

1-бөлім	Раздел 1	Section 1
Журналистика: Қоғам Тіл Тарих Саясат Заң Экономика	Журналистика: Общество Язык История Политика Закон Экономика	Journalism: Society Language History Policy Law Economy

УДК 654.197

С.Н. Велитченко

Казахский национальный университет имени аль-Фараби, Республика Казахстан, г. Алматы
E-mail: velit_1988@mail.ru

Текстовые форматы СМИ как предмет медиастилистики

В статье описываются новые форматы современных медиатекстов, их структурные особенности. Рассматриваются такие понятия, как «массовость» медиатекстов, «стандартизация языковых конструкций». Автор поднимает актуальные вопросы современной медиастилистики, рассматривая её основную составляющую – новостной медиатекст. Доказывается, что грамотная текстовая деятельность журналиста в современный период обеспечивает адекватную и этичную коммуникацию.

Ключевые слова: язык СМИ, медиатекст, медиастилистика.

S.N. Velytchenko

Word formats the media as a subject mediastilistiki

The article describes the problems of creation of modern media texts and their format features. The work analyzes such concepts as “massiveness” of media texts and “standardization of language constructs”. The author raises the urgent issues of modern mediastilistiki, considering its main component – the news media text. The author proves that literate text activity of a reporter in the modern world provides adequate and ethical communication.

Keywords: mass media language, media text, mediastilistika.

С.Н. Велитченко

БАҚ-тың мәтіндік форматтары медиастилистиканың негізі ретінде

Мақалада қазіргі медиамәтіннің жаңа форматтары, оның құрылымдық өзгешеліктері бейнеленеді. Медиамәтіннің «бұқаралығы», «тілдік конструкцияның стандартизациясы» сияқты ұғымдар қарастырылады. Автор қазіргі медиастилистиканың көкейкесті сұрақтарын көтереді, оның негізін құрайтын жаңалықтардан тұратын медиамәтінді қарастырады. Журналистің мәтінді сауатты жазуы, қазіргі кезде адекваттық және этикалық коммуникацияны қамтамасыз етеді.

Түйін сөздер: БАҚ тілі, медиамәтін, медиастилистика.

Introduction

В современной ситуации, когда СМИ превратились в мощный инструмент социального и политического влияния, актуальным является

вопрос инновационной структуры языка СМИ – медийной. Именно медийные структуры определяют в настоящее время приоритеты аудитории, фактически формируя ее спрос – культурологи-

ческий, деловой, эстетический и т.д. Новейшие медийные технологии практически избаловали зрителя, слушателя и читателя высокой оперативностью и большим объемом информации. Подобная ситуация позволила говорить об «эффекте привыкания» аудитории к боли и страданиям других людей; о том, что реальная война становится некой «виртуальной реальностью» и т.п.

Вместе с тем и политическая ситуация, и экономические проблемы, которые делают прессу ангажированной, и давление, которое оказывается на журналистов различными структурами, не должны заслонять собой вопросы профессионального мастерства владения языком, качества материалов СМИ. Представляется актуальным, что речь в данном случае должна идти именно о текстовом оформлении того или иного сообщения, документального по природе и авторизованного по изложению.

Интересно, что в последнее время наибольшую напряженность обсуждения вызывает взаимодействие свободы творчества с приоритетами конкретного издания или канала, с функционированием в определенном политическом формате, с зависимостью от технологии передачи информации и многое другое. В стороне, на наш взгляд, остается вопрос подчинения текстового оформления уже существующим языковым нормам и вновь созданным. Подобный отход грозит тенденцией к всеобщей универсализации, масшовости текстов печатных и электронных СМИ.

Main body

Работа журналиста по созданию материала в современной теории коммуникации определяется как текстовая деятельность. Объектами этой деятельности является реальное событие – медиасобытие и последующее создание медиатекста. Медиасобытие трактуется как «модель действительности, полученная в процессе деятельности журналиста. Медиатекстом называют синтез фактологии, материалов творчества, личностных приоритетов журналиста и форматов издания или канала СМИ.

