

УДК

С.В. Попова

Университет «Туран, Республика Казахстан, г. Алматы

E-mail: svetvla@ru

О некоторых лингвокультурологических аспектах перевода романа Д. Остен «Гордость и предубеждение»

В статье рассматриваются аспекты перевода художественной литературы, приводятся отличия целей создания, структуры, способов отражения информации в логических и развлекательных текстах. Рассматривается проблематика национально-культурной обусловленности художественного текста и некоторые лингвокультурологические аспекты.

Ключевые слова: художественный перевод, организация текста, средства перевода, композиция литературного текста, штампы, картина мира.

S.V. Popova

Some linguocultural aspects of translation D. Austen novel «Pride and Prejudice»

This article discusses the possibilities and ways of overcoming linguocultural gaps in translating the texts of fiction in general, and in the novel by the English writer of the XIX century AD Austen «Pride and Prejudice», in particular.

Keywords: literary translation, organization of the text, translation tools, the composition of the literary text, stamps, picture of the world.

С.В. Попова

Д. Остен «Гордость и предубеждение» романның аудармасының біреудің лингвокультурологиялық аспектері

Мақалада жалпы көркем әдебиет аудармасында және дербес жағдайда 21 ғасырдың ағылшын жазушысы «Д. Остеннің» «Тәкаппарлық және қате түсінік» романында лингвомәдениет әдіс-тәсілдері және мүмкіндіктері қарастырылады.

Түйін сөздер: көркем аударма, мәтінді ұйымдастыру, аударма тәсілі, әдеби мәтіннің композициясы, мөр, әлемнің суреті.

Introduction

Попытки дать определение таким понятиям, как художественная литература и художественный текст, предпринимались неоднократно. Писатели и литературоведы разных стран пытались провести четкую границу между художественной и «нехудожественной» литературой, между художественными и нехудожественными текстами. Однако до сих пор нет ни одного более или менее удовлетворительного определения, позволяющего разграничить эти типы текстов по каким-либо формальным признакам. Это,

впрочем, не означает, что таких отличий нет, что у художественного текста нет никакой специфики. Проблема состоит в том, что эта специфика очень плохо поддается формализации.

Безусловно, одно из основных отличий художественного текста от любого другого состоит в том, что в нем действительность (а точнее – то или иное ее отражение) представлена в виде образа. По сути дела, деление текстов на художественные и нехудожественные основывается на том, что у человека существуют две разные системы мышления: логическое и образное. Если научные, документальные и прочие нехудожественные,

ственные тексты опираются на систему логического мышления, на логическое отражение мира, то тексты художественные апеллируют к образному мышлению, к способности человека познавать мир образно.

Main body

Художественные тексты отличаются от логических не только целью создания, но и характером передаваемой информации, так как в художественном тексте обычно передается информация и интеллектуальная, и эмоциональная, и эстетическая. Вполне естественно, что для этого требуются и особые способы передачи информации. Все эти виды информации передаются через рациональное, эмоциональное и эстетическое воздействие на получателя.

Такое воздействие достигается с помощью языковых средств всех уровней. Для этого используется и ритмическая организация текста, и фоносемантика, и лексическая семантика, и грамматическая семантика, и многие другие средства.

Информация в художественном тексте, в отличие от логического, может сообщаться эксплицитно, а может имплицироваться с помощью всевозможных иносказаний — аллегорий, символов, аллюзий и т.д.

Особо следует отметить такую особенность художественного текста, как предполагаемая автором степень активности читателя, его участие в создании произведения, сотворчество. В отличие от логических текстов, где роль получателя сводится к восприятию фактов, в художественной литературе автор в ряде случаев апеллирует к жизненному и читательскому опыту того, кому текст адресован, рассчитывает на появление у читателя определенных ассоциаций, на определенную степень «домысливания» и т.д. Этому способствует и выбор типа повествования, и присутствие в тексте фигуры рассказчика, и степень адресованности текста. Так, к примеру, совершенно разную степень сотворчества предполагают:

- а) как бы отстраненное и объективное повествование от третьего лица;
- б) значительно более личное, взывающее к сопереживанию повествование от первого лица, и
- в) повествование, непосредственно обращенное к читателю.

Если в логическом тексте выбор местоимения не имеет принципиального значения (в инструкции к какому-либо прибору можно сказать: «one must be careful или you must be careful или даже it is necessary to be careful when...»), то в художественном произведении это становится одним из средств воздействия на читателя и тем самым создает серьезные проблемы переводчику. Так, например, при попытке сохранить повествование от первого лица в переводе английского текста на русский язык переводчик сталкивается с проблемой рода, отсутствующего в английском, но обязательного в русском в том случае, если повествование ведется в прошедшем времени. Точно так же перед переводчиком возникает проблема с «you» — «ты» или «вы»? Аналогичные трудности возникнут и при переводе такого текста на немецкий или французский языки. Естественное желание снять эту проблему, заменив местоимение, может привести к значительным искажениям художественного текста, к разрушению авторского замысла.

