

Володимир Грисюк, м. Луцьк

Спроба цілісного аналізу «еротичного» в чоловічому журналі PLAYBOY

На сучасному етапі розвитку масової комунікації потреба в ігнорованому вітчизняними науковцями всебічному дослідженні еротичного та порнографічного (а загалом – сексуального) дискурсу на сторінках українських¹ часописів є очевидною. Також важливо простежити нові естетичні втілення еротичних тенденцій у взаємозв'язку з сучасними формами калейдоскопічного світобачення та динамічного процесу пострадянського секс-розкріпачення.

У пропонованому дослідженні ми, відходячи від питань «голизни», «ракурсу», «ступеня близькості до генітальних зон», спробуємо розглянути еротіку в широкому аспекті. Тобто, апробовуючи розроблений естетико-поліграфічний аналіз, «прооперуємо» український еротичний ринок поліграфічної продукції (на прикладі легендарного журналу PLAYBOY [4]). Якщо такий експеримент пройде благополучно, ми за допомогою набутого досвіду візьмемося за проведення аналогічного аналізу еротичного у ЗМІ, оцінюючи та класифікуючи хаотичні й інтерканальні потоки розсіювання «еросу» в максимально безневинних, а також гіперфривольних і розпусних втіленнях.

Проблема наукового дослідження цієї теми не дарма бентежить дослідників, передусім «фахівців-моралістів» та законодавців [1], які регулюють (чи – мали б регулювати) відповідні юридичні нюанси на державному рівні, позаяк офіційне кодифіковане «лікування» повсюдного проникнення сексуального вістря – головний їхній обов'язок перед широкою громадськістю і, окрім того, красномовний показник дієвості не так законодавчого, як виконавчого апарату, що, вочевидь, перебуває на дні суспільної довіри й авторитетності.

Отож, розпочнемо запланований науковий експеримент, відкриваючи першу сторінку еротичного чоловічого журналу PLAYBOY. На цій стадії варто задіяти метод порівняння, дедукції та індукції, використовуючи навички системного опрацювання документів / фактів.

У структурі пропонованого аналізу загалом п'ять позицій: джерело, суб'єкт, об'єкт, ступінь еротизації / порнографізму, особливості рецепції та медіа-впливи.

Після вибору виду джерела найперше вказуємо наклад, який у більшості випадків визначає рівень довіри, популярності та авторитетності ЗМІ. Однак саме для еротичних видань тираж часто має тільки фінансове значення, нівелюючи згадані категорії. Це пов'язано з масовістю сексуальної тематики, на яку завжди є попит. Взяти хоча б сороміцькі неглянцеві міні-журнали майже порнографічного змісту, в яких на базі життєвих обставин розкриваються несподівані історії різноманітних видів сексу. Така «макулатура» хоч і не має свого естетично-поліграфічного обличчя (адже працює на комерційній основі), продукується в геометричній прогресії.

Значно скромнішими є накладі легендарного чоловічого журналу PLAYBOY – 25 тис. екземплярів (у серпні 2013 року). За статистичними даними PLAYBOY поступово втрачає обсяг продукування. Насамперед можемо це пояснити розвитком електронних ЗМІ, зокрема популяризацією Інтернету, де кожен охочий тепер, маючи потребу, скористається будь-яким порносайтом, не витративши жодної копійки. Оскільки PLAYBOY не страждає від надміру інтелектуальності й перенасичений рекламою товарів розкоші, така тенденція є закономірною.

Також показовою є ціна або вартість – наступна сходинка аналізу джерела. Орієнтуючись на конкретну аудиторію, видавець ставить адекватну цінову планку. Чим джерело дешевше, тим більше людей зможе його придбати. Імениті еротичні журнали прибавляють у ціні завдяки бренду, тим самим визначаючи соціальний статус читачів: PLAYBOY [4], XXL [5], MAXIM [3] – відповідно 19,25 грн.², 18,50 грн.³, 19 грн.⁴). А от згадані неглянцеві міні-журнали можна придбати в метро за 5–7 грн.

© Грисюк В. П., 2014

¹ Маємо на увазі українські версії іноземних часописів, адже якісних еротичних національних видань (вартих аналізу) на часі бракує.

² Станом на серпень 2013 року (українська версія).

³ Станом на липень-серпень 2013 року (українська версія).

⁴ Станом на вересень 2013 року (українська версія).

