

4 Доллинер Л. Ақпараттық коммуникациялық оқыту технологияларының мәселелері және болашағы // Информатика негіздері ғылыми-әдістемелік журналы. - 2008 ж. - №1. - 4 б.

5 Мұхамбетжанова С.Т., Мелдебекова М.Т. Педагогтардың ақпараттық - коммуникация-лық технологияларды қолдану бойынша құзырлылықтарын қалыптастыру әдістемесі. - А: ЖШС Дайыр Баспа, 2010. - 45 б.

Актуальностью исследования являются системные изменения в отраслях знания и науки в нашей стране. Такие изменения и поток интенсивной информации в отраслях современного фундаментального предметного знания и науки в области содержания имеет различный характер. Цель образования и науки меняется с численного показателя на качественный. В статье рассматриваются самообучение, отбор информации и навыки эффективного использования знания, чтобы показать активность учащихся в общественной жизни.

Topicality of research is systemic changes in branches of knowledge and a science in our country. These changes and the stream of intensive information in branches of modern fundamental subject knowledge and a science in the field of content maintenances various character, the purpose of education and science is changing from the numerical indicator to the qualitative. The article deals with self-study, the selection of information and skills for effective use of knowledge in order to show the activity of students in the social life and self-realization. The national education system in Kazakhstan is very important, the researcher clearly underlines that we are on the ladder of intensive change.

К. Б. Тоганбаева

Дискурс ток-шоу: стратегические и тактические приемы организации дискурса ток-шоу

Казахский национальный университет им. аль-Фараби, Казахстан, г. Алматы

УДК 654.197

Аннотация. На нынешнем этапе ток-шоу относятся к числу самых рейтинговых передач, поэтому их авторы заинтересованы в поддержании и сохранении аудитории. Для достижения этой цели часто используются способы манипулятивного воздействия ток-шоу на телезрителей. В развитии современного телекурса, не ориентированного на традиции советского периода, выделяется следующая тенденция: в тех передачах, к основным жанровым особенностям которых относится активная роль их участников, данная активность по преимуществу конфликтная.

«Дискурс». Метатекст.

П. Серио выделяет восемь значений термина «дискурс»:

- эквивалент понятия «речь» (по Ф. Соссю-ру), т.е. любое конкретное высказывание;
- единица, по размерам превосходящая фразу;
- воздействие высказывания на его получателя с учетом ситуации высказывания;
- беседа как основной тип высказывания;
- речь с позиций говорящего в противоположность повествованию, которое не учитывает такой позиции (по Э. Бенвенисту);

- употребление единиц языка, их речевую актуализацию;
- социально или идеологически ограниченный тип высказываний, например, феминистский дискурс;
- теоретический конструкт, предназначенный для исследований условий производства текста [1, с. 23].

В.Г. Костомаров и Н.Д. Бурвикова противопоставляют дискурсию (процесс развертывания текста в сознании получателя информации) и дискурс (результат восприятия текста, когда вос-

принимаемый смысл совпадает с замыслом отправителя текста) (Костомаров, Бурвикова, 1999, с. 10). Такое понимание соответствует логико-философской традиции, согласно которой противопоставляются дискурсивное и интуитивное знания, т. е. знания, полученные в результате рассуждения и в результате озарения [2, с. 68].

Суммируя различные понимания дискурса, М. Л. Макаров показывает основные координаты, с помощью которых определяется дискурс: формальная, функциональная, ситуативная интерпретации. Формальная интерпретация - это понимание дискурса как образования выше уровня предложения [3, с. 82].

Функциональная интерпретация в самом широком понимании - это понимание дискурса как использования (употребления) языка, т.е. речи во всех ее разновидностях.

Ситуативное (точнее - культурно-ситуативное) понимание дискурса раскрывается в «Лингвистическом энциклопедическом словаре» и содержится в работах Н. Д. Арутюновой, для которой дискурс - это речь, «погруженная в жизнь». Дискурс - это «связный текст в совокупности с экстралингвистическими - прагматическими, социокультурными, психологическими и другими факторами; текст, взятый в событийном аспекте; речь, рассматриваемая как целенаправленное социальное действие, как компонент, участвующий во взаимодействии людей, в механизмах их сознания (когнитивных процессах). В отличие от термина «текст», термин «дискурс» не применяется к древним и другим текстам, связи которых с живой жизнью не восстанавливаются непосредственно» [4, с. 136].