Одной из основных особенностей художественного текста является наличие в нем лирического героя. По выражению В. В. Виноградова, можно сказать, что в произведении всегда есть образ автора, который и создает внутреннее единство текста [1, 136]. В отличие от логического, художественный текст не может быть объективным, лишенным авторской позиции, авторского отношения к героям и событиям, авторской интонации. При этом, разумеется, нельзя смешивать образ автора с образом рассказчика, от лица которого ведется повествование. У одного и того же писателя могут быть произведения, написанные от лица мужчины и от лица женщины, в одном случае рассказчик может быть негодяем, а в другом — воплощением добродетели. Однако, даже в тех случаях, когда повествование ведется от лица одного из персонажей, за спиной у него всегда стоит автор со своим отношением к персонажам и к происходящему, автор, ведущий опосредованный разговор с читателем. И зачастую, этот скрытый разговор в художественном произведении оказывается важнее описываемых событий.

Художественные тексты отличаются от логических и своим структурным разнообразием. Если в логическом тексте информация подается линейно, последовательно, то в художественном произведении могут чередоваться эпизоды, относящиеся к разным сюжетным линиям, могут

смещаться и даже смешиваться разные хронологические и логические планы, появляться так называемые ретроспективные эпизоды. Прочитанное ранее может переосмысливаться после получения новой информации. Автор может сознательно «утаивать» часть информации до определенного момента, сознательно создавать некоторую двусмысленность. Все это служит созданию у читателя нужного настроения, нужного впечатления, помогает автору подготовить читателя к восприятию дальнейших событий как чего-то ожидаемого или, наоборот, неожиданно.

Структуру художественного произведения часто называют композицией. Композиция – это «членение и взаимодействие разнородных элементов или, иначе, компонентов литературного произведения» [2, 94]. По сути дела, композиция – это способ организации текста. При этом можно говорить о внешней организации произведения (деление на главы, части, явления, акты, строфы, т.е. о внешней композиции), а можно – о структуре художественного содержания, о внутренней основе (т.е. о внутренней композиции).

Простейшие компоненты композиции объединяются в более сложные. Но на протяжении каждого отрезка-компонента, так или иначе, сохраняется один ракурс, выдерживается определенная точка зрения – автора, персонажа, стороннего наблюдателя и т.д.

Из сказанного следует чрезвычайно важный вывод: в художественном тексте целое не может быть механически выведено из суммы частей. Правильно перевести каждый компонент еще не значит правильно перевести текст в целом.

И если логическая и хронологическая последовательность частей задана автором и не зависит от переводчика, то сохранение заложенных в текст внутренних связей между частями требует тщательного анализа и поиска соответствующих средств переводящего языка.

И. А. Кашкин пишет: «Понять недоговоренности в рассказах иногда помогают, кроме контекста, возможного в крупных вещах, и внешне неприметные ключевые фразы, как сгусток, в котором сконцентрирован подтекст. Буквальный перевод, передавая слова, а не речь, язык, а не слог, частности, а не целое, не может полностью передать текст произведений художественной литературы. При переводе художественной книги переводить надо не изолированный словесный знак и его грамматическую оболочку

в данном языке, а мысль, образ, эмоцию – всю конкретность, стоящую за этим словом, при непременном учете всех выразительных средств, всей многосмысленности знака или многозначности слова. За каждым словом стоит все произведение как идейно-художественное целое» [2, 377].

Отсюда становится понятной вся важность воссоздания переводчиком композиции литературного текста во всей полноте взаимосвязей между частями, необходимость сохранения всех способов передачи информации.

Следующая особенность художественного текста состоит в том, что, в отличие, скажем, от научных статей или технических описаний, он обычно характеризуется *высокой степенью национально-культурной и временной обусловленности*. Любой художественный текст характеризуется определенным соотношением компонентов «общечеловеческое – национальное» и «всегда – сейчас (тогда)». Независимо от того, стремится автор к этому или нет, художественный текст всегда отражает особенности того народа, представителем которого автор является и на языке которого он пишет, и того времени, в котором он живет. Кроме того, писатель может сознательно вводить в свой текст национально-культурные реалии, ассоциирующиеся к тому же с определенным временем в жизни народа.

Вообще, все *реалии* в художественном тексте можно разделить на упомянутые и неупомянутые, присутствующие имплицитно, в виде фоновых знаний, наличие которых у читателя писатель сознательно или бессознательно предполагает. Примером сознательной апелляции к фоновым знаниям может служить *аллюзия*: автор намекает на какое-то событие, провоцируя появление у читателя совершенно определенных ассоциаций, необходимых для понимания авторской мысли. Часто же у писателя расчет на наличие общих с читателем фоновых знаний бывает подсознательным. Это объясняется тем, что обычно писатель представляет себе своего возможного читателя, ориентируется на людей с более или менее определенными знаниями, определенным уровнем восприятия, настраивается на этот уровень.

Упомянутые в тексте реалии также неоднородны. Они могут там появляться по воле автора и как бы без ведома автора.

Вообще национальная специфика текста возникает неизбежно уже в силу того, что язык

хранит в себе национальную историю, национальную культуру. По образному выражению Е. В. Клюева, «у слов прекрасная память. Любое слово обросло уже бесчисленным множеством смыслов — и его невозможно употребить так, чтобы реализовался лишь один из них. А потому независимо от того, хочется мне подразумевать или нет, я все равно что-нибудь да подразумеваю» [3, 170]. И поскольку слово «обрасталось» всеми этими значениями в рамках определенной культуры, оно невольно отражает ее специфику и «заставляет» нас подразумевать что-то такое, что понятно только людям, говорящим на том же языке.

Язык закрепляет в себе исторически сложившиеся особенности народа в восприятии и отражении окружающего мира, в том числе и в образном его отражении. Это проявляется в наличии устойчивых сравнений, языковых метафор, эпитетов, метонимических номинаций.