Безусловно, современный медиатекст ориентирован на массового потребителя и предполагает использование приемов, характерных для современных массовой коммуникации: это и интертекстуальность, и элементы саморекламы, и монтажа, и, конечно же, приемы тиражирования.

Кроме того, журналистский текст, являясь частью текстов культуры, имеет современную мировоззренческую основу, где язык является не просто медиатором получения новой информации о мире, о событиях, которые в нем происходят, но и своеобразным камертоном этой информации. Теоретики СМИ, понимая характер инноваций в мире и прессе, все чаще переносят акцент осмысления роли прессы как социального института, функционирование которого определяется общественно-политической ситуацией, на исследование медиадискурса (текста СМИ, взятого в событийном аспекте, в совокупности с экстралингвистическими, прагматическими, социокультурными факторами) [1].

Применительно к практической деятельности СМИ необходимо отметить, что журналистов сегодня волнует чрезмерный субъективизм дискурса. Он проявляется в том, что журналист вместо объективного описания ситуации начинает заниматься «монтажом фактов», а то и саморекламой, «раскруткой» собственного имени. С другой стороны, не превращает ли журналистика объективное описание ситуации в некий род бытового повествования, без попытки осмысления фактов? Известно, что общественный смысл журналистики проявляется, прежде всего, в информационной насыщенности изложения. Особую важность функция информирования приобретает на этапе перехода к «информационному обществу». За «информационным обществом» стоит и новый виток эволюции цивилизации, и переход к новым телекоммуникационным технологиям, и определенный этап развития общества, когда информация становится одной из основных ценностей в жизни людей. И потому деятельность журналиста направлена не только на познание и описание объекта реальной действительности, но и на выявление его значения. На всех этапах создания текста (возникновение замысла – сбор информации – обработка – текстовое изложение – редакция изложения в соответствии с действующими форматами) журналист обязательно находится в ситуации ценностного осмысления объекта его деятельности.

Современные СМИ используют прием максимальной стандартизации текстов. В особенности это относится к информационным жанрам печати и ТВ. Что касается радио, то здесь языковые конструкции сегодня так же «сформа-

тированы», как и основополагающий принцип деятельности радиовещания. Форматную сферу медиатекстов можно распределить по нескольким направлениям:

- информационные тексты, носящие характер дайджеста;
- тексты печатных и эфирных сообщений, базирующиеся на пресс-релизах с минимальным набором выразительных средств;
- тексты рекламных сообщений, носящие экспрессивный характер;
- промежуточные, унифицированные тексты ТВ и радио: приветствие аудитории, «подводки» к видеосюжетам, интерактивное общение радиоведущего со слушателями, и т.д.
- импровизированный синхронный текст интерактивного общения ведущего эфира ТВ и радио с аудиторией – ток-шоу, конкурсы, и т.д. Стандартность языковых ситуаций в этом случае приводит к созданию устойчивой модели речевого общения. Коммуникация проходит при высокой темповой характеристике речи ведущего. Логика в последовательности вопросов не только не присутствует, более того – не приветствуется. Стилль общения устанавливается ведущим и характеризуется как интерфункциональный, т.е. представляет собой своеобразную комбинацию разговорного, книжного, нейтрального, просторечного стилей и жаргонной лексики.

Незыблемое правило журналистики – добиться такого уровня четкости и конкретности материала, который был бы в состоянии обеспечить адекватную передачу сообщений, то есть без искажения идеи, без семантических и психоэстетических деформаций, без потери даже самых незначительных оценочных нюансов. Конечно же, создание журналистского текста – процесс творческий, большую роль играет авторское видение и понимание проблемы, его суждения и выводы, но безудержное стремление оригинальничать, субъективировать изложение фактов, экспериментировать с лексическим материалом будет явно не к месту. Различные текстовые модели реализуются в соответствующих типах языка: общепринятом и индивидуальном, авторском. Первый – это язык повседневной коммуникации, средств массовой информации, публицистики; второй – язык оригинальных, только данному автору свойственных стилистических средств [2].