Завершуємо аналізувати джерело дизайн-баченням. Як правило, солідні видання мають у штаті професійного дизайнера, який задає основний художньо-мистецький тон. Якщо такого фахівця немає, то це неважко спостерегти візуально. На етапі оцінки дизайн-бачення розглядаємо вдале / невдале зовнішнє оформлення джерела (кольорову гаму, стилі, способи розміщення тексту й зображального матеріалу, якість обробки фото, чіткість тощо). У журналі PLAYBOY, варто зазначити, на це звертають особливу увагу: шрифт заголовків і вторинного тексту чіткий, витриманий у лаконічному чоловічому стилі, легко читабельний; стиль кубізму (картинки і текст сформовано у правильні геометричні кубічні й підкреслено лаконічні блоки; якість і поліграфічна чіткість теж на високому виробничому рівні. Відповідальні за зовнішнє оформлення журналу – арт-директор Ігор Маханьков та fashion-редактор Анна Бойченко.

Друга позиція нашого аналізу – суб'єкт. Для журналу PLAYBOY характерне зображувальне різноманіття, тому суб'єктами виступає група авторів (тим більше, що ми аналізуємо журнал у діахронії). Здебільшого на сторінках PLAYBOY розміщуються гумористичні ілюстрації, карикатури, малюнки, іноді репродукції картин і завжди – професійні авторські фотосесії з моделями зразка 90–60–90. Слід відокремити також Інтернет як негласне джерело деякого зображувального матеріалу. На нашу думку, чи не в усіх сучасних ЗМК мережа є повноцінним безіменним автором (чи псевдоавтором), якого в контексті пропонованого аналізу логічно віднести до групи анонімів.

Переходимо до третього шабля – об'єкта. Позаяк досліджуємо журнал у ретроспективі (у сукупності багатьох випусків PLAYBOY), його характеристикою є еротичний зображувальний спектр загалом. Щодо якості зображувального коду: фото колористично гармонійні, з широким розширенням, воно забезпечує чіткість передачі деталей; ідеї фотографів здебільшого цілком зрозуміло прочитуються: еротичні мотиви подані в невимушеному грайливому, відверто-показовому та часом комедійно-пародійному ракурсі (усе залежить від погляду на природу еротики автора). Журнал вдало складений композиційно: еротичні світлини грамотно розподілені відповідно до обсягу видання (початок – середина – кінець). Таким чином, читач, аби ознайомитися зі змістом еротичної продукції, повинен переглянути майже всі сторінки числа (разом із рекламою). Носій зображувального коду в журналі PLAYBOY – глянець.

З огляду на те, що поліграфічний еротичний дискурс в Україні не набув великої популярності через цілий ряд причин, PLAYBOY представляє зовнішньо-структурну доречність еротики тільки на світовому ринку. В українських поліграфічно-видавничих реаліях еротика функціонує у відносно цнотливій формі (XXL, MAXIM) й у значно меншій кількості. Проте мистецький еротичний складник, що б там не казали, на суттєво вищому художньому рівні, аніж аналогічні експерименти іноземних майстрів. Наприклад, у США поп-культура, наче чума, «скосила» невимушеність, грацію, природність і незамінний провінціалізм. Натомість повсюдне явище – штучні форми, заводський зміст і очевидна проекція на порнографію, тобто відверте сексуальне фізіологічне нашарування. Така тотальна тілесність не прижилася у відкритому світі українських ЗМІ, тож перейшла в «офшорні зони» всесвітньої павутини.

Далі розглянемо завдання, які ставить перед собою PLAYBOY, демонструючи «полуничку»: підтримка статусу «легендарного еротичного журналу»; задоволення потреб аудиторії в еротичній продукції; привернення до себе уваги суспільства; популяризація третіх осіб (актрис, співачок, моделей тощо) – комунікаційна технологія обміну славою; реабілітація «сірого» буквенного коду та надміру реклами. Логічно, що прогнозовані результати завбачливо вкладені в завдання еротичного показу.

Аби не бути голосливими, наступні сходинки аналізуємо згідно пропонованого плану. Отже (див. завершення тексту): с) залучені ресурси: с. 1) інтелект- та дизайн-ідеї; с. 2) час: проведення фотосесій, обробка, верстка тощо; приміщення: оренда майданчиків, павільйонів; с. 3) персонал: веб-дизайнери, системні адміністратори, костюмери / косметологи, освітлювачі, дизайн-редактори, спеціалісти із верстки, натурники, моделі та ін.; с. 4) техніка: професійні фотоапарати, сканери, ПК, поліграфічні видавничі засоби, програмне забезпечення (Adobe Photoshop, Artweaver, GIMP та ін.); с. 5) канцелярія: олівці, папір, макети, зразки; художнє обладнання: фарби, пензлики, мольберт, полотно.