С проблемой национально-культурной обусловленности художественного текста тесно сопрягается проблема его самодостаточности. Будучи частью национальной культуры, любое художественное произведение опирается на определенные литературно-художественные традиции, без знания которых его иногда невозможно понять. Кроме того, автор может использовать аллюзии, отсылающие читателя к фактам иной культуры, знание которой у читателя предполагается. С проблемой национально-культурной обусловленности художественного текста тесно сопрягается проблема его самодостаточности.

Читатель оригинала (в том числе и переводчик) должен быть в состоянии распознать все то, к чему его отсылает автор, и понять, для чего он это делает. А это возможно лишь в том случае, если читатель (переводчик) хорошо знаком с национальной культурой той страны, на языке которой написано произведение.

В этой связи хочется упомянуть о некоторых лингвокультурологических аспектах перевода романа Джейн Остен «Pride and Prejudice», выполненного И. Маршаком.

Перевод Маршака считается почти образцовым, но и он содержит в себе несколько лакун, заполнить которые можно, лишь обладая определенными лингвокультурологическими знаниями.

Так, всем известное начало романа гласит:

It is a truth universally acknowledged, that a

single man in possession of a good fortune, must be in want of a wife [5, 15].

Как мы видим, уже первое предложение романа дает нам представление как о знаменитом английском юморе, так и о знаменитом стиле Джейн Остен, являющейся воплощением английскости в мировой литературе.

В переводе Маршака мы видим следующую версию:

Все знают, что молодой человек, располагающий средствами, должен подыскивать себе жену [6, 23].

В данном случае наличествует несколько лакун, которые можно восполнить аналитическим путем.

Во-первых, конструкцию «*It is a truth universally acknowledged*» нельзя перевести, на наш взгляд, выражением «все знают», поскольку в таком варианте перевода теряется знаменитая английская ирония, присущая стилю Джейн Остен, которая могла бы быть донесена до читателя выражением «всемирно известная истина», или «истина, не подвергающаяся сомнению».

Во-вторых, выражение **a single man in possession of a good fortune**, в переводе Маршака *молодой человек, располагающий средствами*, не отражает в полной мере мысль оригинала, поскольку *a single man* – это холостяк, вне зависимости от возраста, а *in possession of a good fortune* означает, «имеющий внушительное состояние» (это выражение является устойчивым, и применяется именно в отношении чьих-либо финансовых средств большого и очень большого размера). Таким образом, более точным вариантом может быть выражение «холостяк, имеющий большое состояние».

В-третьих, конструкция *must be in want of a wife* в переводе звучащая как *должен подыскивать себе жену* также, по нашему мнению, не является точной, поскольку автор романа делает акцент на непременно **желании** предполагаемого героя жениться, а не на процессе поиска предполагаемой супруги. То есть, более уместным был бы следующий перевод; *должен хотеть жениться*, со смысловым ударением на слове «хотеть».

Таким образом, начало романа может звучать, как:

Истина, не подвергающаяся никакому сомнению, состоит в том, что всякий холостяк с большим доходом непременно должен хотеть жениться.

В следующих предложениях мы можем встретить еще несколько примеров частичной утраты смысла, которые могут быть восполнены при помощи лингвокультурологического анализа. Например:

However little known the feelings or views of such a man may be on his first entering a neighbourhood, this truth is so well fixed in the minds of the surrounding families, that he is considered the rightful property of some one or other of their daughters [5, 15].

Как бы мало ни были известны намерения и взгляды такого человека после того, как он поселился на новом месте, эта истина настолько прочно овладевает умами неподалеку живущих семейств, что на него тут же начинают смотреть как на законную добычу той или другой соседской дочери» [6, 23].

В оригинале текста мы видим *feelings or views of such a man*, а в переводе – *намерения и взгляды такого человека*, и легко догадаться, что речь идет именно о чувствах (*feelings*), а не о намерениях, поскольку намерения есть нечто определенное, относящееся к сфере решимости, а чувства говорят нам о внутреннем эмоциональном состоянии человека.

Далее, часть предложения *may be on his first entering a neighbourhood* переводится как *после того, как он поселился на новом месте*, что, на наш взгляд, является совершенно неверным, поскольку в контексте речь здесь идет о незыблемых правилах английского этикета, согласно которым вновь прибывший обязан нанести визиты вежливости всем соседям, и перевод должен подразумевать это. Данный фрагмент может звучать как:

Однако, как бы мало ни были известны чувства и взгляды такого человека при его первом появлении среди соседей...

Затем, часть предложения:

«he is considered the rightful property of some one or other of their daughters», [5, 15]

которая в переводе звучит, как:

«на него тут же начинают смотреть как на законную добычу той или другой соседской дочери», – [6, 23]

так же вызывает некоторые сомнения, поскольку словосочетание *the rightful property* является устоявшимся штампом в языке оригинала и вызывает устойчивые ассоциации юридического порядка с движимым и недвижимым имуществом, а словосочетание *законная добыча* вызы-

вает столь же устойчивые ассоциативные связи в языке перевода с чем-то незаконным, приобретенным в результате захвата чужого имущества. Следующее за этим отрывком выражение *some one or other of their daughters*, переводимое как *той или другой соседской дочери*, благодаря определенным и устойчивым ассоциациям в языке перевода вызывает четкое ощущение, что речь идет о купеческих героинях Островского, но не об английских дворянках Джейн Остен.