Даже действуя в профессиональном текстовом пространстве, журналист имеет возможность создавать яркие, самобытные произведения. Но положительный результат будет достигнут только в том случае, если автор сполна и, главное, творчески использует имеющийся потенциал текстообразования, выберет верное направление в моделировании материала. Ведь уже на стадии первоначальной обработки эмпирических данных автор определяет (или пытается выстраивать) общую структуру изложения материала, его жанр и форму.

Письменные тексты, как известно, классифицируются по способам изложения и видам следующим образом: повествование, описание, рассуждение. В повествовательном тексте рассказывается о каких-либо событиях и фактах последовательно, с отражением происходящего во времени. Описательный текст нацелен на воссоздание картины реальной жизни, возможно, с тщательной прорисовкой отдельных фрагментов и эпизодов. А текст, в котором доминирует аспект рассуждения, содержит исследование предметов и явлений, обосновывает какие-либо положения с привлечением других, полностью или частично уже обоснованных положений и утверждений, то есть путем аргументации. Применение рассуждения приемлемо, в первую очередь, для аналитических публикаций. Диалектически с видовыми характеристиками письменных текстов связаны методы их построения. Так, материалы из группы информационных жанров, как правило, создаются с предельно рациональным и экономичным расходом текстообразующего материала, минимальными интертекстуальными включениями, ровной стилевой организацией. Здесь прежде всего ставится задача добиться наибольшей полноты осуществления коммуникативного акта.

У методов построения аналитических текстов – иная специфика. Согласно концепции А. Тертычного, выделяются, во-первых, методы познавательно-ориентированного построения: фиксация какого-нибудь отдельного факта, описание взаимосвязанных явлений, фиксация всего познавательного акта и, наконец, описание «схемы» доказательного рассуждения. Во-вторых, выделяются методы коммуникативно-ориентированного построения текста: обусловленные представлением о соответствии текста

ожиданиям аудитории, обусловленные представлением о способах и формах отражения действительности, ожидаемых аудиторией [3].

Схема действий автора выглядит следующим образом. Исходя из поставленной задачи написания именно журналистского текста, он выбирает сначала соответствующий тип речевой деятельности. В данном случае единственно возможный вариант – язык повседневной коммуникации, без труда понимаемый читательской аудиторией. Затем, конечно с учетом жанрового фактора, стремится в общих чертах наметить видовую модель будущего текста, что во многом обуславливается характером собранного эмпирического материала. Наконец, автор подыскивает конкретный метод его конструирования.

Однако современная практика, например телевидения, показывает, что сегодня часто приходится сталкиваться с заданностью, застывшей однажды определенностью текста и видеоряда. Простой, но весьма показательный эксперимент: мои студенты анализировали информационные сюжеты на одну и ту же тему, прошедшие в эфире различных телеканалов Алматы. Результат удивил студентов, но не автора этих строк: практически 100% аудиовизуальная идентичность! Различие только в фамилиях корреспондентов и операторов. И этому есть адекватное объяснение: современные медиатексты ТВ в большинстве своем формируются из стандартных языковых конструкций пресс-релизов, которые являются основополагающими для журналиста. Таким образом, весьма проблематично говорить о совершенствовании и развитии медиального словаря – жесткие рамки новостных сюжетов диктуют соответствующий шаблон и «клишированность» текстов.