Обраний еротичний підхід журналу, за нашими спостереженнями, підпадає (після розгляду його естетичного складника), під визначення пункту d. 2) – комерційно-споживацький, професійний. Таким чином, ми не оцінюємо журнал PLAYBOY як зразок вартісного високомистецького еротичного поліграфічного продукту, а визначаємо його масову основу в елітарній обкладинці. Як вдалося з'ясувати, концепти «erotika» і «секс» є важливими для різних соціальних груп, тож не

маємо права маркувати PLAYBOY як «ганчіркову макулатуру» тільки через те, що в журналі не розвинені філософські підтексти еросу, а мистецький аспект еротики ідеально вписується в понятійні рівні загальної споживацької культури. Отже, запропонована класифікація цілком виправдана.

Четвертий критерій аналізу – ступінь еротизації/порнографізму. Цікаво до питання розрізнення (у нашій інтерпретації – ступенювання) еротики/порнографії підійшов креативний київський фотограф Сергій Рижков. У коментарях на одному із веб-сайтів він зазначив: «Різниця між еротичним і порно в тому, що перше призначене для естетичного наповнення і має ознаки мистецтва, друге – призначене для задоволення статевої пристрасті. Я б не хотів, щоб при перегляді моїх робіт люди займалися мастурбацією. Коли вдається створити роботу, в якій тіло не грає роль сексуального збудження, а грає роль натхнення і споглядання Божественного творіння, – це означає перемогу над тілесним» (переклад з рос. – В. Г.) [2]. Позаяк PLAYBOY представляє аж ніяк не еротичну як мистецтво, то мусимо віднести журнал до ряду *hard erotic* (тобто вульгарної еротики). Беручи до уваги семантичні нашарування самого бренду чоловічого журналу (і причетність у кінематографії до провокативних контекстів), можливість того, чого б не хотів Рижков, є цілком імовірною, отож і перевага низового цілком очевидна.

На завершення аналізу журналу PLAYBOY прослідкуємо особливості рецепції та медіа-впливи: а) реакція аудиторії на твір – адекватна, хоч не позбавлена грайливості, певного шаржування, гумористично-пародійного присмаку; асоціації, як правило, викликані сексуальною тематикою; у суспільстві PLAYBOY – яскравий символ розпусти, всесвітнього безчинства або просто «порнографічний Олімп», хоч цю естафету в багатьох країнах світу, де порнографія легалізована, перехопили більш епатажні порножурнали; б) зацікавленість аудиторії у проекції соціальних потреб – синтезована: розважальна, фізіологічна, певною мірою інформативна; с) доступ до видання дітей до 18 років – заборонений; с. 1) засіб захисту – герметична прозора упаковка, продається журнал не обов'язково у спеціалізованих магазинах, найчастіше – всюди, де є стихійні розкладки преси (кіоски, супермаркети, ринки тощо).

Отже, можемо припустити, що розроблений нами естетико-поліграфічний аналіз придатний для широкого дослідження еротичних дискурсів у ЗМІ, адже у цьому міні-дослідженні нам таки вдалося проаналізувати журнал PLAYBOY за еротичним складником розміщених на сторінках фотоматеріалів.

Література

1. Національна експертна комісія України з питань захисту суспільної моралі [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.moral.gov.ua/documents/39/>
2. Фото-відеосъемки обнаженной и полубнаженной природы [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://drazni.com/>
3. МАХІМ : украинская версия [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.maximonline.ru/>
4. PLAYBOY : украинская версия : легендарный мужской журнал [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://playboyua.com.ua/>
5. XXL : украинская версия : журнал с мужским характером [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://xxl.ua/>

Науковий керівник – О. М. Косюк, канд. філол. н., доц.

Ірина Ковальчук, м. Луцьк

Комунікативно-прагматичні особливості сучасного німецькомовного євроінтеграційного дискурсу

Взаємозв'язки мови та зовнішньополітичного простору, мови та ідеології перебувають у фокусі уваги дискурсології після початку нового тисячоліття (Kersten Sven Roth, Markus Wiener, Stalina Katajewa) [3; 5]. Процеси європейської інтеграції, які стали основною метою німецької зовнішньої політики, сприяли появі європейського євроінтеграційного дискурсу. Побудований на нових концептуальних засадах, він є важливим в аспекті вивчення мовних механізмів конструювання новостворюваних ідеологій.