Таким образом, наш вариант этого отрывка может звучать, как:

Однако, как бы мало ни были известны чувства и взгляды такого человека при его первом появлении среди соседей, эта истина настолько четко фиксируется в умах окружающих семейств, что он уже считается законной собственностью той или другой из их дочерей.

Еще один важный момент в художественной ткани романа, чрезвычайно трудно сохраняемый в переводе – использование смыслового ударения. В оригинальном варианте текста автор для мягкой акцентуации использует широко применяющийся во всей англоязычной литературе прием – выделение значимого слова ПРОПИСНЫМИ буквами. Прием, совершенно не характерный для русского языка, и потому в переводе опускающийся, и как следствие – утрата акцентуации. Например:

«Do you not want to know who has taken it?» cried his wife impatiently.

«YOU want to tell me, and I have no objection to hearing it.» This was invitation enough [5, 15].

– А хотелось бы вам знать, кто будет нашим новым соседом? – с нетерпением спросила его жена.

– Готов вас выслушать, если вам очень хочется мне об этом сказать.

Большее от него не требовалось [6, 23].

Смысл приведенного выше мини-диалога в том, что супруги разговаривают на разных языках, собственно, живут в разных мирах, поэтому диалога как такового быть не может. Это подчеркивается выделением местоимения YOU прописными буквами в оригинале, и совершенно теряется при переводе. На наш взгляд, этот эпизод мог звучать так:

– Не хотели бы вы знать, кто арендовал его (Нейзерфилд-парк – прим. автора статьи)? – нетерпеливо воскликнула его жена.

– ВЫ хотите сказать мне, а я не возражаю. – Этого было достаточно.

Далее, у многих современных иноязычных читателей, слабо знакомых с культурой и традициями Великобритании XIX века, множество вопросов вызывает сам уклад жизни в семье Беннет, о которой идет речь в романе «Гордость и предубеждение». Они задаются вопросом, почему при столь разных жизненных установках и темпераментах супруги Беннет живут вместе и завели большую семью, состоящую из пяти дочерей? Почему основной сферой интересов миссис Беннет становятся навязчивые мысли о замужестве ее дочерей? Почему семейство Беннет после смерти его главы может оказаться на улице и без средств к существованию?

Ответы на эти вопросы можно получить, только произведя культурологические разъяснения о майорате как основном способе наследования в английских дворянских семьях XIX столетия, при котором, во избежание раздела земель и финансов, наследство переходило к старшему наследнику мужского пола в роду. Этим и объясняется наличие столь большого количества детей у супругов Беннет, которые, как становится понятно, настойчиво предпринимали попытки (увы, бесплодные) завести ребенка мужского пола. Этим же самым законом можно объяснить появление навязчивой идеи о замужестве дочерей у миссис Беннет, которая вскоре (при потенциальной возможности оказаться на улице и без средств к существованию, становящейся все более и более реальной с каждым прожитым годом) полностью овладевает ее умом и приобретает характер навязчивой идеи. Именно этим обстоятельством мы и обязаны появлению в художественной ткани романа такого персонажа, как мистер Коллинз (тот самый будущий наследник имения по мужской линии), который со смешной настойчивостью предлагает руку и сердце той или другой из сестер Беннет, якобы желая совершить «гуманный и милосердный» поступок.

Еще один интересный момент, также мало-понятный современному читателю – эпизод предстоящего знакомства семейства Беннет с мистером Бингли:

«Design! Nonsense, how can you talk so! But it is very likely that he MAY fall in love with one of

them, and therefore you must visit him as soon as he comes.»

«I see no occasion for that. You and the girls may go, or you may send them by themselves, which perhaps will be still better, for as you are as handsome as any of them, Mr. Bingley may like you the best of the party» [5, 15].

– Планы! Боже мой, скажете же вы иной раз! Но ведь может вполне случиться, что он в одну из них влюбится. Поэтому, как только он придет, вам необходимо будет нанести ему визит.

– Я, признаюсь, не вижу к тому достаточных оснований. Поезжайте-ка вы сами с девочками. Или пошлите их одних – это, возможно, будет еще лучше. Не то вдруг он вздумает влюбиться в вас – ведь вы ничуть не менее привлекательны, чем любая из наших дочек [6, 23].

Results

Только человек, хорошо знакомый с английскими традициями знакомства, может оценить весь комизм этой ситуации. Дело в том, что в традиционном британском укладе жизни дворян не было принято заговаривать с незнакомыми людьми, а сама процедура знакомства (или, как это называли, представления друг другу), представляла собой целый ритуал, при котором только мужчина-глава семьи мог нанести своему новому соседу визит вежливости, после чего можно было, при его ответном визите, представить ему дам-членов семейства. Если подобный ритуал не был проделан, женщины в семье не имели права общаться с «посторонними» мужчинами. Именно поэтому слова мистера Беннета о том, чтобы девушки поехали представляться сами, носят столь сатирический характер.

Такие тонкости, известные лишь посвященному читателю, встречаются очень часто в романах Д. Остен, литературное творчество которой является одним из непревзойденных образцов классической английской литературы и традиционного британского юмора. И одним из путей путем восполнения таких культурологических лакун является тщательный лингвокультурологический анализ этих произведений.

