небольшой, но очень красивый и вкусный, на Ваш взгляд, экземпляр, и добавить к нему различные угощения на любой вкус. Причем, в таком варианте есть масса выгод: от экономии и богатства выбора, до возможности декорирования бесполезной площади в углу зала.

Крупный цветок

В 2011 году на модных тортах Вы не увидите множества мелких цветочков, покрывающих всю поверхность торта, никаких ярких цветов или излишне перегруженных украшений. Выбирайте классический торт со «скромным украшением» и даже через 20 лет, вы будете считать такой торт красивым.

Никакой глазури

В моде приготовления свадебного торта 2011 года матовый масляный крем. В отличие от глазури, внешне, а иногда и на вкус, напоминающей пластик, хороший масляный крем действительно заслуживает того, чтобы присутствовать в Вашем свадебном торте.

Черное и белое

Черно-белый торт может выглядеть поразительно красиво! Только не переборщите с черным!

Живые цветы

Один из последних пискв кулинарной моды – украшение свадебного торта не кремовыми или шоколадными, а живыми цветами (желательно экзотическими: орхидеями, лилиями, индийским жасмином или гавайскими розами). Но и украшения из привычных нам цветов (роз, магнолий, гибискуса) выглядят очень элегантно и изысканно.

Но, какими бы не были модные тренды, помните, что всегда актуально быть стильным, и если у Вас есть свой определенный стиль, то вовсе не следует отступать от него в погоне за столь изменчивыми модными трендами. (<http://www.aif.ru/food/article/42684>)

Идея исключительности свадебного торта в свадебном торжестве молодоженов реализуется путем использования эмоционально окрашенной лексики, эпитетов, степеней сравнения прилагательных, синонимов, сравнений, метафор, гипербол, аллюзий, эллиптических, сложноподчиненных и сложносочиненных повествовательных, восклицательных конструкций и др. (*великолепном торте, самое модное из возможного; Высота; Свадебные торты становятся все выше; Высокие торты; высокий торт – это актуальный тренд; Сладкий микс; порадовать каждого гостя; оптимальным решением будет – «сладкий стол»; церемонии разрезания свадебного торта; небольшой, но очень красивый и вкусный, на Ваш взгляд, экземпляр; различные угощения на любой вкус; масса выгод; от экономии и богатства выбора, до возможности декорирования бесполезной площади в углу зала; Крупный цветок; модных тортах; классический торт со «скромным украшением»; Никакой глазури; В моде приготовления свадебного торта 2011 года матовый масляный крем; изменчивыми модными трендами; Черное и белое; Черно-белый торт может выглядеть поразительно красиво!; не переборщите с черным!; Живые цветы; Один из последних писксов кулинарной моды – украшение свадебного торта не кремовыми или шоколадными, а живыми цветами (желательно экзотическими: орхидеями, лилиями, индийским жасмином или гавайскими розами)... ; Но и украшения из привычных нам цветов (роз, магнолий, гибискуса) выглядят очень элегантно и изысканно...; модные тренды; всегда актуально быть стильным; свой определенный стиль; В отличие от глазури, внешне, а иногда и на вкус, напоминающей пластик, хороший масляный крем действительно заслуживает того, чтобы присутствовать в Вашем свадебном торте.*)

Д) идеи-размышления о будущей совместной жизни молодоженов и даже о некоторых экономических и политических нормах поведения на самой свадьбе и вне ее (свод законов для жениха и невесты в совместной жизни, безалкогольная свадьба и т.п.).

Например,

Максим Милославский (10 Марта 2012, 11:38)

Мэра Набережных Челнов пригласили на **безалкогольную свадьбу**

Молодожены решили **поддержать инициативу градоначальника в борьбе с пьянством**. Будущая семья Сахиновых – это молодые челнинцы Энгель и Гузель, официально пригласили мэра Василя Шайхразиева на свою свадьбу. «15 июня состоится наша свадьба. Поскольку вы ведете **пропаганду против алкоголя среди молодежи города**, решили вам сообщить о том, **что свадьба наша будет безалкогольная. Мы постараемся донести до молодежи города, что можно делать красивые, веселые свадьбы без алкоголя**», написали в приглашении жених и невеста. Мэр пообещал выбрать время и заглянуть на свадьбу к молодым челнинцам, пишет газета "Челнинские известия" (<http://www.kp.ru/online/news/1101306>).

Свадебной традицией является приглашение на свадьбу известных людей, представителей власти, искусства, культуры, свадебного генерала, чтобы подчеркнуть свой высокий статус перед гостями. В данном свадебном медианарративе рассказывается история о том, как молодожены написали приглашение (ритуальное действие), в котором пригласили на свою свадьбу (ритуальное действие) мэра города (участник свадебного ритуала как приглашенный гость), проявив гражданское самосознание, поддержав публично идею, инициативу мэра о борьбе с алкоголем, организовав безалкогольную свадьбу (ритуальное действие).

Азербайджанская мейхана (азербайджанское народное музыкально-поэтическое творчество в форме своеобразных речитативных импровизаций, ритмической поэзии, похожей на современный рэп) братьев Рустамовых, которая представляет собой своеобразную песенную дуэль в остроумном придумывании текста песни на ходу на свадьбе, буквально взорвала интернет. А выражение «*Давай, до свидания!*» прочно вошло в сетевой лексикон, став интернет-мемом («в средствах массовой информации и бытовой лексике название информации или фразы, спонтанно приобретшей популярность в интернет-среде посредством распространения в Интернете всеми возможными способами (по электронной почте, в мессенджерах, на форумах, в блогах и др.); ... любые, в том числе и визуальные, сегменты Интернета, высказывания, картинки, видео или звукоряды, который имел значение и распространился во Всемирной паутине» (http://ru.wikipedia.org/wiki/Ты_кто_такой%3F_Давай,_до_свидания!)).

Мейхана «*Давай, до свидания*» исполняется в самых различных вариациях и яв-

ляется средством выражения идей, уже и не связанных со свадьбой, например, конфликт между Тимати и Филиппом Киркоровым (<https://www.youtube.com/watch?v=M9RcdLCJkw4>), политические акции российской, грузинской оппозиции (*Хэштег #путинтыкто такой давай до свидания*, цитируемый оппозиционерами).

3) Событийный нарратив (*свадебный медианарратив свадебных событий и ситуаций*): объяснение свадебного курса, свадебных акций, сложившейся свадебной ритуальной ситуации, предложение версии свадебной ситуации или свадебного события как варианта изложения (*свадебный медианарратив как связное и непротиворечивое повествование, циркулируемое в обществе, сообщающее о подготовке к свадьбе, начале бракосочетания, венчания, праздновании свадьбы и завершении свадебным путешествием и рождением ребенка (у некоторых)*).

Например,

Алла Пугачева и Максим Галкин. 10 лет вместе
10 лет совместной жизни – это знаменательное событие. Называется эта годовщина "розовая свадьба". В соответствии с этим, символом юбилея является роза. А она всегда символизировала сильное чувство и страсть. / По традиции, в день розовой свадьбы принято дарить букеты роз, к праздничному столу подавать жареную птицу под розовым соусом, а в бокалы наливать исключительно розовое вино или шампанское. / Сегодня весь дом Аллы Пугачевой и Максима Галкина утопает в цветах. Первые букеты друзья стали присылать еще со вчерашнего дня. С каждым часом букетов становится все больше и больше. Но распределение цветов – это приятные хлопоты. А вечером поздравить Аллу и Максима придут самые близкие и верные друзья, которые не раз поднимут бокалы за самую крепкую пару страны (<http://allapugacheva.pro/news/alla-pugacheva-i-maksim-galkin-10-let-vmeste>)

Событийный свадебный медианарратив отражает структурное кодирование свадебного ритуала: ритуальные действия описываются последовательно с учетом атрибутов и участников свадебного ритуала (*совместная жизнь, знаменательное событие, годовщина «розовая свадьба», дарить букеты роз, к праздничному столу подавать жареную птицу под розовым соусом, а в бокалы наливать исключительно розовое вино или шампанское, утопать в цветах, присылать букеты, распределение цветов, приятные хлопоты, поздравить придут близкие и верные друзья, поднимут бокалы*), соблюдаются локальные

(дом) и темпоральные (*10 лет, годовщина, в день свадьбы, сегодня, еще со вчерашнего дня, с каждым часом, вечером, первые букеты, не раз*) параметры. Необходимо отметить, что в свадебном медианарративе у нас реализуются три этапа до, в день и после знаменательного события, что выражено настоящим, прошедшим и будущим временами глагола (*символизировала, утопает, стали присылать, становится, поздравить, придут, поднимут*) и темпоральными локализаторами (*сегодня, вечером, со вчерашнего дня, с каждым часом и др.*).

Свадьба глазами работницы ЗАГСа, представленная в статье «*Женихи тоже плачут. Один день с сотрудником ЗАГСа*», является ярким примером событийного свадебного нарратива.

Какой восторг вызывали у меня такие дни! Шуришащие платья невест, статные женихи в костюмах, огромные букеты цветов, все словно в сказке – звенело, переливалось. Играла музыка, смеялись люди, целкали вспышки фотоаппаратов. Я видела, как маме нравится эта работа, ее глаза всегда светились, когда она туда шла», – вспоминает свое детство Екатерина, которая уже тогда поняла, что хочет быть, как мама. В ЗАГСе она служит уже два года.

...Фоновая музыка в соседнем зале становится громче. Слышны голоса. Одна из сотрудниц ЗАГСа приглашает молодую пару с гостями в зал регистрации. Екатерина еще раз поправляет прическу и готовится встречать гостей церемонии.

Жених и невеста расписываются в документах. Кажется, жених волнуется больше невесты. На его глазах – слезы. Екатерина объявляет пару мужем и женой, вручает им кольца и свидетельство о заключении брака. Дальше – поздравления молодых, родителей и друзей. (<http://www.aif.ru/oneday/46599>)

В данном событийном свадебном медианарративе корреспондент АиФ.ru Алина Менькова повествует об одном рабочем дне с сотрудником краснодарского ЗАГСа Екатериной, которая рассказывает о своей работе – регистрации браков, объясняет свадебный курс, приводит примеры свадебных акций, описывает сложившуюся свадебную ритуальную ситуацию, предлагает определенную версию свадебной ситуации или свадебного события, рассказывает о своей свадьбе.

Итак, в результате исследования выявлены три основных компонента видовой структуры свадебного медианарратива: **1) личностный** (свадебный медианарратив адресанта), **2) идеологический** (свадебный медианарратив-

доктрина), 3) **событийный** (свадебный медианарратив свадебных событий и ситуаций).

ВЫВОДЫ К ТРЕТЬЕЙ ГЛАВЕ

1. В кодовую структуру свадебного медианарратива входят:

- 1) *персональный* (участники свадьбы: центральные / периферийные),
- 2) *локальный* (место свадьбы),
- 3) *темпоральный* (время свадьбы),
- 4) *предметный* (атрибуты свадьбы),
- 5) *акциональный* (этапы свадебных ритуальных действий: до свадьбы, свадьба, после свадьбы),

б) *интенциональный* (цель свадебного ритуального действия: общая функциональная и частная акциональная) *коды*.

2. К элементам *повествовательной структуры* свадебного медианарратива относятся:

1) *повествовательная точка зрения медиаадресанта-журналиста или героя свадебного медианарратива* (оптическая, сенсорная, оценочная, психологическая),

2) *субъект речи или повествовательный голос в свадебном медианарративе* (автор, герой, любой повествователь),

3) *тип повествования в свадебном медианарративе* (повествование автора-медиаадресанта свадебного медианарратива, повествование героев свадебного медианарратива, совмещение плана автора-медиаадресанта и плана героя свадебного медианарратива, совмещение плана автора-медиаадресанта и плана другого автора-медиаадресанта (других авторов-медиаадресантов) свадебного медианарратива).

3. Компонентами *видовой структуры* свадебного медианарратива выступают:

1) *личностный* (свадебный медианарратив адресанта),

2) *идеологический* (свадебный медианарратив-доктрина),

3) *событийный* (свадебный медианарратив свадебных событий и ситуаций).

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Проведенное исследование доказывает выдвинутую нами гипотезу о том, что свадебный ритуал представлен в современном медиадискурсе свадебным медианарративом, который имеет признаковую, содержательную, лингвопрагматическую и структурную специфику.

Исследование показало, что свадебный ритуал представляется в современном медиадискурсе как свадебный медианарратив, под которым понимается совокупность дискурсных образований разных медиажанров, сконцентрированных вокруг определенного свадебного события, развернутый (сверхтекст/макси-текст – свадебная церемония / церемония бракосочетания, свадебный скандал и др.) и/или свернутый медиатекст (мини-текст – свадебный заголовок, лозунг, слоган, анонс, аннотация), несущий топик или рему свадебного сообщения в информационном плане.

В результате исследования раскрыты конститутивные признаки свадебного нарратива в современном медиадискурсе: *1) общественная значимость сюжета о свадебном ритуале, 2) сюжетная простота, 3) сюжетная двуплановость, 4) взаимодействие первичных и вторичных свадебных медиатекстов, 5) множественность повествователей-медиаадресантов о свадебном ритуале, 6) объяснительность, 7) взаимосвязь содержательного единства с множественностью модальных установок в свадебном медиаповествовании, 8) эмоциональность и экспрессивность.*

Выявлено содержание повествования о свадебном ритуале в современном медиадискурсе, которое моделируется по следующим параметрам: *1) формат свадебного общения, 2) конвенциональность свадебного коммуникативного инструментария; 3) сценарность свадебной ситуации; 4) драматизация в свадебной ритуальной коммуникации.*

Установлено, что основной функцией свадебного нарратива в современном медиадискурсе выступает *презентационная функция*, состоящая в презент-

тации версии свадебного ритуального события через повествование о свадебном ритуальном событии в массмедиа.