В настоящее время все большее количество исследователей испытывают сомнения относительно положительных качеств средств коммуникации. Как пишет профессор Ольга Колыхалова в статье «Язык и права человека в современном мире» [4], эти сомнения коренятся в том, что живой контакт с истинными культурно-значимыми феноменами утрачивается, полноценное усвоение информации замещается адаптированными, упрощенными формами; активное отношение к информации вытесняется ее пассивным потреблением, регламентированным и нормированным восприятием. Средства мас-

совой информации под маской массового просвещения стали формировать унифицированное мировоззрение, усредненные модели мира путем внедрения в сознание людей не системных знаний, а суммы специально подобранных и **тщательно организованных** [выделено мною. – С.В.] сведений. При этом информационная насыщенность подменяется занимательностью, что, безусловно, формирует облегченное отношение к любой информации. Формируется упрощенное представление о мире, что способствует возрастанию социального инфантилизма.

Еще Ю.М. Лотман отмечал: «Превращение события в текст означает пересказ его в системе того или иного языка, т.е. подчинение его определенной заранее данной структурной организации. Событие, <...> будучи пересказанным средствами языка, неизбежно получает структурное единство. Единство это, принадлежа лишь плану выражения, неизбежно переносится на план содержания. Таким образом, сам факт превращения события в текст повышает степень его организованности. Более того – система языковых связей неизбежно переносится на истолкование связей реального мира» [5]. Сегодня к этому определению вполне можно добавить: система языковых связей **формирует** [выделено мною. – С.В.] истолкование реальных связей реального мира. И если словарь журналиста убог и однообразен, взят из других текстов и сообщений, начинают говорить о предвзятости прессы, об ангажированности изданий, о непонимании той или иной проблемы и, в конечном итоге, о непрофессионализме журналиста.

Кроме того, нельзя забывать и о том, что в ходе текстовой деятельности журналиста активизируется внимание к языку как средству «материализации» данных о мире. И в этом нет ничего сверхъестественного. Если мы все время слышим об «исламской угрозе», о «конflikте цивилизаций», о «мародерах» и «партизанах», то мы начинаем воспринимать информацию о событиях в мире исключительно через эту призму. И кто создает такие языковые модели? Конечно же, журналисты.

В современной коммуникационной ситуации журналистика должна тщательно следить за созданием текстов, содержащих дефиниции философии, политологии, культурологии и т.д. Это связано и с общей культурой каждого отдельно-

го журналиста, и не в последнюю очередь – с тиражированием медиатекстов.

Возникающие в ходе текстовой деятельности новые смыслы и оценки ориентируют в процессах, происходящих в реальном мире. Реальный мир сегодня очень сложен и противоречив. И очень важно понимать, что сегодня назрела необходимость в создании новых языковых моделей, встроенных в существующие нормы языка. Новые речевые модели внедряются в сознание аудитории через каналы СМИ, и задача журналиста – дать им точное, правомерное, этическое толкование.

Развитие языка современных СМИ связано с ярко выраженным динамизмом, существенными изменениями норм речевого поведения и правил языковой эстетики. Журналист с самого начала постижения специальности всегда ориентирован на публичную вербальную активность. Вместе с тем, в публичной коммуникации многие обладают сниженным или неустойчивым знанием литературной нормы. Однако литературная норма сегодня – вопрос достаточно растяжимый. Современный журналист озабочен, прежде всего, тем, чтобы, увидев (услышав, прочитав) его, аудитория бы запомнила его имя надолго. В этой связи требование коммуникативной успешности при установлении контакта с максимально широкой аудиторией обуславливает усредненность используемых языковых средств. А некоторые исследователи даже ставят тексты современных СМИ в один ряд с «второсортной литературой», говоря о некой «массовости» языка СМИ. И это не стилистическая тавтология, а констатация реального положения вещей.

Использование новых форм вещания – программы прямого эфира, спонтанные интервью, интерактивное общение с собеседником активизирует речевое взаимодействие, делает общение более непринужденным, раскованным. С одной стороны, язык СМИ всегда был своего рода образцом языка для аудитории. С другой – принимая во внимание сиюминутность, спонтанность, однотипность речевого сообщения, сегодня можно говорить о таких необходимых качествах языка, как наглядность, точность, образность, и т.д., и в то же время – об эксклюзивности, небанальности и даже афористичности. Примером подобных телевизионных текстовых образований можно считать программы Леонида Парфе-

нова – журналиста, который создал собственную стилистику и эстетику текста.