Литература

- 1 Виноградов В.В. О языке художественной литературы. – М., 1969 – 256 с.
- 2 Кашкин В. Б. Введение в теорию коммуникации. – М., 2013., Изд.4-е, переработанное. – 390 с.
- 3 Клюев Е.В. Теория речевой коммуникации. – М., 2002. – 315 с.
- 4 Сдобников.В.А. Теория перевода. – М., 2006 . – 456 с.
- 5 Austen Jane. Pride and Prejudice. – L., 1998. – 246 pp.
- 6 Джейн Остен. Гордость и предубеждение/Собр. Соч. в 3-х т.т., т.1. – М., 1988. – 269 с.

References

- 1 Vinogradov V.V. O yazyke hudoshestvennoi literaturi. – M., 1969 – 256 s.
- 2 Kashkin V. B. Vvedenie v teoriy kommunikacii. – M., 2013., Izd.4-e, pererabotannoe. – 390 s.
- 3 Kluev E.V. Teoriya rechevoi kommunikacii. – M., 2002. – 315 s.
- 4 Sdobnikov V.A. Teoriya perevoda. – M., 2006 . – 456 s.
- 5 Austen Jane. Pride and Prejudice. – L., 1998. – 246 pp.
- 6 Djein Osten. Gordost' i predubeshdenie/Sob. Soch. v 3-t.t., t. 1. – M., 1988. – 269 s.

ӘӨЖ 7.097

Ж. Әбдіжәділқызы

Журналистика факультеті, әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті,
Қазақстан Республикасы, Алматы қ.
E-mail:

Телевизиядағы конвергенция және тележурналистің кәсіби шеберлігі

Мақалада конвергенттік журналистиканың, атап айтқанда, телевизиядағы конвергенцияның өзіндік ерекшеліктері мен кәсіби принциптері қарастырылып, тележурналистердің жаңа ақпараттық технологияны меңгерудегі біліктілігі мен тапқырлығы іспетті шығармашылық шеберлігінің бірқатар аспектілері зерттелген. Автор отандық тележурналистикадағы телематериалды жаңашыл шығармашылық сипатта ұсыну жөніндегі өзекті мәселелерді саралап, тележобалар мен телебағдарламалар авторы болып табылатын тележурналистерге қойылатын бірқатар талаптарды атап өтеді. Сонымен қатар, конвергенттілік, жаңа медиа, фриланс және теленарық деген ұғымдардың мәнін ашып түсіндіреді.

Түйін сөздер: конвергенттілік, конвергенттік редакция, телевизиядағы конвергенция, теленарық, жаңа медиа, технологиялық үрдістер, тележоба, коммуникативтік мүмкіндіктер, инфографика, ақпараттық өнім, телетуынды.

ZH. Abdizhadilkizi

Convergence in television and the professional skills of telejournalism

The article discusses the specific features and professional principles convergent journalism, in particular, the convergence of television, we investigate some aspects of professional skills as a television journalist skills while developing new information technology. The author analyzes the current problems of national journalism serving TV pieces creative nature and calls a number of requirements for television journalists, who are the authors of TV-shows and TV programs. And also reveals the essence of concepts such as convergence, new media, and freelance television market.

Keywords: convergence, convergent Editorial, convergence in television, television market, new media, technology trends, television project, communicative abilities, infographics, information product, television productions.

Ж. Абдижадилқызы

Конвергенция на телевидении и профессиональное мастерство тележурналиста

В статье рассматриваются особенности и профессиональные принципы конвергентной журналистики, исследуются некоторые аспекты профессионального мастерства тележурналиста при освоении новой информационной технологии. Автор анализирует актуальные проблемы отечественной тележурналистики по подаче телематериалов креативного характера и называет ряд требований к тележурналистам, которые являются авторами телепроектов и телепрограмм, раскрывает суть таких понятий, как конвергентность, новые медиа, фриланс и телерынок.

Ключевые слова: конвергентность, конвергентная редакция, конвергенция на телевидении, телерынок, новые медиа, технологические тенденции, телепроект, коммуникативные возможности, инфографика, информационный продукт, телепроизведение.

*Конвергенция – ақпараттық технологияларды игеру арқылы
ақпарат таратудың әмбебап тәсілі
Автор*

Қазақстандық медианарық үшін «журналистикадағы конвергенттілік» жаңа тақырып, жаңаша ұғым. Бұқаралық ақпарат құралдары – ауызша, бейнелі және аудиовизуалды ақпараттың жылдам берілуін қамтамасыз ететін ұйымдық-техникалық кешендерді пайдалану арқылы қоғамдық сананы құруға бағытталған өзіндік индустрия. Бүгінгі БАҚ жаңа пішіндерді, жаңаша әдіс-тәсілдерді меңгеріп даму үстінде. Әлбетте, ХХІ ғасыр – ақпараттық ауқымдылық, қоғам өмірінің барлық саласындағы жаһандану, ақпараттық технологиялар мен сандық ақпарат тарату саласының ғасыры. Дәл осындай орасан зор шапшаңдықпен даму барысында телеақпарат кеңістігіндегі телехабар тарату саласы да аса күрделі технологиялық өзгерістерді бастан кешіруде. Ақпарат кеңістігіндегі жаңаша даму бағыттарының қай саласы болмасын тележурналистиканың бейнелі ақпаратын айналып өте алмайды. Өйткені, барлық БАҚ жүйесін аядай алақанына сыйғызып алған интербелсенділігімен ерекшеленетін интернет-журналистикадағы бейнелі ақпараттың өзі тележурналистикадан алынған түпнұсқа туынды. Жаһандану дәуірінде ғаламдық ақпарат торабынан тыс қалу мүмкін емес жағдай. Адамзат өміріндегі ақпаратқа деген сұраныстың тәулік, күн емес, сағат санап, сәт санап өсуі өркениеттің жаңа үлгілерін жасауға жол ашты. Кез-келген БАҚ өз тұтынушыларын қажетті деңгейде ақпаратпен қамтамасыз ету үшін тың идеялар мен бұрын соңды қолданылмаған соны пішіндерді іздестіруде.