Реализации данной функции способствуют такие функции свадебного нарратива в современном медиадискурсе, как *культурно-познавательная, имиджевая, эмоционально-экспрессивная, регулятивная (интерпретационная, идентификационная, воздействующая), развлекательно-гедонистическая, гармонизирующая, интегративная функции.*

Рассмотрены основные типы нарративной медиапрезентации свадебного ритуала: 1) *свадебное медиаотражение* (наиболее точное, максимально приближенное к реальности воспроизведение свадебных событий в массмедиа (новости о свадьбе), характеризующееся объективностью и достоверностью их освещения, отсутствием аналитически-комментирующего и оценочного компонентов, наличием цитатной речи, ссылок на источник), 2) *свадебная медиатрансформация* (повествование о свадебном ритуале в массмедиа, характеризующееся большой свободой интерпретации со стороны СМИ, когда реальное свадебное событие вновь создается, конструируется в медиапространстве, тем самым трансформируется на основе тех или иных идейных установок; большой репрезентативностью в медиадискурсе; наличием аналитически-комментирующих и идеологически-оценочных элементов), 3) *свадебный медиамиф* (целенаправленно созданный, часто отдаленный от реальной действительности, образ свадебного события в медиадискурсе, когда СМИ повествуют о свадебных случаях, не имевших под собой реальной основы событий, с формальным сохранением основных элементов (действующие лица, событие, место и пр.), вычленением картины действительности из собственно событийного контекста и встраиванием в иной контекст посредством подмены фактологического описания мифологической интерпретацией).

Выявлен механизм презентации свадебного ритуала в современном медиадискурсе, который представляет собой нарративную реализацию сценария(-ев) свадебного ритуала в массмедиа, где он становится медиасценарием(-ями) свадебного ритуала – цепочкой свадебных событий, ретранслируемой в СМИ.

Исследование показало, что *механизм презентации свадебного ритуала в современном медиадискурсе* можно представить следующим образом:

1 – Первичное событие – свадьба как перформанс → **2** – Вторичное событие – перформансное медиасообщение о свадьбе как перформансе (свадебный медианарратив А) → **3** – Третичное событие – перформансное медиасообщение (свадебный медианарратив В) о перформансном медиасообщении о свадьбе как перформансе (свадебный медианарратив А) → **N** и т.д.

В результате проведенного исследования установлено, что свадебный медианарратив имеет *кодovou, повествовательную и видовую структуры*, которые получили в работе развернутое описание.

Кодовая структура свадебного медианарратива включает *персональный* (участники свадьбы: центральные / периферийные), *локальный* (место свадьбы), *темпоральный* (время свадьбы), *предметный* (атрибуты свадьбы), *акциональный* (этапы свадебных ритуальных действий: до свадьбы, свадьба, после свадьбы), *интенциональный* (цель свадебного ритуального действия: общая функциональная и частная акциональная) *коды*.

Повествовательная структура свадебного медианарратива определяется по следующим параметрам: 1) *повествовательная точка зрения медиаадресанта-журналиста или героя свадебного медианарратива* (оптическая, сенсорная, оценочная, психологическая), 2) *субъект речи или повествовательный голос в свадебном медианарративе* (автор, герой, любой повествователь), 3) *тип повествования в свадебном медианарративе* (повествование автора-медиаадресанта свадебного медианарратива, повествование героев свадебного медианарратива, совмещение плана автора-медиаадресанта и плана героя свадебного медианарратива, совмещение плана автора-медиаадресанта и плана другого автора-медиаадресанта (других авторов-медиаадресантов) свадебного медианарратива).

Видовая структура свадебного медианарратива представлена следующими компонентами: 1) *личностный* (свадебный медианарратив адресанта), 2)

идеологический (свадебный медианарратив-доктрина) и 3) *событийный* (свадебный медианарратив свадебных событий и ситуаций).

В качестве *перспективы* исследования намечены пути дальнейшего исследования проблем, связанных с презентацией свадебного ритуала в современном медиадискурсе, с его прагматическими, функционально-семантическими, семиотическими, лингвокультурными особенностями, с установлением жанрового своеобразия свадебного медианарратива, с выявлением стратегий и тактик презентации свадебного ритуала в современном медиадискурсе, с презентацией других ритуалов в современном дискурсе массмедиа.

БИБЛИОГРАФИЯ

1. Агапова, А. Н. Заголовок в современной русской прессе: эпистемический и прагматический аспекты: автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.02.01 / Агапова Анастасия Николаевна. – Волгоград: ВГПУ, 2011. – 23 с.
2. Александров, Л. Г. Проблемное пространство современной газетной коммуникации / Л. Г. Александров // Вестн. Челябинск. гос. ун-та. – 2008. – № 12. – С. 10–13.
3. Александрова, О. В. Язык средств массовой информации как часть коллективного пространства общества / О. В. Александрова // Язык СМИ как объект междисциплинарного исследования: тез. докл. междунар. науч. конф. / отв. ред. М. Н. Володина. – М. : Изд-во МГУ, 2003. – С. 89–99.
4. Алексеев, А. Я. Стилистическая информация языкового знака / А. Я. Алексеев // Филологические науки. – 1982. – № 1. – С. 50–55.
5. Алефиренко, Н. Ф. Спорные проблемы семантики: монография / Н. Ф. Алефиренко. – М. : Гнозис, 2005. – 326 с.
6. Алешина, И. В. Паблик рилейшнз для менеджеров / И. В. Алешина. – М. : Экмос, 2003. – 480 с.
7. Алещанова, И. В. Газетный текст как разновидность массово-информационного дискурса / И. В. Алещанова // Языковая личность: институциональный и персональный дискурс : сб. науч. тр. / под ред. В. И. Карасика, Г. Г. Слышкина. – Волгоград : Перемена, 2000. – С. 131–140.
8. Алиева, Э. Х. Прагматика газетного заголовка (на материале современных русских и английских газет) : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.19 / Алиева Эльмира Хусейновна. – М., 1992. – 167 с.
9. Анисимова, Е. Е. Паралингвистика и текст (к проблеме креолизованных и гибридных текстов) / Е. Е. Анисимова // Вопросы языкознания. – 1992. – № 1. – С. 71–78.
10. Античные теории языка и стиля / под общ. ред. О. М. Фрейденберг. – М. ; Л. : Соцэкгиз, 1936. – 344 с.

11. Апресян, Ю. Д. Избранные труды В 2-х т. Т. 1. Лексическая семантика. Синонимические средства языка / Ю. Д. Апресян. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Школа «Яз. рус. культуры» : Изд. фирма «Вост. литература» РАН, 1995. – 472 с.
12. Аренс, В. Ф. Современная реклама / Вильям Ф. Аренс, Михаэль Ф. Вейголд, Кристиан Аренс ; [пер. с англ. (11-е изд.) Владимира Кузина]. – Москва : Эксмо, 2011. – 875, [2] с
13. Арнольд, И. В. Лексикология современного английского языка: уч. пособие / И. В. Арнольд. – 3-е изд., перераб. и доп. – М. : Флинта, 2012. – 295 с. – На англ. яз.
14. Арнольд, И. В. Стилистика. Современный английский язык: учеб. для вузов / науч. ред. П. Е. Бухаркин. – 5-е изд., испр. и доп. – М. : Флинта : Наука, 2002. – 384 с.
15. Артемова, Е. А. Карикатура как жанр политического дискурса: дис. ... канд. филол. наук : 10.02.19 / Артемова Евгения Александровна. – Волгоград, 2002. – 237 с.
16. Арутюнова, Н. Д. Жанры общения / Н. Д. Арутюнова // Человеческий фактор в языке. Коммуникация, модальность, дейксис: сб. науч. трудов / Н. Д. Арутюнова, Т. В. Булыгина, А. А. Кибрик и др. ; отв. ред. Т. В. Булыгина ; Рос. АН, Ин-т языкознания. – М. : Наука, 1992. – С. 52–56.
17. Арутюнова, Н. Д. Фактор адресата / Н. Д. Арутюнова // Известия Академии Наук СССР. Серия литературы и языка. – М. : Наука, 1981. – Т. 40. – № 4. – С. 356–367.
18. Арутюнова, Н. Д. Язык и мир человека / Н. Д. Арутюнова. – 2-е изд., испр. – М. : Яз. рус. культуры, 1999. – 896 с.
19. Архангельская, Л. С. Ритуал как инструмент управления современными организациями: автореф. дис. ... канд. соц. наук : 22.00.08 / Архангельская Лидия Сергеевна. – М. : МГУ им. М.В. Ломоносова, 2012. – 25 с.
20. Астафурова, Т. Н. Стратегии коммуникативного поведения в профессионально-значимых ситуациях межкультурного общения : Лингвистический и

дидактический аспекты : дис. ... д-ра пед. наук : 13.00.02 / Астафурова Татьяна Николаевна. – М., 1997. – 324 с.

21. Бабаева, Е. В. Концептологические характеристики социальных норм в немецкой и русской лингвокультурах: монография / Е. В. Бабаева. – Волгоград : Перемена, 2003. – 171 с.

22. Бабушкин, А. П. Типы концептов в лексико-фразеологической семантике языка / А. П. Бабушкин. – Воронеж : Воронеж, гос. ун-т, 1996. – 103 с.

23. Байбурин, А. К. Ритуал в традиционной культуре: Структурно-семантический анализ восточнославянских обрядов: монография / отв. ред. Б.Н. Путилов; РАН. МАЭ им. Петра Великого (Кунсткамера). – СПб. : Наука, 1993. – 239 с.

24. Баранов, А. Г. Текст в функционально-прагматической парадигме: учеб. пособие / А. Г. Баранов ; Кубан. гос. ун-т. – Краснодар : КубГУ, 1988. – 90 с.

25. Баранов, А. Н. Языковые механизмы вариативной интерпретации действительности как средство воздействия на сознание / А.Н. Баранов, П.Б. Паршин // Роль языка в средствах массовой информации : сб. обзоров. – М.: Наука , 1986. – С. 100–142.

26. Барт, Р. Избранные работы: Семиотика. Поэтика / Р. Барт. – М. : Изд. группа Прогресс, Универс : Рея, 1994. – 616 с.

27. Барышникова, Д. Трансмедиальная поэтика и дух структурализма / Д. Барышникова, А. Якобидзе-Гитман // Новое литературное обозрение. – 2010. – № 106. – С. 308–320.

28. Бахтин, М. М. Проблема речевых жанров / М. М. Бахтин // Бахтин, М. М. Собр. Соч. – М.: Русские словари, 1997. – Т.5. Работы 1940 – 1960 гг. – С. 159–206.

29. Бахтин, М. М. Проблемы творчества Достоевского / М. М. Бахтин // Бахтин М.М. Собр. Соч. – М.: Русские словари, 2002. – Т.6. Работы 1960-1970 гг. – С. 7–370.

30. Бахтин, М. М. Эстетика словесного творчества / сост. С. Г. Бочаров. – М. : Искусство, 1986. – 445 с.
31. Белозерова, Е. В. Реклама как жанровый метаконцепт : на материале современной русской лингвокультуры : дис. ... канд. филол. наук. : 10.02.19 / Белозерова Елена Витальевна. – Волгоград, 2007. – 218 с.
32. Белянин, В. П. Психолингвистика : учеб. / В. П. Белянин ; Рос. акад. образования, Моск. психол.-соц. ин-т. – 2-е изд. – М : Флинта : МПСИ, 2004. – 227 с.
33. Бернс, Р. Что такое Я-концепция [Электронный ресурс] / Р. Бернс // Бернс Р. Развитие Я-концепции и воспитание : пер. с англ. / общ. ред. Пилиповского. – М. : Прогресс, 1986. – С. 30–66. – Режим доступа: <http://psyberlink.flogiston.ru/internet/bits/burns0.htm>.
34. Блажнов, Е. А. Имидж: секрет воздействия / Е. А. Блажнов // Журналист. – 1994. – №1. – С. 52–54.
35. Блакар, Р. М. Язык как инструмент социальной власти / Р. М. Блакар // Язык и моделирование социального взаимодействия : сб. ст. [Перевод] / сост. В. М. Сергеева, П. Б. Паршина ; общ. ред. В. В. Петрова. – М.: Прогресс, 1987. – С. 88–125.
36. Блох, М. Я. Теоретические основы грамматики / М. Я. Блох. – 2-е изд., испр. – М. : Высш. шк., 2000. – 160 с.
37. Блумфильд, Л. Язык / Л. Блумфильд ; пер. с англ. Е. Г. Кубряковой. – М.: Прогресс, 1968. – 607 с.
38. Богуславская, В. В. Моделирование текста: лингвосоциокультурная концепция. Анализ журналистских текстов / В. В. Богуславская. – М. : Изд-во ЛКИ, 2008. – 280 с.
39. Болдырев, Н. Н. Фреймовая семантика как метод когнитивного анализа языковых единиц / Н. Н. Болдырев // Проблемы современной филологии. Вып. 1. – Мичуринск : МГПИ, 2000. – С. 36–45.
40. Бондалетов, В. Д. Социальная лингвистика / В. Д. Бондалетов. – М. : Просвещение, 1987. – 160 с.

41. Бондырева, С. К. Традиции: стабильность и преемственность в жизни общества: учеб. пособие / С.К. Бондырева, Д.В. Колесов. – М. : Изд-во Моск. психол.-соц. ин-та; Воронеж : Изд-во НПО «МОДЭК», 2004. – 280 с.

42. Бохоров, К. Перформанс и видео в современном русском искусстве [Электронный ресурс] / К. Бохоров // Центр культуры и искусства «МедиаАртЛаб», 2002. – Режим доступа: <http://www.mediaartlab.ru/db/tekst.html?id=66>.

43. Булыгина, Т. В. Языковая концептуализация мира (на материале русской грамматики) / Т.В. Булыгина, А.Д. Шмелев– М. : Школа «Языки славянской культуры», 1997. – 576 с.

44. Быкадоров, А. И. Ритуал в современной культуре: автореф. дис. ... канд. филос. наук : 09.00.13 / Быкадоров Александр Иванович. – Ростов-на-Дону, 2006. – 26 с.

45. Васильев, А. Д. Слово в телеэфире: Очерки новейшего словоупотребления в российской телевидении / А. Д. Васильев. – М. : Флинта : Наука, 2005. – 224 с.

46. Вежбицка, А. Речевые жанры / пер. В. В. Дементьева // Жанры речи : сб. науч. статей / отв. ред. В. Е. Гольдин. – Саратов: Изд-во ГосУНЦ «Колледж», 1997. – Вып. 1. – С. 99–111.

47. Вежбицкая, А. Культурно-обусловленные сценарии: новый подход к изучению межкультурной коммуникации / пер. О. Н. Дубровской // Жанры речи: сб. науч. статей / отв. ред. В. Е. Гольдин. – Саратов: Изд-во ГосУНЦ «Колледж», 1999. – Вып. 2. – С. 112–132.

48. Вежбицкая, А. Сопоставление культур через посредство лексики и прагматики / Анна Вежбицкая ; пер. с англ. А. Д. Шмелева. – М. : Языки славянской культуры, 2001. – 272 с.