Дискурс как комплекс ограничений рассматривается как нормативная система «этикет» (Формановская, 2002): внутренние правила дискурса обобщаются на основании материала семантического уровня с привлечением экстралингвистических данных социальной истории в категории тезауруса; внешние правила дискурса определяются деятельностными экстралингвистическими характеристиками [5, с. 45].

С позиций лингвистики речи дискурс - это процесс живого вербализуемого общения, характеризующийся множеством отклонений от канонической письменной речи, отсюда внимание к степени спонтанности, завершенности, тематической

связности, понятности разговора для других людей. При этом существенную роль играют понятия *адресата* и *адресанта*, поскольку наравне с «речевой волей» адресанта «существенным (конститутивным) признаком» высказывания является его *обращенность* к кому-либо, его *адресованность*: кому адресовано высказывание, как говорящий (или пишущий) ощущает и представляет себе своих адресатов, какова сила их влияния на высказывание - от этого зависит композиция и, главное, стиль высказывания, - с этой социолингвистической позиции дискурс может быть описан либо как персональный (лично-ориентированный), либо как институциональный (общественно-ориентированный) (работы П. Грайса, Дж. Остина, Дж. Серля, Д. Гордона, Дж. Лакоффа, Дж. Поттера, М. Уезерела, Н.И. Формановской, В.Г. Касевича, В. С. Кубряковой, Г.Г. Матвеевой). Говорящий в персональном дискурсе раскрывает свою *личность*, в институциональном дискурсе - *статус и роль* в определенном общественном институте. В институциональном дискурсе говорит не «я», а «институциональный голос», отстраненный от носителя голоса и связанный с должностью или ролью.

Нами принято, в том числе и понимание *дискурса* как «системы ограничений, которые накладываются на неограниченное число высказываний в силу определенной социальной или идеологической позиции», которое было разработано и описано Д.С. Лихачевым и корреспондирует с концепцией Л. Витгенштейна. Данное понимание дискурса как системы правил в определенной коммуникативной ситуации отсылает нас к анализу идеологии - одновременно к лексикону, содержащему мотивы, установки, цели и интенциональности действий и к проблеме «нормированности» дискурса в виде категории «литературный этикет».

Этикет (в терминологии Д.С. Лихачева - идеологические ограничения) представляет собой систему. Идеологические ограничения касаются, в частности, выбора тем и подтем дискурса, которые влияют на его ход и развитие.

Тактические приемы, организующие дискурс на коммуникативном, структурном, тематическом уровне, реализуют и вспомогательные стратегии, а именно диктальную стратегию. Эти приемы направлены на упорядочение не только внешних,

структурных показателей оформленности дискурса, но также и внутренних его компонентов: смысловое членение информации, номинативный характер семантических компонентов блока, актуальность временных границ высказываний и др.

Метатекст является одним из важнейших тактических приемов организации дискурса на структурном уровне, поскольку метатекстовые организаторы являются вехами, маркирующими начало и завершение отдельных информационных блоков или передачи в целом. Метатекст как часть коммуникации, направленная на саму себя, выполняет множество разных функций в дискурсе, цель которых будет зависеть от типа передачи и установки автора [6, с. 29-32].