Конвергенттік журналистика – жаңалықтарды бір уақытта БАҚ-тың барлық түріне бірдей жеткізетін әмбебап редакция. Олар ірі медиахолдинг қатарына кіретін БАҚ салалары: интернет, радио, телевидение, баспасөз. Олар бір-бірін толықтырып отырады және «кросс-промоушн» көмегімен жарнамалардың, ақпараттар мен анонстардың әзірлену барысында медиаүдерісте пайдаланылатын қажетті әрі маңызды фактілер топтамасымен алмаса отырып, бір-бірін дамытады. Конвергентті редакция газет журналистикасының тереңдігін де, бейнелі ақпараттың эмоциясын да және қолма-қол онлайн интерактивтілігін де қамти алатын толыққанды материалдарды даярлауға

мүмкіндік жасайды. Әлемдік коммуникацияның қазіргі жағдайы мемлекеттік құрылымдардың ықпалынан гөрі ірі корпорациялардың ықпалдылығы басым түсетіндігін көрсетіп отыр. Конвергенция – бұл нарық шеңберіндегі сан алауан салалардың бір арнаға келіп тоғысуы, яғни, БАҚ жүйесіндегі заманәуи индустрия, телекоммуникациялық сектор, тұрмыс техникасын өндіру кәсіпорындары, ақпараттық технологиялар мен мультимедиалық қызметтер, желілік қызмет көрсету, бағдарламалық өнімдерді әзірлеу нәтижесінде жаңа ықпалды нарықтың пайда болуы. Соның нақты бір көрінісі -медиахолдинг. Бұл – бұқаралық ақпарат құралдарының экономикалық тәуекелді диверсификациялау немесе саяси ықпалды күшейту мақсатында біріктірілуі. Әлемдік деңгейдегі коммуникативті медиамагнаттар: Р.Мэрдок, Р.Масквел, С.Берлускони, Т.Тернер және т.б. – әлемдік телеақпарат кеңістігіндегі айтулы құбылыстың жарқын мысалына айналған танымал кәсіби мамандар. Сондықтан да қазіргі уақытта біздің елімізде де медиаұйымдарды, корпорациялар мен медиахолдингтерді дамыту қолға алынды. Ұлттық ақпарат кеңістігінің баспасөзін, радиокомпаниялары мен телеарналарын біріктіретін Қазақстанның жаңа медиахолдингтері ашылуда. Бүгінгі таңда жолға қойылған конвергентті редакциялар жұмысының негізгі екі тенденциясын атап көрсетуге болады: бұл тақырыптарды, жаңалықтар мен ақпараттарды жинайтын және бөлетін үйлестіруші рөлінің маңыздылығы; екіншісі – журналистердің БАҚ-тың барлық түріне арналған ақпарат әзірлеуге бейімделуі, яғни, болып жатқан қандай да бір оқиғадан БАҚ-тың барлық түріне қажетті нұсқада ақпарат жинауы (радио үшін аудиожазба, телеарна үшін бейнематериал, басылым үшін фотосуреттер мен сұхбаттар, т.с.с) және соның барлығын талапқа сай іріктеп-өңдеп, уақтылы жарыққа шығаруды жүзеге асыруы.

Міне, осылайша, телевизиядағы дербес ақпараттық қызмет құру, әдеттен тыс ерекше бағдарламалар дайындау телевизияны жаңа бір белеске көтеріп, ал сол жаңалықтар топтамасы мен сан алуан бағдарламалар жүргізушілерінің кәсіби-шығармашылық жұмысы тележурналистиканың беделін артыра түсетіні