49. Виноградов, В. В. Избранные труды. Лексикология и лексикография / В. В. Виноградов. – М. : Наука, 1977. – 312 с.

50. Виноградов, В. В. К истории лексики русского литературного языка / В. В. Виноградов // Русская речь. – 1927. – №1. – С. 90–118.

51. Виноградов, В. В. О теории художественной речи : учеб. пособие / В. В. Виноградов. – М. : Высшая школа, 1971. – 240 с.

52. Виноградов, В. В. О языке художественной прозы : избр. труды / В. В. Виноградов. – М. : Наука, 1980. – 360 с.

53. Виноградов, В. В. Русский язык : (Грамматическое учение о слове). / В. В. Виноградов. – 3-е изд., испр. – М. : Высш. шк., 1986. – 640 с.

54. Водак, Р. Язык. Дискурс. Политика / Рут Водак : пер. с англ. и нем. В. И. Карасика, Н. Н. Трошиной; Волгогр. гос. пед. ун-т, Науч.-исслед. лаб. "Яз. и личность". – Волгоград : Перемена, 1997. – 139 с.

55. Волков, А. А. Основы риторики : учеб. пособие / А. А. Волков. – М. : Академический проект, 2003. – 304 с.

56. Волков, А. А. Филология и риторика массовой информации / А. А. Волков // Язык СМИ как объект междисциплинарного исследования: тез. докл. междунар. науч. конф. / отв. ред. М. Н. Володина. – М. : Изд-во МГУ, 2003. – С. 50–65.

57. Володина, М. Н. Язык СМИ – основное средство воздействия на массовое сознание / М. Н. Володина // Язык СМИ как объект междисциплинарного исследования: тез. докл. междунар. науч. конф. / отв. ред. М. Н. Володина. – М. : Изд-во МГУ, 2003. – С. 9–31.

58. Воркачев, С. Г. Оценка, модальность, безразличие: субъективность в языке / С. Г. Воркачев, Е. А. Жук, С. А. Голубцов // Язык и антропологические сущности / Кубанский государственный университет ; отв. ред. Г. П. Немец. – Краснодар : Изд-во КубГУ, 1997. – С. 216–259.

59. Воробьева, О. П. Художественная семантика: когнитивный сценарий / О. П. Воробьева // С любовью к языку : сб. науч. тр. / отв. ред. В. А. Виноградов. – М. ; Воронеж : ИЯ РАН : Воронежский гос. ун-т, 2002. – С. 379–384.

60. Вульф, К. Антропология: История, культура, философия / К. Вульф ; пер. с нем. Г. Хайдаровой. – СПб. : Изд-во С.-Петербур. ун-та, 2008. – 280 с.

61. Вульф, К. Производство социального: ритуал, эмоции, воспоминания / Кристоф Вульф // Журнал социологии и социальной антропологии. – 2010. – № 3. – С. 23–50.

62. Выготский, Л. С. Мышление и речь / Л. С. Выготский // Выготский Л. С. Собр. соч.: В 6-ти т. Т. 2. Проблемы общей психологии / под ред. В. В. Давыдова. – М. : Педагогика, 1982. – С. 5–361.

63. Выготский, Л. С. Сознание как проблема психологии поведения / Л. С. Выготский // Выготский Л.С. Собр. соч.: В 6-ти т. Т. 1. Вопросы теории и истории психологии / под ред. А.Р. Лурия, М.Г. Ярошевского. – М. : Педагогика, 1982. – С. 78–98.

64. Гак, В. Г. Языковые преобразования / В. Г. Гак. – М. : Шк. «Яз. рус. культуры», 1998. – 763 с.

65. Галкина-Федорук, Е. М. Об экспрессивности и эмоциональности в языке / Е. М. Галкина-Федорук // Сб. статей по языкознанию / МГУ им. М.В. Ломоносова. – М. : МГУ, 1958. – С. 103–124.

66. Гальперин, И. Р. Стилистика английского языка = English Stylistics : учебник / И. Р. Гальперин. – 3-е изд. – М. : URSS, 2010. – 331 с.

67. Гальперин, И. Р. Текст как объект лингвистического исследования / И. Р. Гальперин ; отв. ред. Г. В. Степанов. – 7-е изд. – М. : URSS, 2009. – 137 с.

68. Гейвин, Х. Когнитивная психология / Х. Гейвин ; пер. с англ. С. Комаров. – СПб : Питер, 2003. – 272 с.

69. Гниренко, Ю. Перформанс как явление современного отечественного искусства [Электронный ресурс] : дипл. раб. / Юлия Гниренко – Екатеринбург : УрГУ, 2000. – 116 с. / Ю. Гниренко // GiF.Ru Инфомагентство Культура / под ред. Валерия Леденева. – 2000-2009. Режим доступа: http://www.gif.ru/texts/txt-gnireenko-diplom/city_266/fah_348/.

70. Голуб, И. Б. Стилистика русского языка : учеб. пособие / И. Б. Голуб. – изд. 6-е. – М. : Айрис-пресс, 2005. – 441 с.

71. Гольдин, В. Е. Жанровая организация речи в аспекте социальных взаимодействий / В. Е. Гольдин, О. Н. Дубровская // Жанры речи: сб. науч. ста-

тей / отв. ред. В. Е. Гольдин. – Саратов: Изд-во ГосУНЦ «Колледж», 2002. Вып. 3. – С. 5–17.

72. Гордеев, Ю. А. Жанровая специфика колонки в печатных СМИ / Ю. А. Гордеев // Жанровые метаморфозы в российской журналистике: тез. IV Всероссий. науч.– практ. конф., г. Самара 18-19 марта 2010 г. – Самара : Порто-принт, 2010. – С. 22–23.

73. Горелов, И. Н. Невербальные компоненты коммуникации / И. Н. Горелов. – М. : Наука, 1980. – 238 с.

74. Горелов, И. Н. Основы психолингвистики / И. Н. Горелов, К. Ф. Семенов. – М. : Лабиринт, 2008. – 320 с.

75. Губаева, Т. В. Прагматика речевого общения в речевой сфере / Т. В. Губаева // Разновидности текста в функционально-стилевом общении : межвуз. сб. науч. тр. / Перм. гос. ун-т. – Пермь: ПГУ, 1994. – С. 261–268.

76. Гура, А. В. Брак и свадьба в славянской народной культуре: семантика и символика : монография / А. В. Гура. – М. : Индрик, 2012. – 935 с.

77. Гуревич, С. М. Газета: вчера, сегодня, завтра / С. М. Гуревич. – М. : Аспект-Пресс, 2004. – 288 с.

78. Данеш, Ф. Проблематика уровней с точки зрения структуры высказывания и системы языковых средств / Ф. Данеш // Единицы разных уровней грамматического строя и их взаимодействие / ред. В. Н. Ярцева, Н. Ю. Шведова. – М. : Наука, 1969. – С. 13–29.

79. Дашицыренова, Т. Г. Роль рекламы в современном обществе: изменение ее функционального поля деятельности / Т. Г. Дашицыренова // Вестник БГУ. Серия: Философия, политология, культурология. – Улан-Удэ: Изд-во БГУ, 2007. – Вып. 11. – С. 222–224.

80. Дейк, Т. А. ван. Язык. Познание. Коммуникация : сб. работ / сост. В. В. Петров ; пер. с англ. под ред. В. И. Герасимова ; вступ. ст. Ю. Н. Караулова, В. В. Петрова. – М. : Прогресс, 1989. – 310 с.

81. Дементьев, В. В. Вторичные речевые жанры: онтология непрямо́й коммуникации / В. В. Дементьев // *Жанры речи : сб. науч. статей / отв. ред. В. Е. Гольдин.* – Саратов: Изд-во ГосУНЦ «Колледж», 1999. – Вып. 2. – С. 31–46.

82. Дементьев, В. В. Изучение речевых жанров: обзор работ в современной русистике / В. В. Дементьев // *Вопросы языкознания.* – 1997. – № 1. – С. 109–121.

83. Дементьев, В. В. Коммуникативная генристика: речевые жанры как средство формализации социального взаимодействия / В. В. Дементьев // *Жанры речи : сб. науч. статей / отв. ред. В. Е. Гольдин.* – Саратов: Изд-во ГосУНЦ «Колледж», 2002. – Вып. 3. – С. 18–40.

84. Дементьев, В. В. Непрямая коммуникация и ее жанры / В. В. Дементьев. – Саратов: Изд-во СГУ, 2000. – 248 с.

85. Дементьев, В. В. Непрямая коммуникация и этикетные смыслы / В. В. Дементьев // *Проблемы речевой коммуникации : межвуз. сб. науч. тр. ; под ред. М. А. Кормилициной, О. Б. Сиротининой.* – Саратов: Изд-во СГУ, 2005. – Вып. 5. – С. 196–203.

86. Демьянков, В. З. Логические аспекты семантического исследования предложения / В. З. Демьянков // *Проблемы лингвистической семантики : реферативный сб.* – М. : ИНИОН АН СССР, 1981. – С. 115–132.

87. Доброниченко, Е. В. Основные типы медиапрезентации свадебного перформанса / Е. В. Доброниченко // *Материалы научно-практической конференции студентов и аспирантов «Интегрированные коммуникации 2012» (Москва, 17 апреля 2012 г.) / науч. ред. С. А. Зверев.* – М. : АПК и ППРО, 2012. – С. 68–83.

88. Доброниченко, Е. В., Военная метафоризация свадебного медиаперформанса / Е. В. Доброниченко, М. Р. Желтухина, Т. Д. Магомадова, Г. Г. Слышкин // *Инновации XXI века. Всероссийский научный и общественно-просветительский журнал.* – 2012. – №1. – С. 178–180.

89. Добросклонская, Т. Г. Вопросы изучения медиатекстов / Т. Г. Добросклонская. – М. : Едиториал УРСС, 2000. – 288 с.

90. Добросклонская, Т. Г. Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ: современная английская медиаречь / Т. Г. Добросклонская. – М.: Флинта: Наука, 2008. – 264 с.

91. Добросклонская, Т. Г. Язык средств массовой информации : учеб. пособие / Т. Г. Добросклонская ; МГУ им. М. В. Ломоносова, Фак. ин. яз. и регионоведения. – М. : Ун-т, 2008. – 115 с.

92. Доценко, Е. Л. Психология манипуляции: Феномен, механизмы, защита / Е. Л. Доценко. – М. : ЧеРо, 1997. – 344 с.

93. Емельянов, В. В. Ритуал в Древней Месопотамии / В. В. Емельянов. – СПб. : Азбука-классика : Петербургское востоковедение, 2003. – 317 с.

94. Желтухина, М. Р. Вербальное медиавоздействие на политическое сознание в кризисной ситуации / М. Р. Желтухина // Вестник ЦМО МГУ. – 2011а. – № 3. – С. 7–12.

95. Желтухина, М. Р. Комическое в политическом дискурсе конца XX века. Русские и немецкие политики: монография / М. Р. Желтухина. – М. : Ин-т языкозн. ; Волгоград : Изд-во ВФ МУПК, 2000. – 264 с.

96. Желтухина, М. Р. Коммуникативные технологии в XXI веке / М. Р. Желтухина, А. В. Омельченко. – Волгоград : НОУ ДПО «ШАМ АО», 2008. – 100 с.

97. Желтухина, М. Р. Медиадискурс: структурная специфика / М. Р. Желтухина // Медиатекст: стратегии – функции – стиль: коллективная монография / Л.И. Гришаева, А.Г.Пастухов, Т.В. Чернышова (отв. ред.). – Орел : Орловский гос. ин-т искусств и культуры, полиграф. фирма «Горизонт». – 2010а. – С. 19–32.

98. Желтухина, М. Р. Медиатексты в современной массовой коммуникации / М. Р. Желтухина // Вестник ЦМО МГУ.– 2013. – №3. – 7–11.

99. Желтухина, М. Р. Реализация медиасценария в современном медиаперформансе / М. Р. Желтухина, Е. В. Доброниченко // Наука телевидения. Научный альманах. – 2012. – Вып. 9. – С. 186–196.

100. Желтухина, М. Р. Роль информации в медиадискурсе / М. Р. Желтухина // Вестник ЦМО МГУ. – 2010б. – № 3. – С. 12–18.

101. Желтухина, М. Р. Специфика речевого воздействия тропов в языке СМИ: дис. ... д-ра филол. наук : 10.02.19 / Желтухина Марина Ростиславовна. – М., 2004. – 722 с.

102. Желтухина, М. Р. Типы военной метафоры в современных английских печатных СМИ / М. Р. Желтухина, Т. Д. Магомадова // Коммуникативные аспекты современной лингвистики и лингводидактики: мат-лы Междунар. науч. конф., г. Волгоград, 8 февр. 2011 г. / сост. А.В. Простов и др. ; ВолГУ ; ВГПУ. – Волгоград : Изд-во ВолГУ, 2011б. – С. 247–252.

103. Желтухина, М. Р. Тропология суггестивности массмедиаального дискурса: о проблеме речевого воздействия тропов в языке СМИ: монография / М. Р. Желтухина. – М. : Ин-т языкозн. РАН ; Волгоград : Изд-во ВФ МУПК, 2003. – 656 с.

104. Жельвис, В. И. Эмотивный аспект речи: Психолингвистическая интерпретация речевого воздействия / В. И. Жельвис. – Ярославль : Изд-во ЯрГУ, 1990. – 81 с.

105. Женетт, Ж. Повествовательный дискурс / Ж. Женетт // Женетт Ж. Фигуры: Работы по поэтике: в 2-х т. / Ж. Женетт ; пер. Н. Перцова – М. : Изд-во им. Сабашниковых, 1998. – Т. 2. – С. 60–282.

106. Зализняк, А. А. Ключевые идеи русской языковой картины мира: сб. ст. / А. А. Зализняк, И. Б. Левонтина, А.Д. Шмелев. – М. : Языки славянской культуры, 2005. – 544 с.

107. Зеленева, Е. В. Специфика описания сценария ритуализованной деятельности человека / Е. В. Зеленева // Международный конгресс по когнитивной лингвистике : сб. мат-лов 26-28 сентября 2006 г. / отв. ред. Н. Н. Болдырев. – Тамбов: Изд-во ТГУ, 2006. – С. 348–351.

108. Зеленецкий, К. П. Топики / К. П. Зеленецкий // Русская словесность. От теории словесности к структуре текста. Антология / под ред. В.П. Нерознака. – М. : Academia, 1997. – С. 368–380.