Сегодня большинство СМИ ориентировано на развлечение аудитории. Вместе с тем недопустимо сводить язык журналиста к ненормативной спонтанной лексике, которая к тому же не настолько богата, чтобы не запутаться в собственном языке. Сегодня в язык СМИ вошли разговорные, жаргонные, арготические элементы, что затрудняет процесс коммуникации и делает его однобоким и примитивным.

Опыт автора статьи показывает, что студенты-журналисты, обучаясь профессии, стремятся работать по печально известному принципу: «будьте проще, и люди к вам потянутся». Кстати, и многие «деятели эфира» объясняют свою эфирную незатейливость принципом документального в журналистике – «мы только отражаем жизнь и ведем себя так, как в действительности». Между тем современному журналисту совершенно непозволительно забывать при этом, что документализм определяется, во-первых, как метод отображения действительности, а во-вторых, как способ познания. Гносеологическая сложность документализма или «правды жизни» заключается в том, что для журналиста это – метод отображения при помощи достоверных сведений, невымышленных событий, явлений, основанных на познании действительности журналистом. Для аудитории документализм, информация – это способ познания и действительности, и познавательных процессов журналиста. Поэтому журналист должен быть не просто «передатчиком информации», «диджеем», «ведущим эфира» или еще кем-то. Журналист должен быть эксклюзивной языковой личностью, способной адекватно отражать новые методы и способы работы в эфире. Пока создается ощущение, что не журналист формирует эфир, а эфир поработает журналиста, превращая его в «текстовую озвучку». Здесь можно упомянуть и о профессиональном умении применять язык универсальный, предполагающий воздействие на самую широкую аудиторию, которая, в свою очередь, имеет различное воплощение речевой культуры.

На современном этапе представляется необходимым обучать студентов-журналистов работе с кодифицированной современной лексикой, регулирующему речевому поведению. Речь идет

о соблюдении норм универсального языка, самоконтроле за использованием языковых средств, изучении феномена «разговорного литературного языка». Подобный «конвергентный язык», как нам кажется, вполне имеет право на дефиницию: структурированная языковая конструкция, имеющая композиционное единство, последовательность изложения и обладающая контролируемой экспрессивностью.

Как это ни парадоксально, но сегодня абсолютно каждый текст стремится выразить

какие-то чувства. И как бы ни протестовали против эмоциональности журналистики теоретики, современный зритель не хочет видеть равнодушного журналиста. Пусть ему дадут пищу для размышлений – продемонстрируют то, что почувствовал автор при создании того или иного сюжета, а согласиться или возразить – решит он, потребитель этого продукта. Только при наличии такого «диалога» – коммуникации на уровне чувств и ощущений – можно говорить об эффективности текстов СМИ.

Литература

- 1 Сметанина С.И. Медiateкст в системе культуры. – СПб., 2002.
- 2 Там же.
- 3 Тертычный А.А. Аналитическая журналистика: познавательно-психологический подход. – М., 1998.
- 4 Колыхалова О.А. Язык и права человека в современном мире // <http://www.hrinsstitute.ru/kolyh.html>
- 5 Лотман Ю.М. Текст и функция / Избр. статьи: в 3 т. – Таллин, 1992. – Т. 1. – С. 99.

References

- 1 Smetanin SI Mediatext in the culture system. – St. Petersburg, 2002.
- 2 Tam je.
- 3 Tertychnyi AA Analytical Journalism: cognitive-psychological approach. – Moscow, 1998.
- 4 Kolyhalova OA Language and human rights in today's world // <http://www.hrinsstitute.ru/kolyh.html>
- 5 Lotman, YM The text and the function / Fav. Article: 3 tons in Tallinn, 1992. T. 1. S. 99.