сөзсіз. Сондықтан да қазіргі таңда тележаңалықтар мен интербелсенді телебағдарламалар көптеген көрермендердің қызығушылығын тудырып, теленарықтың ең өсімтал саласына айналды. Бұл тұрғыда телевизияның басты міндеті – қалың бұқараға қызмет ету. Сондықтан да, аудитория телевизиялық бақылаудың, зерттеудің және телекөсетілімдердің нысаны болып табылады және тележүргізуші мен көрермендер қолма-қол қарым-қатынасқа түседі. Сол себепті де бүгінгі таңда теледидар мен көрермен арасындағы қарым-қатынас бұқаралық сипат алууда. И. Дзялошинскийдің зерттеуі бойынша: «әрбір қала тұрғыны телебағдарламаларды көру үшін күнделікті орташа есеппен алғанда 5 сағат уақыт жұмсайды екен» [1]. Демек, телеөндірістің қажеттіліктері, жаңалықтар қызметінің дамуы және оның халық ең көп көретін бағдарламалар қатарында орын алуы, адамдардың қазіргі заман ағымындағы дүниетаным деңгейін айқындайтын фактор ретінде нақты көрініс береді. Дәл осы құбылыс аясында тележүргізушілер мейлінше, маңызды рөлге ие болып, тұлға дәрежесіне көтерілуде. Бағдарлама жүргізетін тележүргізушілер және жаңалықтар топтамасында телесюжеттерді ұсынатын телерепортерлердің көрермендердің қабылдауындағы артықшылықтары неде? Қоғам өміріндегі қандай да бір мәселе төңірегінде белгілі бір танымал тұлға немесе халық өкілі, қарапайым көрермен өзіндік пікір білдіруі мүмкін. Әлбетте, ақпарат көзі мен ақпарат таратушының ойтолғамдары бір арнаға тоғысып, бірін-бірі толықтыруы – шарт. Дегенмен, телекөрермендер бір адамның айтқан сөзінен гөрі тележурналистің ұсынған ақпаратының әлдеқайда ауқымды, мейлінше нақты, әрі дәйекті екенін біледі және сол ақпарат аясындағы тележурналист позициясын кәсіби жауапкершілік пен азаматтық ұстаным тұрғысынан қабылдайды. Міне, дәл осындай қарым-қатынастың жаңаша әдіс-тәсілдері мен өзгеше пішінін қалыптастырған тележурналистер, соның барлығының әсер ету мүмкіндігін барған сайын арттыра түсуде. Осылайша телевизиялық қарым-қатынастың құрылымы, мазмұны мен пішіндерінде мемлекеттің қазіргі саяси құрылысының ерекшеліктері мен сипаты көрініс табууда. «Мұндай жағдайда бағдарламалар өз құрылымындағы процесстерде адамдар қабылдайтын ақпаратты психологиялық тұрғыдан өңдеу кезеңдерін сақтап қалады» [2]. Тележүргізуші эфирге дайындық ал-

дында шығармашылық тұрғыда талпынған тұлға ретінде алда болатын спектакльге дайындалып жатқандығын көрсетеді. Қырынан түсірілетін ракурсте, яғни, тележүргізушінің өзінің экрандық образына енбей тұрып, эфирден тысқары жерде үздіксіз дайындық үстінде болатыны анық байқалып тұрады. Сондықтан бұл тұста тележүргізуші өзінің алдағы ролі мен өз тарапынан ұсынатын ақпараттың контекстіне, яғни, мағыналық тізбегінің желісіне ене отырып біртұтас бейнелік образын қалыптастыруы қажет. Соған қарамастан, тікелей эфирдегі жұмыс процесінің аясында тележүргізушілер жаңа қырынан танылады. Тікелей эфирдегі кері байланыс аясында сөз бостандығы жүзеге асты. Еліміздің жаңа ақпарат кеңістігінде тек тележурналистер ғана емес, басқа да БАҚ өкілдері үшін кәсіби қызмет спектрін кеңейтіп, әмбебап маманға айналу қажеттігі туындады: бір мезгілде Интернет сайтына үшін мазмұн дайындаса, ертең – телемәтіндер жазады, арғыкүні – басты БАҚ үшін материалдар әзірлейді. Бұл қызмет аясындағы кәсіби дағды мультимедиялық тәсілді шынайы игеруге, кез-келген БАҚ-та жұмыс істеуге қабілетті «әмбебап» журналисті тәрбиелеп шығуға алып келеді. Мұның өзі телевизиядағы конвергенцияның тележурналист шеберлігін шыңдаудағы шығармашылық әдіс, тәжірибелік тәлім алатын кәсіби тәсіл екенін аңғартады. Сол тұрғыдан алып қарағанда, конвергентті редакция – журналистік ұжым жұмысының жаңа моделі, перспективалық формасы. Конвергенттілік журналист жұмысын шапшаң, әрі өнімді етуге мүмкіндік береді. Конвергенттік журналистика – ақпараттық өнімді журналистік туындыға айналдыратын, БАҚ-тың барлық түріне жаңалықтар жеткізе алатын, радио, телевидение, баспасөз, интернет-бәрінің басын қосатын медиахолдинг құрамына кіретін әмбебап әлем, заманәуи журналистік өнер, жоғары деңгейдегі кәсіби біліктілік. Қолына түскен ақпаратты БАҚ-тың барлық саласына қажетті деңгейде кәсіби сауатты, әрі талапқа сай ұсына алатын журналист фриланс-журналистке айналуы мүмкін. (Фриланс-freelance-«еркін самғау», яғни, штатта істемейтін, тек тапсырыспен жұмыс істейтін тәуелсіз журналист) [4]. Конвергенттік журналистиканың тағы бір артықшылығы шығындарды азайту мүмкіндігі болып табылады. Ал телевизиядағы конвергенция аясындағы тележурналист шеберлігіне келер болсақ, ол міндетті түрде жаңа медианы меңгерген маман болуы тиіс.