109. Земляной, С. Кириенко как фигура речи [Электронный ресурс] / С. Земляной. – 1998. – Режим доступа: <http://old.russ.ru/journal/kreml/98-04-29/zemlan.htm>.
110. Иванов, В. Д. Русь изначальная / В. Д. Иванов. – М. : АСТ : Астрель : Полиграфиздат, 2010. – 800 с.
111. Иванова, С. В. Лингвокультурология и лингвокогнитология: сопряжение парадигм : учеб. пособие / С. В. Иванова ; Башкир. гос. ун-т. – Уфа : РИО БашГУ, 2004. – 152 с.
112. Иванова, Т. П. Стилистическая интерпретация текста / Т. П. Иванова, О. П. Брандес. – М. : Высш. школа, 1991. – 144 с.
113. Извекова, М. Г. Прагмалингвистические характеристики ритуального дискурса: автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.02.19 / Извекова Марина Геннадьевна. – Волгоград, 2006. – 21 с.
114. Извекова, М. Г. Прагмалингвистические характеристики ритуального дискурса: дис. ... канд. филол. наук : 10.02.19 / Извекова Марина Геннадьевна. – Волгоград, 2006. – 204 с.
115. Ильин, И. П. Постмодернизм от истоков до конца столетия: эволюция научного мифа / И. П. Ильин. – М. : Интрада, 1998. – 203 с.
116. Ильинова, Е. Ю. Концептуализация вымысла в языковом сознании и тексте: дис. ... д-ра филол. наук : 10.02.19 / Ильинова Елена Юрьевна. – Волгоград: Волгоградский гос. пед. ун-т, 2009. – 449 с.
117. Иссерс, О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи / О. С. Иссерс. – 4-е изд., стер. – М. : Едиториал УРСС, 2005. – 284 с.
118. Капацинская, Е. В. Изобразительность и выразительность художественной речи / Е. В. Капацинская // Лексика. Терминология. Стили : межвуз. сб. / – Горький : Горьковский гос. ун-т им. Н.И. Лобачевского, 1977. – Вып. 6. – С. 41–45.
119. Капацинская, Е. В. Определение выразительности и способы ее усиления / Е. В. Капацинская // Проблемы экспрессивной стилистики : межвуз. сб. науч. тр. – Ростов н/Д : Изд-во Ростовск. ун-та, 1987. – С. 24–30.

120. Карасик, В. И. Язык социального статуса / В. И. Карасик ; Рос. АН, Ин-т языкознания, Волгогр. гос. пед. ин-т им. А. С. Серафимовича. – М. : Гнозис, 2002а. – 333 с.
121. Карасик, В. И. Языковая кристаллизация смысла / В. И. Карасик ; Науч.-исслед. лаб. "Аксиологическая лингвистика". – Волгоград : Парадигма, 2010. – 422 с.
122. Карасик, В. И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс / В. И. Карасик. – Волгоград : Перемена, 2002б. – 477 с.
123. Карасик, В. И. Языковые ключи / В. И. Карасик. – Волгоград : Гнозис, 2009. – 406 с.
124. Караулов, Ю. Н. Русский язык и языковая личность / Ю. Н. Караулов. – 2-е изд., стер. – М. : УРСС, 2002. – 261 с.
125. Квинтилиан М.Ф. Двенадцать книг риторических наставлений: в 2-х ч. / Марк Фабий Квинтиллиан ; пер. А. Никольского. – СПб., 1834. – 678 с.
126. Кибрик, А. А. Когнитивные исследования по дискурсу / А. А. Кибрик // Вопросы языкознания. – 1994. – № 5. – С. 126–139.
127. Кириленко, Ю. Н. Проблема интерпретации ритуала в структурализме, постструктурализме и философии повседневного языка: автореф. дис. ... канд. филос. наук : 09. 00. 03 / Кириленко Юлия Николаевна. – Томск, 2011. – 19 с.
128. Кирьяшина, М. А. Что разуметь под имиджем? / М. А. Кирьяшина // Проблемы массовой коммуникации на рубеже тысячелетий: мат-лы Всерос. науч.-практ. конф. «Коммуникации в современном мире», Воронеж, 12-14 мая 2003 г. / под ред. проф. В.В. Тулупова. – Воронеж, Ф-т журналистики ВГУ, 2003. – С. 169–170.
129. Ковшова, М. Л. Семантика и прагматика фразеологизмов (лингвокультурологический аспект) : дис. ... д-ра филол. наук : 10.02.19 / Ковшова Мария Львовна; [Место защиты: Институт языкознания РАН]. – Москва, 2009. – 654 с.

130. Кожевникова, Н. А. О типах повествования в советской прозе / Н. А. Кожевникова // Вопросы языка современной русской литературы : сб. / под ред. В. Д. Левина. – М. : Наука, 1971. – С. 97–163.

131. Кожевникова, Н. А. Типы повествования в русской литературе XIX–XX вв. / Н. А. Кожевникова. – М. : Институт русского языка РАН, 1994. – 335 с.

132. Кожин, А. Н. Коммуникативные типы высказываний в тексте передовой статьи / А. Н. Кожин // Стилистика русского языка: Жанрово-коммуникативный аспект стилистики текста / В. Н. Виноградова, Т. Г. Винокур, М. И. Ерёмкина и др. ; АН СССР. Ин-т рус. языка. – М. : Наука, 1987. – С. 136–166.

133. Кожина, М. Н. Стилистика русского языка : учеб. пособие / М. Н. Кожина. – 3-е изд, перераб. и доп. – М. : Просвещение, 1993. – 224 с.

134. Колшанский, Г. В. Коммуникативная функция и структура языка. / Г. В. Колшанский. – М. : Изд-во ЛКИ, 2007. – 176 с.

135. Комлев, Н. Г. Иностранные слова и выражения / Н. Г. Комлев. – М. : Современник, 1999. – 206 с.

136. Красавский, Н. А. Оценочная лексика в рекламном тексте (на материале немецкоязычной прессы) / Н. А. Красавский // Номинация и дискурс : межвуз. сб. науч. тр. / отв. ред. Л. А. Манерко. – Рязань : Изд-во Рязан. гос. пед. ун-та, 1999. – С. 44–47.

137. Красавский, Н. А. Эмоциональные концепты в немецкой и русской лингвокультурах : монография/ Н. А. Красавский. – Волгоград: Перемена, 2001. – 495 с.

138. Красных, В. В. «Свой» среди «чужих»: миф или реальность? / В. В. Красных. – М. : Гнозис, 2003. – 375 с.

139. Красных, В. В. Основы психолингвистики: Лекционный курс. / В. В. Красных. – изд. 2-е, доп. – М. : Гнозис, 2012. – 333 с.

140. Крейдлин, Г. Е. Невербальная семиотика: Язык тела и естественный язык / Г. Е. Крейдлин. – М. : Новое литературное обозрение, 2004. – 584 с.

141. Кривенко, Б. В. Язык массовой коммуникации. Лексико-семиотический аспект / Б. В. Кривенко. – Воронеж : Издательство ВГУ, 1993. – 136 с.

142. Кубрякова, Е. С. О понятиях дискурса и дискурсивного анализа в современной лингвистике: обзор / Е. С. Кубрякова // Дискурс, речь, речевая деятельность: функциональные и структурные аспекты: сб. обзоров / Центр гуманитар. науч.-информ. исслед. Отд. языкознания ; под ред. С. А. Ромашко и др. – М. : ИНИОН РАН, 2000. – С. 8–22.

143. Кубрякова, Е. С. Типы языковых значений: Семантика производного слова / Е. С. Кубрякова. – М. : Наука, 1981. – 200 с.

144. Лабунская, В. А. Невербальное поведение : (Социально-перцептивный подход) / В. А. Лабунская ; отв. ред. И. П. Шкуратова ; Рост. гос. ун-т им. М. А. Сулова. – Ростов-на-Дону : Изд-во Рост. ун-та, 1986. – 135 с.

145. Лакофф, Дж. Метафоры, которыми мы живем / Дж. Лакофф, М. Джонсон ; пер. с англ. А. Н. Баранова и А. В. Морозовой ; под ред. и с предисл. А. Н. Баранова. – М. : УРСС, 2004 – 252 с.

146. Лаская, О. Г. Репрезентация ритуала «крещение» в структуре языкового сознания (на материале русского и французского языков): автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.02.19 / Лаская Оксана Геннадьевна. – Тамбов: Тамбовский гос. ун-т им. Г.Р. Державина, 2006. – 24 с.

147. Лебон, Г. Психология народов и масс / Гюстав Лебон ; пер. с фр. Ф. Павленкова. – СПб. : Макет, 1995. – 311 с.

148. Леонтович, О. А. Русские и американцы: парадоксы межкультурного общения: монография / О. А. Леонтович. – Волгоград : Перемена, 2002. – 434 с.

149. Леонтьев, А. А. Психолингвистические особенности языка СМИ / А. А. Леонтьев // Язык СМИ как объект междисциплинарного исследования / отв. ред. М. Н. Володина. – М. : Изд-во МГУ, 2003. – С. 66–88.

150. Леонтьев, А. А. Образ события в СМИ и возможности его искажения / А. А. Леонтьев // Язык СМИ как объект междисциплинарного исследова-

ния : тез. докл. междунар. науч. конф. / общ. ред. М. Н. Володиной, М. Л. Ремневой. – М. : Изд-во МГУ, 2001. – С. 39–41.

151. Леонтьев, А. А. Психолингвистические единицы и порождение речевого высказывания / А. А. Леонтьев. – 4-е изд., стер. – М. : КомКнига, 2007. – 306 с.

152. Лисина, Е. А. Феномен ритуала в жизни общества : социально-философский анализ : автореф. дис. ... канд. филос. наук : 09.00.11 / Лисина Елена Александровна. – М. : Моск. гос. техн. ун-т им. Н.Э. Баумана, 2008. – 21 с.

153. Лихачев, Д. С. Концептосфера русского языка / Д. С. Лихачев // Русская словесность. От теории словесности к структуре текста: Антология / под ред. В.П. Нерознака. – М. : Academia, 1997. – С. 280–287.

154. Лосев, А. Ф. Диалектика мифа / А. Ф. Лосев ; общ. ред. А. А. Тахо-Годи, В. П. Троицкого. – М. : Мысль, 2001. – 558 с.

155. Лотман, Ю. М. Внутри мыслящих миров. Человек – текст – семиосфера – история / Ю. М. Лотман. – М.: Яз. рус. культуры, 1999. – 464 с.

156. Лукина, М. М. СМИ в пространстве Интернета / М. М. Лукина, И.Д. Фомичева. – М. : Изд. фак. журналистики Моск. гос. ун-та, 2005. – 89 с.

157. Луман, Н. Медиакоммуникации / Н. Луман ; пер. с нем. А. Глухов, О. Никифоров. – М. : Логос, 2005. – 280 с.

158. Луман, Н. Реальность массмедиа / Н. Луман ; пер. с нем. А. Антоновского. – М. : Праксис, 2005. – 256 с.

159. Лурия, А. Р. Язык и сознание / А. Р. Лурия ; под ред. Е. Д. Хомской. – Ростов н/Д. : Феникс, 1998. – 416 с.

160. Любимова, А. А. Интерпретация текста и языковое манипулирование в текстах современных западных средств массовой информации / А. А. Любимова // Вопросы интерпретации текста. Лингвистика и история литературы. – М. : МАКС Пресс, 2004. – С. 66–78.

161. Макаров, М. Л. Интерпретативный анализ дискурса в малой группе / М. Л. Макаров. – Тверь : Изд-во Твер. гос. ун-та, 1998. – 200 с.

162. Макеева, М. Б. Лексико-грамматические особенности жанрово-ситуативного стиля публикаций на темы науки (на материале молодеж. газ. XX в.): дис. ... канд. филол. наук : 10.02.01 / Макеева Марина Борисовна. – М., 1995. – 318 с.

163. Маклаков, А. Г. Общая психология: учебник для вузов / А. Г. Маклаков. – СПб. : Питер, 2008. – 583 с.

164. Маклюен, М. Понимание Медиа: внешние расширения человека / М. Маклюен ; пер. с англ. В. Николаева – М. ; Жуковский : КАНОН-пресс-Ц, Кучково поле, 2003. – 464 с.

165. Малышева, Е. В. Регулятивная характеристика комплексных вербально-кинестетических действий в английском диалоге: автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.02.04 / Малышева Екатерина Валерьевна. – Тверь, 2011. – 23 с.

166. Манаенко, Г. Н. Дискурс в его отношении к речи, тексту и языку / Г. Н. Манаенко // Язык. Текст. Дискурс: межвуз. сб. науч. тр. Вып.1. – Ставрополь : Пятигорск. гос. лингв. ун-т, 2003. – С. 26–40.

167. Манукян, Д. Д. Обрядовая лексика в русской и английской лингвокультурах как отражение национального менталитета : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.19 / Манукян Диана Давидовна. – Майкоп, Адыг. гос. ун-т 2010. – 219 с.

168. Марьянчик, В. А. Аксиологическая функция неологизмов медиаполитического дискурса (на материале газетных публикаций начала XXI века): дис. ... канд. филол. наук : 10.02.01 / Марьянчик Виктория Анатольевна. – Архангельск, 2005. – 210 с.

169. Масленникова, А. А. Лингвистическая интерпретация скрытых смыслов / А. А. Масленникова. – СПб. : Санкт-Петербург. гос. ун-т, 1999. – 260 с.

170. Маслова, В. А. Лингвокультурология: учеб. пос. / В. А. Маслова. – М. : Академия, 2001. – 208с.

171. Массовая коммуникация в структуре социальной информатиологии. – М. : РАГС, 2005. – 282 с.

172. Мельник, Г. С. Mass-media. Психологические процессы и эффекты / Г. С. Мельник. – СПб. : Санкт-Петербург. ун-т, 1996. – 280 с.

173. Мельцер-Евстратова, С. Б. Газетный заголовок как средство выражения авторской установки / С. Б. Мельцер-Евстратова // Daugavpils Pedagogikas Universitates Humanitaras fakultates VIII zinatniskie lasijumi. – Daugavpils, 1999. – С. 118–125.

174. Метелица, Е. В. Лингвосомиотическое пространство дискурса дипломатического протокола: дис. ... канд. филол. наук : 10.02.04 / Метелица Елена Викторовна. – Волгоград, 2002. – 234 с.

175. Мечковская, Н. Б. Семиотика: Язык. Природа. Культура / Н. Б. Мечковская. – М. : Академия, 2004. – 432 с.