Наиболее распространенными метаорганизаторами ток-шоу являются конструкции, указывающие на формальную, линейную организацию речи, а именно:

1) метаорганизаторы, указывающие на порядок следования частей:

Начну я с вопроса/...;

Сюда же могут быть отнесены метаорганизаторы *Сегодня в программе..., После рекламы вас ждет*, которые вводятся в начале или середине передачи с последующим перечислением, событий в том порядке, в котором о них будет рассказано. Иногда порядок следования отдельных блоков может отличаться от порядка, в котором они были упомянуты в заголовках. Это делается в том случае, если ведущий хочет акцентировать внимание зрителей на важности события;

2) метаорганизаторы, которые представляют ведущих и канал, на котором идет передача. Их функция двояка, так как они еще сигнализируют о начале или завершении самой передачи. Чаще всего данные метаорганизаторы употребляются вместе с фразами этикетного типа:

Добрый вечер, в эфире программа «Времена»/ Я/ Владимир Познер//;

3) метаорганизаторы, указывающие на начало и завершение программы. Данная функция может быть выражена эксплицитно:

А я на этом прощаюсь с вами//До свидания/;

Эти вопросы хотелось бы обсудить/ и не только эти вопросы/с нашими гостями/это политологи/ и я хотел бы их представить/....

Помимо самой распространенной вышеперечисленной группы, в информационных про-

граммах встречаются также метаорганизаторы, подводящие к итогу рассуждений; поясняющие метаорганизаторы (*Как видите/ чуть-чуть разные точки зрения//;* конструкции, указывающие на предположенную или общеизвестную информацию (*Напомню/что на прошлой неделе .../...;* выделяющие наиболее значимые отрезки в тексте (*Теперь о главном европейском событии//;* а также связанные со спецификой телевизионного общения, - это такие текстовые конструкции, которые поясняют видеоряд, это могут быть фразы, используемые ведущим в случае неполадки с техникой или возникновения помех, фразы, произносимые при перерыве на рекламу и после нее, а также анонсы последующих передач.

Цель информационной речи состоит в том, чтобы помочь понять и усвоить, а это достижимо лишь при условии, что речь прозрачна и ясна, чему и способствуют метатекстовые конструкции. Метаорганизаторы, указывающие на линейную и формальную организацию речи, используются чаще всего с целью сегментации информации.

Кроме того, метатекст не только структурирует текст на уровне отдельных блоков, но и объединяет эти блоки в единый дискурс. Метаорганизаторы выполняют также роль информатора, т. е. реализуют диктальную стратегию, способствуя облегчению восприятия непрерывного потока информации и адекватному ее прочтению.

В дискурсе ток-шоу не наблюдается единой тематической целостности, так как сюжеты не связаны между собой по смыслу. Тем не менее можно проследить смысловое единство в пределах одного тематического блока и, что немаловажно, выявить номинативный характер тематических цепочек.

Тематическая цепочка - это вся совокупность номинаций, относящихся к одному референту, понятию, которое и является предметом речи.

Структура ток-шоу отличается тем, что в передаче может быть представлена только одна тема. В этом случае мы выделяем один тематический блок, разбитый на несколько дискурсивных блоков (речь ведущего и гостя студии, ведущего и зрителя студии, репортаж корреспондентов и т.д.).

Наряду с коммуникативной задачей, объединяющей дискурс ток-шоу в единое целое, есть еще одна категория, связывающая все тематические

блоки программы между собой, - это категория временной локализованности.

Многие ученые сходятся во мнении, что категория временной отнесенности свойственна всем текстам и высказываниям [7, с. 64-67]. При этом действия могут быть локализованными и нелокализованными во времени в рамках одного и того же временного плана.

Выделяются абсолютное и относительное время в зависимости от того, выступает ли в роли временного дейктического центра момент речи (абсолютное время) или какой-либо иной момент (относительное время).

В ток-шоу последовательное описание событий не является первостепенным и встречается гораздо реже, чем пространное обсуждение проблемы (рассуждения об общем положении вещей, о социально-культурном опыте в целом). Для таких типов передач характерно употребление настоящего неактуального абстрактного или потенциального времени:

...Но память избирательна//плохое забывается быстро//;

Мы рассматриваем принципы реализации выделенных нами тактик с позиции прагматики, то есть теории речевого акта и коммуникативного хода, поскольку именно они являются одними из самых явных показателей преобладания той или иной тактики в дискурсе.

Понятие хода используется для характеристики функции речевого акта относительно продолжения дискурса [8, с. 34-39], т.е. коммуникативный ход можно рассматривать как один из приемов реализации той или иной тактики.