«Жаңа медиа – компьютердің есептеу әдісі мен коммуникативтік мүмкіндіктерін біріктірген құбылыс» [5]. Себебі, жаңа медиа тек интернеттегі қажетті ақпараттарды алып, оны іріктеп қолдану тәсілі ғана емес, ол – технологиялық күрдістердің негізінде дамып жатқан байланыстың, ақпарат алмасудың жаңаша мүмкіндіктері мен жолдары. Дәл қазіргі таңда тележурналистикадағы ақпарат жеткізу тек сөздің ғана емес, суреттің де көмегімен жүзеге асатынын ескерсек, яғни, инфографиканы меңгеріп, сол арқылы телетуындыны тартымды да мазмұнды етіп, телеақпараттың сапалық деңгейін көтеру заманауи тележурналистің кәсіби сауаттылығы мен тапқырлығы екені даусыз. «Инфографика – журналистикадағы жаңа бағыт. Ғалымдардың бір тобы оны әлемдік медиаиндустриядағы жаңадан пайда болған жас жанр деп те атайды. Инфографика – ақпарат пен суреттің, мәтін мен өрнектің, яғни, графиканың бір мезгілде үйлесім табуы. Сөзбен жеткізуге ұзақ әрі күрделі ақпаратты кесте, карта, диаграмма, иллюстрация, фото, картина т.с.с арқылы қысқа да нұсқа, дәл, әрі нақты қалыпта ұсынуға болады. Сондықтан да инфографиканы визуальдық тіл пішіні деп те атайды» [6]. Ал аз ғана уақыт аясында ауқымды ақпаратты сыйғызуға тура келетін жаңалықтар желісінде инфографика тәрізді жаңашыл әдіс – тәсілдерді қолданудың жөні бөлек. Өйткені, дәл қазіргі таңда көрермендерде де және ақпарат таратушыларда да телевизия жаңалықтарына деген ерекше көзқарас қалыптасқан. Көрермендер жаңалықтардың берілуі міндетті жағдай деп есептесе, оны таратушылар жаңалықтардың

телешығарылымы телехабар таратудың негізі деп түсінеді. Ақпарат тұтынушыға көптеген жерлерден келіп түседі және оның көлемі күннен-күнге геометриялық жылдамдықпен өсуде. Ақпарат ғасырындағы ақпараттар тасқыны мен ақпарат тұтынушылардың шектен тыс сұранысы өмірді қаз-қалпында көрсете алатын дәйектілігімен дараланатын телеақпарат кеңістігіне теленарық ұғымын алып келді. «Нарық – әрекет етіп тұрған қуатты тауар сатушылар мен қызмет көрсетушілер ғана емес, кең ауқымда алатын болсақ, ол – адамзат қажеттілігін өтейтін тауар айналымындағы әлеуметтік-экономикалық қатынастар тұтастығы; өндіріс нарығы; қаржы нарығы; интеллектуалдық өнімдер нарығы; идеялар нарығы, т.с.с» [7]. Нарық – бәсеке, нарық – талпыныс тегершігі. Дегенмен, бүгінгі жаһандану жағдайындағы даму үдерісінде ұлттық болмыс, ұлттық идея, ұлттық мүдде өз тұғырынан түспеуі тиіс.

Еліміздің білім кеңістігіндегі заман ағымына сай уақыт талабы тұрғысынан Республика Президентінің айтқан ұсынысы – күн тәртібінде тұрған өзекті мәселе: «Ұлттық білім берудің барлық буынының сапасын жақсартуда алда бізді ауқымды жұмыстар күтіп тұр» [8]. Ұлттық бірегейліктің өзегі – дәстүр құндылығы. Сондықтан да, ақпараттық технологияның қарыштап басқан қадамындағы озық әдіс-тәсілдер ұлттық тележурналистикадағы Сағат Әшімбаев, Камал Смайылов сынды көрнекті тұлғалар салған сара жолдағы үздік үрдістермен үндестік тауып, заманауи ұлттық төлтуындылардың қалыпты келбетіне айналуы -шарт.

Әдебиеттер

- 1 Дзялошинский И. Российская журналистика в посттоталитарной эпохи. – М., 1996. – 147 б.
- 2 Шерковин У. Психологические проблемы массовых информационных процессов. – М.: Мысль, 1998. – С. 34.
- 3 Муратов С.А. Телевизионное общение: в кадре и за кадром. – М.: Аспект Пресс, 2003. – С. 7.
- 4 Журналистика Казахстана. – Алматы: Экономика, 2006. – С. 438.
- 5 Еркімбаев А. Жаңа Медиа: Монологтан диалогқа. – Алматы, 2012. – 21 б.
- 6 Практическая журналистика в Казахстане. – Алматы, 2008. – С.258.
- 7 Ворошилов В. Журналистика. – СПб., 2004. – С. 89.
- 8 Назарбаев Н.Ә. Қазақстан жолы-2050: бір мақсат, бір мүдде, бір болашақ. – Астана, 2014, 14-қаңтар.

References

- 1 Dzyaloshinski I. 'Rossiski jurnalistika v posttotalitarnyu epoxu'. Moskva, 1996 y.-147 p
- 2 Sherkovin Y. A. 'Psixologisheskie problem massovih informacionnix prosessov', -Moskva: ' Misl', 1998 y.34 p.
- 3 Muratov S.A. Televisionnoe obshenie: v kadre i za kadrom. -Moskva: 'Aspekt Press' 2003 y. 7 p.
- 4 Jurnalistika Kazahkstana-Almaty: 'Ekonomika' 2006 y. 438 p.
- 5 Erkimbay A. Jana media: monologtan dialogka. Almaty, 2012
- 6 Prakticheskaya jurnalistika v Kazahkstane. Almaty, 2008 № 258-259 p.
- 7 Voroshilov V.V. Jurnalistika. Sankt-Peterburg, 2004 y.89-90 pp.
- 8 Nazarbaev N.A. «Kazakhstan joli-2050: bir maksat, bir mudde, bir boloshak». Astana. 2014 y. 14 januari.