176. Минский, М. Фреймы для представления знаний : пер. с англ. / М. Минский. – М. : Энергия, 1979. – 152 с.

177. Михальская, А. К. Язык российских СМИ как манипулирующая система / А. К. Михальская // Язык СМИ как объект междисциплинарного исследования : тез. докл. междунар. науч. конф. / общ. ред. М. Н. Володиной, М. Л. Ремневой. – М. : Изд-во МГУ, 2001. – С. 23–25.

178. Модальности установок / Е. Шрамко // Сайт психолога Елены Шрамко [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://emiz.org.ua/psikhologiiialichnosti/modalnosti-ustanovok>

179. Морозов, В. П. Искусство и наука общения: невербальная коммуникация / В. П. Морозов. – М. : Институт психологии РАН, 1998. – 164 с.

180. Москвин, В. П. Стилистика русского языка: Приемы и средства выразительной и образной речи (общая классификация) / В. П. Москвин. – Волгоград : Учитель, 2000. – 198 с.

181. Московичи, С. Век толп. Исторический трактат по психологии масс / С. Московичи ; пер. с фр. Т. П. Емельяновой – М. : Центр психологии и психотерапии, 1998. – 480 с.

182. Мурзин, Л. Н. Текст и его восприятие / Л. Н. Мурзин, А. С. Штерн. – Свердловск : Изд-во Уральского университета, 1991. – 172 с.

183. Наер, В. Л. Прагматический аспект английского газетного текста / В. Л. Наер // Коммуникативные и прагматические особенности текстов различных жанров: сб. науч. тр. / МГПИИЯ им. М. Тореза. – М. : , 1981. – Вып. 178. – С. 106–116.

184. Назаров, М. М. Массовая коммуникация в современном мире: методология анализа и практика исследований / М. М. Назаров. – М. : Едиториал УРСС, 2002. – 239 с.

185. Нечипуренко, В. Н. Ритуал: генезис социального бытия и формирование субъективности: автореф. дис. ... д-ра филос. наук : 09.00.11 / Нечипуренко Виктор Николаевич. – Ростов-на-Дону, 2002. – 329 с.

186. Николаева, Т. М. Лингвистика текста ; Современное состояние и перспективы / Т. М. Николаева // Новое в зарубежной лингвистике. – М. : Прогресс, 1978. – Вып. 8. Лингвистика текста. – С. 5–41.

187. Общая психология: учебно-методическое пособие / М. В. Гамезо, В. С. Герасимова, Д. А. Машурцева, Л. М. Орлова ; под общ. ред. М.В. Гамезо. – М. : Ось-89, 2007. – 352 с.

188. Одинцов, В. В. Стилистика текста : учеб. / В. В. Одинцов. – М. : Наука, 1980. – 263 с.

189. Олянич, А. В. Презентационная теория дискурса: монография / А. В. Олянич. – Волгоград : Парадигма, 2004. – 507 с.

190. Ортега-и-Гассет, Х. Две великие метафоры / Х. Ортега-и-Гассет // Теория метафоры : сб. / общ. ред. Н. Д. Арутюновой и М. А. Журинской. – М. : Прогресс, 1990. – С. 68–81.

191. Осмоловский, А. Без искусства и без политики – в XXI век [Электронный ресурс] / А. Осмоловский // Художественный журнал. – 1999. – № 30–31. – Режим доступа: <http://www.guelman.ru/xz/362/xx30/xx3002.htm>.

192. Остин, Дж. Как производить действия при помощи слов / Дж. Остин. // Избранное. – М. : Дом интеллект. книги, 1999. – 332 с.

193. Остроушко, Н. А. Проблема речевого воздействия в рекламных текстах: дис. ... канд. филол. наук : 10.02.01 / Остроушко Наталия Алексеевна. – Москва, 2003. – 286 с.
194. Палашевская, И. В. Судебный дискурс: функции, структура, нарративность: монография / И. В. Палашевская. – Волгоград : Парадигма, 2012. – 346 с.
195. Палашевская, И. В. Судебный дискурс: функции, структура, нарративность: дис. ... докт. филол. наук : 10.02.19 / Палашевская Ирина Владимировна. – Волгоград, 2012. – 390 с.
196. Панкеев, И. А. Жанры периодической печати: фрагменты / И. А. Панкеев // Шк. б-ка. – 2009. – № 6/7. – С. 144–149.
197. Пастухова, Е. В. Нарратив в контексте субъективности: дис. ... канд. филос. наук : 09.00.01 / Пастухова Елена Валерьевна. – Омск, 2005. – 149 с.
198. Пендикова, И. Г. Архетип и символ в рекламе / И. Г. Пендикова. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2008. – 303 с.
199. Подчасов, А. С. Функционально-стилистические особенности газетных заголовков: на материале российских и британских газет второй половины 1980-1990 годов, синтаксический аспект: дис. ... канд. филол. наук : 10.01.10 / Подчасов Алексей Сергеевич. – М., 2001. – 187 с.
200. Пономарева, О. А. Вербализация политического имиджа в российских и американских средствах массовой информации: дис. ... канд. филол. наук : 10.02.19 / Пономарева Ольга Александровна. – Волгоград : ВГПУ, 2008. – 215 с.
201. Пономарева, О. А. Политический имидж и его сущность / О. А. Пономарева // Мат-лы Междунар. науч.-практ. конф. «Коммуникативные технологии в образовании, бизнесе, политике и праве». Волгоград, 17-19 мая 2007 г. – Волгоград : ПринТерра, 2007. – С. 94–99.
202. Понятие, значение и структура я- концепции [Электронный ресурс] / Сайт InMinds о психологии. – Режим доступа: <http://www.inminds.ru/fmads-460-3.html>.

203. Порохов, С. Ю. Ловушка для журналиста / С. Ю. Порохов // Индустрия рекламы. – 2002. – № 15. – С. 28–30.
204. Порохов, С. Ю. Операция Ы / С. Ю. Порохов // Индустрия рекламы. – 2003. – № 3. – С. 38–42.
205. Почепцов, Г. Г. Имиджелогия / Г. Г. Почепцов. – 2-е изд., испр. и доп. – М. : Рефл-бук ; Киев : Ваклер, 2001а. – 698 с.
206. Почепцов, Г. Г. Коммуникативные технологии двадцатого века / Г. Г. Почепцов. – М. : Рефл-бук ; Киев : Ваклер, 1999. – 349 с.
207. Почепцов, Г. Г. Паблик рилейшнз для профессионалов / Г. Г. Почепцов. – М. : Рефл-бук ; Киев : Ваклер, 2000. – 622 с.
208. Почепцов, Г. Г. Теория коммуникации/ Г. Г. Почепцов. – М. : Рефл-бук ; Киев : Ваклер, 2001б. – 656 с.
209. Рахилина, Е. В. Когнитивный анализ предметных имен : семантика и сочетаемость / Е. В. Рахилина. – М. : Русские словари, 2008. – 416 с.
210. Риторические основы журналистики: работа над жанрами газеты / З. С. Смелкова, Л. В. Ассуирова, М. Р. Савова и др. ; отв. ред. З. С. Смелкова. – М. : Флинта : Наука, 2006. – 318 с.
211. Рогозина, И. В. Медиакартина мира: когнитивно-семиотический аспект: монография / И. В. Рогозина. – М. ; Барнаул : АлтГТУ, 2003. – 289 с.
212. Рождественский, Ю. В. Общая филология / Ю. В. Рождественский. – М. : Фонд «Новое тысячелетие», 1996. – 326 с.
213. Рождественский, Ю. В. Теория риторики / Ю. В. Рождественский. – М. : Флинта : Наука, 2004. – 512 с.
214. Розенфельд, И. Дискурс и нарратив [Электронный ресурс] / Илья Розенфельд. – Режим доступа : <http://cursorinfo.co.il/news/analyze/2006/03/01/discurs/>.
215. Розин, В. М. Любовь (культурно-психологический анализ) / В. М. Розин // Введение в культурологию. – М, 1997, с.179–193.

216. Розин, В. М. Существование, реальность, виртуальная реальность // Концепция виртуальных миров и научное познание / В. М. Розин ; отв. ред. И.А.Акчурина, С.Н.Коняев. – СПб. : РХГИ, 2000. – С. 56–74.

217. Роль человеческого фактора в языке. Язык и картина мира: сборник / АН СССР ; под ред. ак. Б. А. Серебренникова. – М. : Наука, 1988. – 240 с.

218. Романов, А. А. Аспекты психосемиотики визуальной коммуникации [Электронный ресурс] / А. А. Романов // Мир лингвистики и коммуникации: электронный научный журнал. – 2005. – № 1. – Режим доступа: http://www.tverlingua.by.ru/archive/001/01_1-001.htm.

219. Романова, Л. А. О трактовке перформативности и перформанса в социальной коммуникации / Л. А. Романова // Языковой дискурс в социальной практике : мат-лы межвуз. науч.-практ. конф. 4-5 апр. 2008 г. – Тверь : ТвГУ, 2008. – С. 336–340.

220. Романова, Л. А. Речевой акт обещания политика [Электронный ресурс] / Л. А. Романова // Электронный научный журнал «Мир лингвистики и коммуникации». – Тверь: ТГСХА, ТИПЛиМК, 2008. – № 4 (13). – Режим доступа: <http://www.tverlingua.ru>.

221. Рыбакова, О. Н. Дискурсивные, коммуникативно-прагматические и семиотические характеристики англоязычной печатной рекламы: дис. ... канд. филол. наук : 10.02.04 / Рыбакова Ольга Николаевна. – Иваново, 1999. – 170 с.

222. Рылова, Е. В. Символ как гармоническая структура речевого произведения / Е. В. Рылова. – Барнаул : Изд-во ААЭП. – 2005. – 172 с.

223. Савельева, О. О. Имидж и имиджмейкеры / О. О. Савельева // Общественное знание в шк. – 1998. – № 6. – С. 18–24.

224. Савицкий, В. М. Английская фразеология: проблемы моделирования / В. М. Савицкий. – Самара : Самар. ун-т, 1993. – 172 с.

225. Сандомирская, И. Книга о Родине: опыт анализа дискурсивных практик / И. Сандомирская. – Wien : Wiener Slawistischer Almanach, 2001. – 286 с.

226. Сарафанникова, Е. В. Дискурсивные маркеры соотнесения сообщаемого с действительностью: на материале телевизионных новостей на русском и английском языках: дис. ... канд. филол. наук : 10.02.19 / Сарафанникова Елена Витальевна. – Воронеж, 2006. – 197 с.

227. Седов К. Ф. Внутрижанровые стратегии речевого поведения: «ссора», комплимент», «колкость» / К. Ф. Седов // Жанры речи : сб. науч. статей / отв. ред. В. Е. Гольдин. – Саратов : Изд-во ГосУНЦ «Колледж», 1997. – Вып. 1. – С. 189–195.

228. Седов, К. Ф. Дискурс и личность: эволюция коммуникативной компетенции / К. Ф. Седов. – М.: Лабиринт, 2004. – 320 с.

229. Седов, К. Ф. О жанровой природе дискурсивного мышления языковой личности / К. Ф. Седов // Жанры речи : сб. науч. статей / отв. ред. В. Е. Гольдин. – Саратов: Изд-во ГосУНЦ «Колледж», 1999. – Вып. 2. – С. 13-26.

230. Семёнова, М. Быт и верования древних славян [Электронный ресурс] / М. Семёнова. – СПб. : Азбука классика, 2001. – 560 с. – Режим доступа : <http://www.gnozis.info/?q=book/export/html/1381>.

231. Серль, Дж. Р. Классификация иллокутивных актов / Дж. Р. Серль // Новое в зарубежной лингвистике – Вып. 17. – М. : Прогресс, 1986. – С. 170–194.

232. Серль, Дж. Р. Что такое речевой акт? / Дж. Р. Серль // Новое в зарубежной лингвистике. – Вып. 17. – М. : Прогресс, 1986. – С. 151–169.

233. Система средств массовой информации России / Я. Н. Засурский и др. ; под ред. Я. Н. Засурского. – М. : Аспект-Пресс : Изд-во Моск. ун-та, 2001. – 259 с.

234. Скребнев, Ю. М. Основы стилистики английского языка / Ю. М. Скребнев. – Назрань : АСТ, 2001. – 220 с.

235. Слышкин, Г. Г. Дискурс и концепт : о лингвокультурном подходе к изучению дискурса / Г. Г. Слышкин // Языковая личность : институциональный и персональный дискурс : сб. науч. тр. / под ред. В. И. Карасика, Г. Г. Слышкина. – Волгоград : Перемена, 2000. – С. 38–45.

236. Слышкин, Г. Г. Лингвокультурные концепты и метаконцепты : монография / Г. Г. Слышкин. – Волгоград : Перемена, 2004. – 340 с.

237. Слышкин, Г. Г. Речевой жанр: перспективы концептологического анализа / Г. Г. Слышкин // Жанры речи: сб. науч. статей / отв. ред. В. В. Дементьев. – Саратов : Изд-во ГосУНЦ «Колледж», 2005. – Вып. 4. Жанр и концепт. – С. 34–50.

238. Слышкин, Г. Г. Свадебный ритуал в современной китайской и русской городской культуре / Г. Г. Слышкин, Жань Дун. // Социология города. – 2008. – № 2. – С. 3–13.

239. Смирницкий, А. И. Лексикология английского языка / А. И. Смирницкий. – М. : Омен, 1998. – 260 с.

240. Современная американская лингвистика : фундаментальные направления / под ред. А. А. Кибрика, И. М. Кобозевой, И. А. Секериной. – М. : УРСС, 2002. – 480 с.

241. Солганик, Г. Я. О языке и стиле газеты / Г. Я. Солганик // Язык СМИ как объект междисциплинарного исследования: тез. докл. междунар. науч. конф. / отв. ред. М. Н. Володина. – М. : Изд-во МГУ, 2003. – С. 261–268.

242. Сорокин, А. Л. К вопросу о роли параграфемных элементов в создании экспрессии в публицистическом тексте / А. Л. Сорокин // Русский язык и литература в общении народов мира: проблемы функционирования и преподавания : сб. докладов и сообщений VII Международного конгресса МАПРЯЛ. – М. : Русский язык, 1990. – С. 75–84.

243. Сорокин, Ю. А. Зоны риска в средствах массовой коммуникации / Ю. А. Сорокин // Реальность, язык и сознание. Вып. 1 : межвуз. сб. науч. тр. / отв. ред. Н. Н. Болдырев, Т. А. Фесенко ; редкол. Л.С. Кауфман и др. – Тамбов : Изд-во ТГУ им. Г.Р. Державина, 1999. – С. 51–58.

244. Сорокин, Ю. А. Психолингвистические проблемы восприятия и оценки текста / Ю. А. Сорокин // Сорокин, Ю. А. Психолингвистические аспекты изучения текста / Ю. А. Сорокин, А. И. Новиков. – М. : Наука, 1985. – С. 95–128.

245. Сорокин, Ю. А. Язык, сознание, культура / Ю. А. Сорокин, Е. Ф. Тарасов, Н. В. Уфимцева // Методы и организация обучения иностранному языку в языковом вузе : сб. науч. трудов. – Вып. 370. – М. : МГЛУ, 1991. – С. 20–29.
246. Степанов, В. Н. Провоцирование в социальной и массовой коммуникации : монография / В. Н. Степанов. – СПб. : Роза мира, 2008. – 268 с.
247. Степанов, Ю. С. Альтернативный мир, дискурс, факт и принцип причинности / Ю. С. Степанов // Язык и наука конца 20-го века : сб. ст. – М. : Рос. гос. гуманит. ун-т, 1995. – С. 35–73.
248. Степанов, Ю. С. Методы и принципы современной лингвистики / Ю. С. Степанов. – М. : УРСС, 2003. – 312 с.
249. Степанов, Ю. С. Семиотическая структура языка: Три функции и три формальных аппарата языка / Ю. С. Степанов // Известия АН. Сер. Лит. и яз. – М., 1973. – Т. 32. – Вып. 4. – С. 340–355.
250. Стернин, И. А. Введение в речевое воздействие / И. А. Стернин. – Воронеж : Изд-во Воронеж. гос. ун-та, 2001. – 252 с.
251. Стернин, И. А. Проблемы анализа структуры значения слова / И. А. Стернин. – Воронеж : Изд-во Воронеж. ун-та, 1979. – 156 с.
252. Стрельцов, Б. В. Основы публицистики. Жанры / Б. В. Стрельцов. – Минск : Университетское, 1990. – 239 с.
253. Тарасов, Е. Ф. Социолингвистические проблемы теории речевой коммуникации / Е. Ф. Тарасов // Основы теории речевой деятельности. – М. : Наука, 1974. – С. 255–273.
254. Тарасов, Е. Ф. Стилистика и психолингвистика / Е. Ф. Тарасов // Проблемы современной стилистики / ИНИОН. – М., 1989. – С. 153–165.
255. Тарланов, З. К. Методы и принципы лингвистического анализа / З. К. Тарланов ; Петрозавод. гос. ун-т. – Петрозаводск : Изд-во Петрозавод. гос. ун-та, 1995. – 189 с.
256. Телия, В. Н. Типы языковых значений: Связанное значение слова в языке / В. Н. Телия. – М. : Наука, 1981. – 269 с.

257. Терентьева, Л. В. Лексико-грамматическая и жанрово-стилистическая системность в оформлении газетных оценочных заглавий: дис. ... канд. филол. наук : 10.02.01 / Терентьева Людмила Викторовна. – Воронеж : Воронеж. ун-т, 1990. – 205 с.
258. Терин, В. П. Массовая коммуникация. Исследование опыта Запада / В. П. Терин. – М. : МГИМО МИД РФ каф. философии, 2000. – 224 с.
259. Тер-Минасова, С. Г. Язык и межкультурная коммуникация / С. Г. Тер-Минасова. – М. : Слово, 2000. – 264 с.
260. Тertyчный, А. А. Жанры периодической печати / А. А. Тertyчный. – 3-е изд., испр. и доп. – М. : Аспект Пресс, 2006. – 319 с.
261. Троцук, И. В. Нарратив как междисциплинарный методологический конструкт в современных социальных науках / И. В. Троцук // Вестник РУДН, серия Социология. – 2004. – № 6–7. – С. 56–74.
262. Узенёва, Е. С. Болгарская свадьба: этнолингвистическое исследование / Е. С. Узенёва. – М. : Индрик, 2010. – 280 с.
263. Узенёва, Е. С. Символика целого в болгарском свадебном обряде / Е. С. Узенёва // Признаковое пространство культуры / отв. ред. С. М. Толстая. – М. : Индрик, 2002. – С. 225–237.
264. Успенский, Б. А. Поэтика композиции / Б. А. Успенский. – М. : Искусство, 1970. – 225 с.
265. Уткина, А. Н. Роль ритуала в трансляции содержания социальной памяти: социально-философский анализ: автореф. дис. ... канд. филос. наук : 09.00.11 / Уткина Анна Николаевна. – Красноярск : Сибирский гос. аэрокосмический ун-т им. академика М. Ф. Решетнева, 2012. – 28 с.
266. Уфимцева, А. А. Лексическое значение. Принципы семиологического описания лексики / А. А. Уфимцева ; под ред. Ю. С. Степанова. – 2 изд-е, стереотип. – М. : УРСС, 2002. – 240 с.
267. Уфимцева, Н. В. Мотивация в речевом воздействии / А. А. Уфимцева // Оптимизация речевого воздействия / отв. ред. Р. Г. Котов ; АН СССР, Ин-т языкознания. – М. : Наука, 1990. – С. 56–68.

268. Фатеева, Н. А. Контрапункт интертекстуальности, или Интертекст в мире текстов / Н. А. Фатеева. – М. : Агар, 2000. – 280 с.

269. Фирстова, Л. А. Дискурсивные стратегии и тактики в рамках телепублицистического дискурса: на материале русскоязычных и англоязычных информационных программ: дис. ... канд. филол. наук : 10.02.19 / Фирстова Любовь Анатольевна. – Саратов, 2008. – 339 с.

270. Фортунатов, А. Н. Взаимодействие субъектов социальной коммуникации в медиареальности: дис. ... д-ра филос. наук : 09.00.11 / Фортунатов Антон Николаевич. – Нижний Новгород, 2009а. – 355 с.

271. Фортунатов, А. Н. Перформативный характер современной коммуникации / А. Н. Фортунатов // Вестник Нижегородского университета им. Н. И. Лобачевского. – 2009б. – № 1. – С 350–354.

272. Фрейденберг, О. М. Миф и литература древности / О. М. Фрейденберг. – 2-е изд., испр. и доп. – М. : Издательская фирма «Восточная литература» РАН, 1998. – 800 с.

273. Фрейденберг, О. М. Поэтика сюжета и жанра / О. М. Фрейденберг. – М. : Лабиринт, 1997. – 448 с.

274. Хомский, Н. Язык и мышление. Язык и проблемы знания : пер. с англ. / Ноам Хомский ; под ред. В. А. Звегинцева. – Благовещенск : Благов. гум. фонд им. И.А. Бодуэна де Куртенэ, 1999. – 253 с.

275. Цветкова, Л. С. Нейропсихологическая реабилитация больных. Речь и интеллектуальная деятельность: учеб. пособие / Л. С. Цветкова. – 2-е изд., испр. и доп. – М. : Издательство МПСИ, Воронеж : Модэк, 2004. – 424 с.

276. Черданцев, А. Ф. Логико-языковые феномены в юриспруденции: монография / А. Ф. Черданцев. – М. : Норма : ИНФРА-М., 2012. – 320 с.

277. Черкашина, А. А. Особенности новостной журналистики в печатных СМИ США / А. А. Черкашина // Журналистика и медиаобразование в XXI веке: сб. науч. тр. Междунар. науч.-практ. конф., Белгород, 25-27 сент. 2006 г. – Белгород : Изд-во БелГУ, 2006. – С. 93–95.

278. Чернобаева, О. В. Обрядовая семантика акционального кода орловской свадьбы с точки зрения инициационной и коммуникативно-обменной линий ритуала / О. В. Чернобаева // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. – М. – 2010а. – № 10. – С. 325–329.

279. Чернобаева, О. В. Персональный код свадебного обряда Орловской области / О. В. Чернобаева // Наука и практика: проблемы, идеи, инновации. Мат-лы Всерос. заоч. науч.-практ. конф. (с междунар. участием) : сб. науч. тр. / журнал «Мир гуманитарных наук». – Екатеринбург : ИП Н. И. Бируля, 2010б. – С. 20–22.

280. Чернобаева, О. В. Предметный код орловского свадебного ритуала в его семантическом освещении / О. В. Чернобаева // Наука и современность – 2010 : сб. мат-лов V Междунар. науч.–практ. конф. В 3-х ч. Ч. 1 / под общ. ред. С. С. Чернова. – Новосибирск : Издательство НГТУ, 2010в. – С. 119–123.

281. Чернышева, Т. В. Современный публицистический дискурс (коммуникативно-стилистический аспект) / Т. В. Чернышева. – Барнаул : Изд-во Алтайского университета, 2003. – 178 с.

282. Чернышева, Т. В. Тексты СМИ в зеркале языкового сознания адресата : монография / Т. В. Чернышева. – Барнаул : Изд-во Алтайского университета, 2005. – 293 с.

283. Чернышева, Т. В. Функционально-стилевая грамотность как критерий хорошей речи в языке современной газетной публицистики / Т. В. Чернышева // Языковая ситуация в России начала XXI века: мат-лы междунар. науч. конф. – В 2-х т. – Т. 2. – Кемерово : Изд-во КемГУ, 2002. – С. 247–260.

284. Чернышова, Т. В. Стилистический облик разноориентированных газетных СМИ в аспекте фактора адресата / Т. В. Чернышева // Вестник НГУ. Серия : История, филология. Т. IV. Вып. 2. / Новосиб. гос. ун-т. – Новосибирск, 2005. – С. 74–78.

285. Четыркина, И. В. Перформативность речевых практик как конститутивный признак культуры: этническая и историческая перспектива: дис. ... д-ра филол. наук : 10.02.19 / Четыркина Инна Валерьевна. – Краснодар, 2006. – 287 с.

286. Чечетин, А. И. Основы драматургии театрализованных представлений / А. И. Чечетин. – М. : Искусство, 1981. – 189 с.
287. Чудинов, А. П. Политическая лингвистика / А. П. Чудинов. – М. : Флинта : Наука, 2008. – 256 с.
288. Чудинов, А. П. Россия в метафорическом зеркале: когнитивное исследование политической метафоры (1991-2000) : монография / А. П. Чудинов. – Екатеринбург : Урал. гос. пед. ун-т, 2001. – 238 с.
289. Шаховский, В. И. Категоризация эмоций в лексико-семантической системе (на материале англ. яз.): дис. ... д-ра филол. наук : 10.02.19 / Шаховский Виктор Иванович. – М., 1988. – 402 с.
290. Шейгал, Е. И. Многоликий нарратив / Е. И. Шейгал // Политическая лингвистика : сб. науч. тр. / под ред. А. П. Чудинова. – Вып. (2) 22. – Екатеринбург : Урал. гос. пед. ун-т, 2007. – С. 86–93.
291. Шейгал, Е. И. Политический скандал как нарратив / Е. И. Шейгал // Языковая личность: социолингвистические и эмотивные аспекты: сб. науч. тр. / ВГПУ ; СГУ. – Волгоград ; Саратов : Перемена, 1998. – С. 55–68.
292. Шейгал, Е. И. Семиотика политического дискурса: монография / / Е. И. Шейгал ; Ин-т языкознания РАН; Волгогр. гос. пед. ун-т. – Волгоград : Перемена, 2000. – 368 с.
293. Шиллер, Г. Манипуляторы сознанием / пер. с англ. ; науч. ред. Я. Н. Засурский. – М. : Мысль, 1980. – 326 с.
294. Шмелев, А. Д. Русский язык и внеязыковая действительность / А. Д. Шмелев. – М. : Языки слав. культуры, 2002. – 496 с.
295. Шмелев, Д. Н. Проблемы семантического анализа лексики: на материале русского языка / А. Д. Шмелев. – М. : Наука, 1973. – 272 с.
296. Шмелева, Т. В. Модель речевого жанра / Т. В. Шмелева // Жанры речи : сб. науч. статей / отв. ред. В. Е. Гольдин. – Саратов : Изд-во ГосУНЦ «Колледж», 1997. – Вып. 1. – С. 88–98.
297. Шоу, Б. Полное собрание пьес. В 6-ти т. Т. 3 / пер. с англ ; под общ. ред. А. А. Аникста и др. – Ленинград : Искусство, 1979. – 652 с.

298. Яговдик, Е. В. Трансформации ритуала в культурно-эволюционном процессе: Философско-культурологический анализ: дис. ... канд. филос. н. : 09.00.13 / Яговдик Елена Вячеславовна. – Белгород, 2005. – 134 с.
299. Якобсон, Р. О. В поисках сущности языка / Р. О. Якобсон // Семиотика: антология. – М. : Академический проект ; Екатеринбург : Деловая Книга, 2001. – С. 111–129.
300. Alexander, R. J. Aspects of Verbal Humour in English / R. J. Alexander. – Tübingen : Gunter Narr Verlag, 1997. – 217 p.
301. Bolinger, D. Language the Loaded Weapon – The Use & Abuse of Language today / Dwight Bolinger. – London : Longman, 1984. – 214 p.
302. Bosmajian, H. A. The Language of Oppression / Haig A. Bosmajian. – N.Y.; L. : University Press of America, 1983. – 156 p.
303. Boyle, D. In search of a political narrative [Electronic resource] / David Boyle. – Режим доступа: <http://david-boyle.co.uk/politics/narrative.html>.
304. Chatman, S. Story and discourse: Narrative Structure in Fiction and Film / Seymour Chatman. – London : Cornell University Press, 1978. – 277 p.
305. Cohen, R. Investigation of processing strategies for the structural analysis of arguments / R. Cohen // Proceedings of the 19th Annual meeting of the Association for computational linguistics. Stanford (Cal.), June 1981. – Stanford (Cal.), 1981. – P. 71-76.
306. Currie, G. Narratives and Narrators: a Philosophy of Stories / Gregory Currie. – Oxford : Oxford University Press, 2010. – 243 p.
307. Danes, F. Involvement with Language and in Language / Frantisek Danes // Journal of Pragmatics. – 1994. – V 22. – P. 251–264.
308. Danes, F. Zur linguistischen Analyse der Textstruktur / Frantisek Danes // Folia Linguistica. – 1970. – № 4. – S. 72–78.
309. Danes, F. Zur semantischen und thematischen Struktur des Kommunikats / F. Danes // Probleme der Textgrammatik / ed. by F. Danes and D. Viehweger. – Berlin : Akademie Verlag, 1976. – S. 29–40.

310. Duranti, A. Narrating the political self in a campaign for US. Congress / Alessandro Duranti // *Language in Society*. – 2006. – Vol. 35. P. 467–497.
311. Eco, U. *The role of the reader* / Umberto Eco. – Bloomington : Indiana University Press, 1979. – 273 p.
312. Elridge, J. *The Mass Media Power in Modern Britain* / J. Elridge, J. Kitzinger, K. Williams. – Oxford : Oxford University Press, 1997. – 200 p.
313. Fairclough, N. *Discourse and Text: Linguistic and Intertextual Analysis within Discourse Analysis* / Norman Fairclough // *Discourse and Society*. – 1992. – Vol. 3. – № 2. – P. 193–217.
314. Fairclough, N. *Media Discourse* / Norman Fairclough. – London : Edward Arnold, 1995. – 224 p.
315. Fludernik, M. *Towards a «Natural» Narratology* / Monika Fludernik. – London; New York : Routledge, 2005. – 354 p.
316. Fowler, R. *Language in the News: Discourse and Ideology in the Press* / Roger Fowler. – London : Taylor & Francis Books Ltd, 1991. – 272 p.
317. Fraser, B. What are discourse markers? / Bruce Fraser // *Journal of Pragmatics*. – 1999. – № 31. – P. 931–952.
318. Gans, E. *The Origin of Language. A Formal Theory of Representation* / Eric Lawrence Gans. – Berkley : Univ. of California Press, 1981. – 353 p.
319. Graber, D. A. Seeing is Remembering: How Visuals Contribute to Learning from Television News / Doris A. Graber // *Journal of Communication*. – 1990. – 40 (3). – P. 134–156.
320. Green, P. S. *Winning PR Tactics. Effective Techniques to Boost Your Sales* / P. S. Green. – London : Financial Times : Prentice Hall Books, 1994. – 184 p.
321. Halliday, M. *Explorations in the Functions of Language* / M. A. K. Halliday. – London: Edward Arnold, 1973. – 143 p.
322. Iser, W. *Der implizite Leser: Kommunikationsformen des Romans von Bunyan bis Beckett* / Wolfgang Iser. – München: Wilhelm Fink Verlag, 1994. – 420 p.

323. Jamieson, K. H. *The Interplay of Influence: News, Advertising, Politics and Mass Media* / K.H. Jamieson, K.K. Campbell. – Belmont, Ca : Wadsworth Publishing Company, 1997. – 349 p.
324. Kaufman, S. J. *Symbolic Politics or Rational Choice? Testing Theories of Extreme Ethnic Violence* / S. J. Kaufman // *International Security*, 2006. Vol. 30, No. 4. – P. 45–86.
325. Labov, W. *The Transformation of Experience in Narrative Syntax* / William Labov // Labov, W. *Language in the Inner City: Studies in the Black English Vernacular* / W. Labov. – Philadelphia, Pennsylvania : University of Pennsylvania Press, 1972. – P. 354–396.
326. Link, H. *Rezeptionsforschung: Eine Einführung in Methoden und Probleme* / H. Link. – Stuttgart : Kohlhammer, 1976. – 426 p.
327. Lyons, J. *Semantics* / J. Lyons. – Cambridge : Cambridge University Press, 1977. – Vol. 1–2. – 897 p.
328. Maskell, V. *Write to Publish : writing feature articles for magazines, newspapers and corporate and community publications* / Vin Maskell, Gina Perry. – Australia : Allen & Unwin, 1999. – 216 p.
329. Matheson, D. *Media Discourses : Analyzing Media Texts* / Donald Matheson. – UK : Open University Press, 2005. – 219 p.
330. McLuhan, M. *Myth and Mass Media* / Marshall McLuhan. // *Myth and Mythmaking* / ed. by Henry A. Murray. N.-Y.: Braziller, 1960. P. 288-299.
331. McQuail, D. *Mass Communication Theory* / Denis McQuail. – 6th ed. – L.: Sage Publications, 2010. – 621 p.
332. Melrose, S. *A Semiotics of the Dramatic Text.* / Susan Melrose. – New York : St. Martin's Press, 1994. – 338 p.
333. Mitchell, W. J. T. *Picture Theory: Essays on Verbal and Visual Representation* / W. J. T. Mitchell. – Chicago ; L. : University Of Chicago Press, 1994. – 462 p.
334. *New Media Language* / ed. by Jean Aitchison, Diana M. Lewis. – London: Routledge, 2003. – 224 p.

335. Nord, C. So treu wie möglich? Die linguistische Markierung kommunikativer Funktionen und ihre Bedeutung für die Übersetzung literarischer Texte / C. Nord // *Linguistik und Literaturübersetzen*. – Tübingen, 1997. – S. 35–59.
336. Ochs, E. Narrating the Self / E. Ochs, L. Capps // *Annual Review of Anthropology*. – 1996. – Vol. 25. – P. 19–43.
337. Potter, S. *Our Language* / S. Potter. – London : Penguin, 1953. – 202 p.
338. Prince, G. *Narratology: The Form and Functioning of Narrative* / Gerald Prince. – Berlin : Mouton Publishers, 1982. – 184 p.
339. Riffaterre, M. *Criteria for Style Analysis* / M. Riffaterre // *Word*. – N.Y., 1959. – Vol. 15. – № 1. – P. 154–174.
340. Roberts, B. *Political Activism and Narrative Analysis: The Biographical Template and The Meat Pot* [Electronic resource] / B. Roberts // *Forum: Qualitative Social Research*. – Vol. 5. – No. 3. – September 2004. – Режим доступа: <http://www.qualitative-research.net/fqs-texte/3-04/04-3-10-e.htm#g3>.
341. Schiffrin, D. *Approaches to Discourse* / Deborah Schiffrin. – Oxford : Blackwell, 1994. – 314 p.
342. Schiffrin, D. *In Other Words: Variation in reference and narrative* / Deborah Schiffrin. – Cambridge : Cambridge University Press, 2006. – 373 p.
343. Schönert, J. *Lyrik und Narratologie: Text-Analysen zu deutschsprachigen Gedichten vom 16. bis zum 20. Jahrhundert* / Jörg Schönert, Peter Hühn, Malte Stein. – Berlin : De Gruyter, 2007. – 339 p.
344. Stankiewicz, E. *Linguistics, Poetics and the Literary Genres* / E. Stankiewicz // *New Directions in Linguistics and Semiotics*. – Amsterdam : Benjamins, 1984. – P. 155–178.
345. Van Dijk, T. A. *Ideology: Multidisciplinary Approach* / T. A. Van Dijk. – London: Sage, 1998. – 424 p.
346. Velleman, J. D. *Narrative Explanation* / J. D. Velleman // *The Philosophical Review*. – 2003. – Vol. 112. – No. 1. – P. 1–25.
347. Walshe, I. *Great Britain: Customs and traditions* / I. Walshe, T. Khimunina, N. Konon. – St. Petersburg : Antology Publishers, 2005. – 224 p.

348. Walther, H. Hochzeitstagenamen / H. Walther // Sprachdienst. Jg. 36 / 1992. – H.6. – S. 181–187.
349. White, T. Broadcast news. Writing, reporting, and producing / Ted White. – Oxford : Focal Press, 2005. – 541 p.
350. Williams, K. Get me a Murder a Day! A history of mass communication in Britain / K. Williams. – London : Arnold, 1998. – 288 p.
351. Winston, B. Technology and society. A history: from the Telegraph to the Internet / B. Winston. – London : Routledge, 1998. – 389 p.
352. Wirth, U. Der Performanzbegriff im Spannungsfeld von Illokution, Iteration und Indexikalität / U. Wirth // Performanz. Zwischen Sprachwissenschaft und Kulturwissenschaften / hg. v. Uwe Wirth. – Frankfurt : Suhrkamp Wissenschaft 1575, 2002. – S. 9–60.
353. Wolf, W. Das Problem der Narrativität in Literatur, bildender Kunst und Musik: Ein Beitrag zu einer intermedialen Erzähltheorie / W. Wolf // Erzähltheorie transgenerisch, intermedial, interdisziplinär / hrsg. V. Nünning, A. Nünning. – Trier : WVT, 2002. – S. 23–104.

СПИСОК ЛЕКСИКОГРАФИЧЕСКИХ ИЗДАНИЙ

1. Арутюнова, Н. Д. Дискурс / Н. Д. Арутюнова // Языкознание: Большой энциклопедический словарь / Гл. ред. В. Н. Ярцева. – 2-е изд. – М.: Большая Российская Энциклопедия, 1998а. – С. 136–137.
2. Арутюнова, Н. Д. Перформатив / Н. Д. Арутюнова // Языкознание: Большой энциклопедический словарь / Гл. ред. В. Н. Ярцева. – 2-е изд. – М.: Большая Российская Энциклопедия, 1998б. – С. 372–373.
3. Ахманова, О. С. Словарь лингвистических терминов / О. С. Ахманова. – М. : Сов. энцикл., 1966. – 608 с.
4. Баранов, А. Н. Русская политическая метафора: (Материалы к словарю) / А. Н. Баранов, Ю. Н. Караулов ; АН СССР, Ин-т рус. яз. – М. : ИРЯ, 1991. – 193 с.
5. Большая советская энциклопедия [Электронный ресурс]. В 30 т. – М. : Советская энциклопедия, 1969–1978. – Режим доступа : <http://slovari.yandex.ru/~%D0%BA%D0%BD%D0%B8%D0%B3%D0%B8/%D0%91%D0%A1%D0%AD/> . (БСЭ)
6. Большой латинско-русский словарь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://linguaeterna.com/vocabula/index.php>. (ЛРС)
7. Большой толковый словарь русского языка / сост. и гл. ред. С.А. Кузнецов. – СПб. : Норинт, 2000. – 1536 с. (БТСРЯ/ТСРЯК)
8. Большой энциклопедический словарь / гл. ред. А. М. Прохоров. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : Большая Рос. энцикл., 1998. – 1456 с. (БЭС)
9. Большой энциклопедический словарь: Языкознание / Гл. ред. В. Н. Ярцева. – 2-е изд. – М.: Большая Рос. Энцикл., 1998. – 685 с.
10. Брокгауз, Ф. А. Иллюстрированный энциклопедический словарь : соврем. версия / Ф. А. Брокгауз, И. А. Ефрон; [подгот. текста: В. Людвинская и др.]. – М. : Эксмо, 2006. – 959 с.

11. Глоссарий.ru. Служба тематических толковых словарей [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.glossary.ru/>.
12. Ефремова, Т. Ф. Современный толковый словарь русского языка. В 3-х т. / Т. Ф. Ефремова. – М.: АСТ : Астрель : Харвест, 2006. – 976 с. (ТСРЯЕ)
13. Захаренко, Е. Н. Новый словарь иностранных слов: 25 000 слов и словосочетаний / Е. Н. Захаренко, Л. Н. Комарова, И. В. Нечаева. – М. : Азбуковник, 2006. – 784 с. (НСИС)
14. Землянова, Л. М. Зарубежная коммуникативистика в преддверии информационного общества: Толковый словарь терминов и концептов / Л. М. Землянова. – М. : Изд-во Московского ун-та, 1999. – 301 с.
15. Землянова, Л. М. Коммуникативистика и средства информации: Англо-русский толковый словарь концептов и терминов / Л. М. Землянова. – М. : Изд-во Моск. ун-та, 2004. – 416 с.
16. Иллюстрированный толковый словарь иностранных слов / Л. П. Крысин. – М. : Эксмо, 2008. – 896 с. (ТСИС)
17. Ильинский, С. В. Энциклопедический словарь PR и рекламы. 700 терминов. [Электронный ресурс] В 2-х ч. / предоставил Илья Франк. – Режим доступа : http://publ.lib.ru/ARCHIVES/I/IL'INSKIY_Sergey_Vladimirovich/_Il'inskiy_S.V..html#001 .
18. Керлот, Х. Э. Словарь символов / пер. Н. А. Богун, Ю. А. Данько, С. Г. Козуниной, В. А. Курганского и др. – М. : Рефл-бук, 1994. – 608 с.
19. Кривенко, Б. В. Частотный словарь языка массовой коммуникации / Б. В. Кривенко. – Воронеж : Воронеж. ун-т, 1992. – 218 с.
20. Крупнов, В. Н. Русско-английский словарь газетной лексики. = Russian-English Dictionary of Newspaper Language: Ок. 25 000 единиц / В. Н. Крупнов. – М. : Рус. яз., 1993. – 334 с.
21. Крупнов, В. Н. Язык современной прессы. Англо-русский словарь-справочник активной лексики. В 2-х т. Т. 1. / В. Н. Крупнов. – М. : Вышш. шк., 1993. – 224 с.

22. Крупнов, В. Н. Язык современной прессы. Англо-русский словарь-справочник активной лексики. В 2-х т. Т. 2. / В. Н. Крупнов. – М. : Высш. шк., 1993. – 237 с.
23. Крысин, Л. П. Современный словарь иностранных слов / Л. П. Крысин. – М.: АСТ-ПРЕСС КНИГА, 2012. – 416 с.
24. Культурология. XX век. Энциклопедия. [Электронный ресурс] / под ред. С. Я. Левита. – СПб. : Университетская книга, 1998. – В 2-х т. – Т. 2. – 447 с. – Режим доступа: <http://psylib.org.ua/books/levit01/txt088.htm#06>.
25. Курьянов, Е. И. Англо-русский словарь по средствам массовой информации = English-Russian dictionary of mass media: (с толкованиями): Ок. 12 тыс. терминов / Е. И. Курьянов. – М. : ММШП, 1993. – 318 с.
26. Лубенская, С. И. Большой русско-английский фразеологический словарь / С. И. Лубенская. – М. : АСТ-ПРЕСС , 2004 – 1056 с.
27. Мюллер, В. К. Новый большой русско-английский словарь : в 3 т. Около 180 тыс. слов и словосочетаний / под ред. Ю. И. Семенец. – М. : Альта-Принт, 2006. – 607 с.
28. Новая философская энциклопедия : в 4 т. / Ин-т философии РАН ; Нац. обществ.-науч. фонд ; предс. научно-ред. совета В. С. Степин. – 2-е изд., испр. и доп. – М. : Мысль, 2010. (НФЭ)
29. Новейший философский словарь / сост. и гл. науч. ред. А. А. Грицанов. – 3-е изд., испр. – Мн. : Книжный Дом, 2003. – 1280 с. (НФС)
30. Новый большой англо-русский словарь : в 3 т. / под ред. Ю. Д. Апресяна, Э. М. Медниковой. – М. : Русский язык, 1993 – 1994. – 2496 с. (НБАРС)
31. Ожегов, С. И. Толковый словарь русского языка: Около 80000 слов и фразеологических выражений / С. И. Ожегов, Н. Ю. Шведова. – 4-е изд., доп.. – М. : Азбуковник, 1999. – 944 с.
32. Ожегов, С. И. Толковый словарь русского языка : около 100 000 слов, терминов и фразеологических выражений / С.И. Ожегов ; под ред. Л. И. Скворцова. – 27-е изд., испр. – Москва : Оникс : Мир и Образование, 2011. – 735 с. (ТСО)

33. Педагогическое речеведение: словарь–справочник / под ред. Т. А. Ладыженской и А. К. Михальской ; сост. А. А. Князьков. – 2-е изд., испр. и доп. – М. : Флинта : Наука, 1998. – 312 с. (ПРСС)

34. Полный словарь иностранных слов, вошедших в употребление в русском языке [Электронный ресурс] / М. Попов. – М., 1907. – Режим доступа: <http://enc-dic.com/fwords/>. (ПСИС)

35. Полякова, Г. П. Частотный словарь языка газеты / Г. П. Полякова, Г. Я. Солганик. – М. : МГУ, 1971. – 281 с.

36. Постмодернизм. Энциклопедия / сост. А. А. Грицанов, М. А. Можейко. – Мн. : Интерпрессервис : Книжный Дом, 2001. – 1040 с. (ПЭ)

37. Русский ассоциативный словарь. В 2-х т. / Ю. Н. Караулов, Г. А. Черкасова, Н. В. Уфимцева, Ю. А. Сорокин, Е. Ф. Тарасов. – М. : Астрель : АСТ, 2002. – 1776 с. (РАС)

38. Русский семантический словарь. Толковый словарь, систематизированный по классам слов и значений : В 6-ти т. Т. 1. Слова указующие (местоимения). Слова именующие: имена существительные (Всё живое. Земля. Космос) / РАН. Ин-т рус. яз. ; под общей ред. Н. Ю. Шведовой. – М. : ИРЯ РАН, 1998. – 672 с. (РСС1)

39. Русский семантический словарь. Толковый словарь, систематизированный по классам слов и значений : В 6-ти т. Т. 2. Имена существительные с конкретным значением. Всё создаваемое руками и умом человека (населённые места, обрабатываемые участки, дороги; вещественные продукты труда); организации и учреждения. Названия предметов по форме, состоянию, составу, местонахождению, употреблению / РАН. Ин-т рус. яз. ; под общей ред. Н. Ю. Шведовой. – М. : ИРЯ РАН, 2000. – 674 с. (РСС2)

40. Русский семантический словарь. Толковый словарь, систематизированный по классам слов и значений : В 6-ти т. Т. 3. Имена существительные с абстрактным значением. Бытие. Материя, пространство, время. Связи, отношения, зависимости. Духовный мир. Состояние природы, человека. Общество /

РАН. Ин-т рус. яз. ; под общей ред. Н. Ю. Шведовой. – М. : ИРЯ РАН, 2003. – 695 с. (РССЗ)

41. Русский семантический словарь. Толковый словарь, систематизированный по классам слов и значений : В 6-ти т. Т. 4. Глагол. Глаголы с ослабленной знаменательностью: глаголы-связки и полужнаменательные глаголы, глаголы фазовые, глаголы модальные, глаголы связей, отношений и именованья. Дейктические глаголы. Бытийные глаголы. Глаголы со значением собственно активного действия, деятельности, деятельностного состояния / РАН. Ин-т рус. яз. ; под общей ред. Н. Ю. Шведовой. – М. : ИРЯ РАН, 2007. – 924 с. (РСС4)

42. Славянская мифология. Энциклопедический словарь / Институт славяноведения и балканистики РАН ; науч. ред. В. Я. Петрухин, Т. А. Агапкина, Л. Н. Виноградова, С. М. Толстая. – 2-е изд. – М. : Международные отношения, 2002. – 512 с.

43. Славянские древности : этнолингвист. слов. : в 5 т. / авт. коллектив: Т. А. Агапкина и др. ; редкол.: С. М. Толстая (отв. ред.) и др. ; Рос. акад. наук, Ин-т славяноведения и балканистики. – М. : Междунар. отношения, 1995. – 2012.

44. Словарь иностранных слов, вошедших в состав русского языка / под ред. А. Н. Чудинова. – СПб. : Издание В.И. Губинского, 1910. – 992 с. (СИС)

45. Словарь языка средств массовой информации = Mass Media Dictionary / под ред. Р. Терри Элмора. – М. : Русский язык, 1992. – 668 с.

46. Современный словарь иностранных слов: толкование, словоупотребление, словообразование, этимология / Л. М. Баш, А. В. Боброва и др. – 2-е изд. стер. – М : Цитадель, 2001. – 928 с.

47. Солганик, Г. Я. Стилистический словарь публицистики: Ок. 6000 слов и выражений / Г. Я. Солганик. – М. : Русские словари, 1999. – 646 с.

48. Солганик, Г. Я. Толковый словарь. Язык газеты, радио, телевидения: Ок. 10 000 слов и выражений / Г. Я. Солганик. – М. : АСТ : Астрель, 2008. – 752 с.

49. Справочник для журналистов стран Центральной и Восточной Европы / Фонд защиты гласности, Союз журналистов России ; ред.-сост. М. Ф. Мэллет ; пер. с англ. И. Осадчей ; ред. пер. Б. Шпотов. – М. : Права человека, 1998. – 151 с.

50. Степанов, Ю. С. Константы: Словарь русской культуры. Опыт исследования / Ю. С. Степанов. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Академический Проект, 2001. – 990с.

51. Толковый словарь русского языка конца XX века. Языковые изменения / под ред. Г. Н. Складневской. – СПб : Фолио-Пресс, 1998. – 700 с.

52. Фадеева, А. Мир искусства и мир перформанса. Традиции отечественного искусства XX века в практике московского перформанса 1970-80-х годов [Электронный ресурс] / А. Фадеева // АРТ-АЗБУКА. Словарь современного искусства / под ред. М. Фрая. – 2000–2007. Режим доступа: <http://azbuka.gif.ru/critics/fadeeva/>.

53. Федоров, Б. Г. Новый англо-русский банковский и экономический словарь = English-Russian banking and economic dictionary : 15000 терминов / Б. Г. Федоров. – СПб. : Лимбус Пресс, 2001. – 838 с.

54. Философия: Энциклопедический словарь [Электронный ресурс] / под редакцией А. А. Ивина. – М. : Гардарики, 2004. – Режим доступа : http://dic.academic.ru/contents.nsf/enc_philosophy/. (ФЭС1)

55. Философский энциклопедический словарь / гл. редакция: Л. Ф. Ильичев, П. Н. Федосеев, С. М. Ковалев, В. Г. Панов. – М. : Советская энциклопедия, 1983. – 839 с. (ФЭС2)

56. Этимологический словарь русского языка [Электронный ресурс] / М. Р. Фасмер. – М. : Прогресс, 1964-1973. – Режим доступа: <http://etymolog.ruslang.ru/index.php?act=contents&book=vasmer.> (ЭСФ)

57. An Encyclopaedia of Language / ed. by N. E. Collinge. – London ; New York : Routledge, 2005. – 558 p.

58. Duden Deutsches Universalwörterbuch / hrsg. und bearb. vom Wissenschaftlichen Rat und den Mitarbeitern der Dudenredaktion. [Red. bearb.: Matthias

Wernike ...]. – 3., völlig neu bearb. und erw. Aufl. – Mannheim ; Leipzig ; Wien ; Zürich : Dudenverl., 1996. – 1816 S. (DDU)

59. Duden Deutsches Universalwörterbuch [Электронный ресурс] / Bibliographisches Institut GmbH, 2013. – Режим доступа: <http://www.duden.de/woerterbuch>. (DDU)

60. Holder, R. W. How not to say what you mean: a dictionary of euphemisms / R. W. Holder. – 3rd ed. – New York : Oxford University Press, 2002. – 501 p.

61. Köbler, G. Deutsches Etymologisches Wörterbuch [Electronic resource] / Gerhard Köbler. – 1995. – Режим доступа: <http://www.koeblergerhard.de/derwbhin.html>.

62. Longman Dictionary of English Language and Culture. – 3rd ed. – London : Pearson Education Limited, 2005. – 1620 p. (LDELС)

63. Macmillan English Dictionary for Advanced Learners / Michael Rundell. – 2nd ed. – Oxford : Macmillan Publishers Ltd., 2007. – 1854 p.

64. Online Etymology dictionary [Электронный ресурс] / Douglas Harper. – Режим доступа: <http://www.etymonline.com/index.php>. (OED)

65. The Cambridge Encyclopedia of the English Language / David Crystal. – 2nd ed. – London ; New York ; Sydney ; Toronto : BCA, 1997. – 489 p.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ МАТЕРИАЛА**ПЕЧАТНЫЕ И ЭЛЕКТРОННЫЕ МАССМЕДИА (2000-2014)**

АИФ. ЗДОРОВЬЕ (АРГУМЕНТЫ И ФАКТЫ. ЗДОРОВЬЕ)

АИФ. ПРО КУХНЮ (АРГУМЕНТЫ И ФАКТЫ. ПРО КУХНЮ)

НАШ ВЕСТНИК

<http://7days.ru/> (СЕМЬ ДНЕЙ)

<http://afisha.mail.ru/>

<http://allapugacheva.pro/>

<http://anekdotov.net;>

<http://apinews.ru/>

<http://argala.ru/>

<http://argumenti.ru/> (АРГУМЕНТЫ НЕДЕЛИ)

<http://differed.ru/>

<http://gauriblog.ru/>

<http://heat.ru/>

<http://ivona.bigmir.net/>

<http://lady.mail.ru/>

<http://lady.pravda.ru/>

<http://lifenews.ru/>

<http://life-show.biz/>

<http://mirnov.ru/> (МИР НОВОСТЕЙ)

<http://mupartys.ru/>

<http://neformat.co.ua/>

<http://news.mail.ru/>

<http://news.rambler.ru/>

<http://npir.narod.ru/> (ВСЕ О СВАДЬБЕ)

<http://opensoul.narod.ru/main.htm>

<http://otvet.mail.ru/>

http://petushok.ru/front_end/index (КЛУБ «ЗОЛОТОЙ ПЕТУШОК»)

http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%97%D0%B0%D0%B3%D0%BB%D0%B0%D0%B2%D0%BD%D0%B0%D1%8F_%D1%81%D1%82%D1%80%D0%B0%D0%BD%D0%B8%D1%8

<http://russia.tv/>

<http://sheknow.ru/> (ИНТЕРНЕТ-ЖУРНАЛ «ОНА ЗНАЕТ»)

<http://show-biz.novostimira.biz/>

<http://sobesednik.ru/>

<http://svadba.yra-ru.ru/> (СВАДЬБА NEWS)

<http://swarog.ru/>

<http://taini-zvezd.ru/> (ЕЖЕНЕДЕЛЬНЫЙ ЖУРНАЛ «ТАЙНЫ ЗВЕЗД»)

<http://ti-sobytie.ru/> (ТИРИ-ТИРИ ТЕСТО)

http://tost.delfon.ru/pozdr_sp.php

<http://virusvideo.ru/>

<http://vodvore.net/>

<http://w2w.com.ua/> (WOMAN TO WOMAN / МЕЖДУ НАМИ, ДЕВОЧКАМИ)

<http://womens-place.ru/>

<http://www.1tv.ru/> (ПЕРВЫЙ КАНАЛ)

<http://www.aif.ru/> (АРГУМЕНТЫ И ФАКТЫ)

<http://www.baby.ru/>

<http://www.bbc.co.uk/>

<http://www.bfm.ru/> (РАДИО БИЗНЕС ФМ)

<http://www.bigmir.net/>

<http://www.bild.de/>

<http://www.city-n.ru/> (ГОРОД НОВОСТЕЙ)

<http://www.dailytelegraph.com.au/>

<http://www.discoverwedding.ru/>

<http://www.eg.ru/> (ЭКСПРЕСС-ГАЗЕТА)

<http://www.eurosmi.ru/#a>

<http://www.faz.net/> (FRANKFURTER ALLGEMEINE ZEITUNG)

<http://www.glamour.ru>
<http://www.huffingtonpost.com/>
<http://www.independent.co.uk/>
<http://www.kleo.ru/>
<http://www.kp.ru/> (КОМСОМОЛЬСКАЯ ПРАВДА)
<http://www.kp.ru/radio/> (РАДИО КП)
<http://www.krasotana5.ru/>
<http://www.maastars.com/>
<http://www.mholiday.ru/> («СТУДИЯ ПРАЗДНИКА MR.HOLIDAY»)
<http://www.mk.ru/> (МОСКОВСКИЙ КОМСОМОЛЕЦ)
<http://www.netlore.ru/> (АНТОЛОГИЯ СЕТЕВОГО ФОЛЬКЛОРА)
<http://www.newsinfo.ru/>
<http://www.ng.ru/> (НЕЗАВИСИМАЯ ГАЗЕТА)
<http://www.novayagazeta.ru/>
<http://www.ntv.ru/> (КАНАЛ НТВ)
<http://www.perepoloh.ru/> (СВАДЕБНЫЙ ПЕРЕПОЛОХ)
<http://www.popcornnews.ru/>
<http://www.pravda.ru/>
<http://www.purepeople.ru/>
<http://www.rg.ru/> (РОССИЙСКАЯ ГАЗЕТА)
<http://www.segodnya.ua/>
<http://www.spiegel.de/>
<http://www.stern.de/>
<http://www.telegraph.co.uk/>
<http://www.thamesdiamondjubileepageant.org/> (Сайт, специально созданный для организации празднования 60-летнего юбилея Елизаветы II на Темзе)
<http://www.time.com/time/>
<http://www.top68.ru/>
<http://www.topnews.ru/>
<http://www.uralweb.ru/>

<http://www.vesti.ru/>

<http://www.welt.de/>

<http://www.woman.ru/>

<http://www.youtube.com/>

<http://www.zeit.de/index>

<http://www.zemlemer-67.ru/home/>

<http://www.zheltaya.ru/>

<http://zanimatika.narod.ru/index.htm>

<http://zn.by/>