В целом, в информационных передачах доминирует речевой акт представления информации, в пределах которого мы выделяем такие коммуникативные ходы, как сообщение, объяснение, описание, дополнение, уточнение, обобщение, суждение, прямое оценивание, вывод, предположение (пресуппозиция), импликация, представление, стилистические тропы и некоторые другие.

Вместе с развитием публицистики в отечественных СМИ категория модальности становится более значимой. Передачи с преобладающей модальной стратегией строятся по принципу субъективного и объективного оценивания информации. Здесь рассматриваются открытые

У нас все смеются над законодательством, но плачут от законов//.

В ток-шоу часто встречаются различные обстоятельства времени или упоминаются конкретные даты, указывающие на принадлежность действия к тому или иному временному плану: *сегодня, вчера, завтра, только что*. Именно эти обстоятельства времени подчеркивают связь событий с моментом говорения.

Таким образом, все события, описываемые в ток-шоу, относятся к прошедшему или настоящему временному плану. При этом дискурс построен так, что прошедший план событий помещен в рамку настоящего (момента говорения).

Среди способов реализации вспомогательных стратегий в качестве основных выделяем следующие тактики: информирование, комментирование, разъяснение, иллюстрирование, саморепрезентация и оценивание.

Диктальная стратегия, являющаяся базовой в исследуемом нами жанре, представлена тактиками информирования, комментирования, разъяснения и иллюстрирования.

способы выражения оценочности, производимые за счет экспрессивных средств субъективной модальности. Сюда входят лексические средства (экспрессивная лексика и фразеология); морфологические средства (усилительные частицы, эмоциональные междометия, вводные слова с эмоционально-оценочным содержанием); синтаксические средства (инверсия, субъективно-оценочные конструкции); собственно текстовые средства (повтор и другие стилистические фигуры).

Поскольку целью ток-шоу является не только информирование зрителей об основных аспектах ситуации, но и формирование определенных точек зрения по данному вопросу, в речи ведущего наблюдается большее разнообразие оценочной лексики и экспрессивных конструкций:

1. Прямая оценка явления через экспрессивную лексику и фразеологию:

Причем этот вопрос/давний/ имеющий многовековую историю/...; Сильно сказано//.

2. Субъективно-оценочные конструкции:

Рано говорить об итогах.../но зато можно говорить о том что...; Потому что это определяет/ как мне кажется/...;

... У меня такое впечатление, что мы считаем/....

3. Вводно-модальные конструкции:

Ну что ж, все-таки, хорошо..., и др.

4. Инверсия, инверсия + повтор:

.../очень широко обсуждался вопрос взаимоотношений России с Западом/Запада с Россией//;

.../между Западом и Россией//между Россией и Западом//.

5. Ирония:

То есть мало того, что Вы обижаете французов/ так еще и Хантингтона решили обидеть//;

Потому что/ вот/мы такие большие/ что мы разрушим НАТО?/Мы молодцы такие//.

6. Гипербола:

Много позже/ Декюстль/ искавший оправдания абсолютистской власти и приехавший в Россию/ уехал вообще хватаясь за голову//.

7. Аппликация:

Ну так/ некоторые бы сказали не в бровь, а в глаз вообще!//.

8. Метафора:

Что она (Россия) была/так сказать/на коленях - не на коленях/...;

...вот нам надо культурно развестись с Западом/ как будто мы женаты вообще-то говоря/ гм/ мы будем разводиться, на Ваш взгляд, с Западом?//;

Будем ли мы жить в пятизвездочной гостинице?/ Общей?/ Или мы будем жить в своей пятизвездочной гостинице?//.

В ток-шоу также представлен репортаж. В речи репортера встречается еще большее количество образных сравнений и метафорических высказываний:

Россия и Запад прошли довольно длинный путь от медового месяца в начале девяностых к охлаждению отношений/... ;

...Советская Россия в кольце врагов/...;

...Парад цветных революций приветствуется на Западе/... ;

Означают ли эти процессы/ что у России во всем мире/ как и в XIX веке по-прежнему есть только два союзника/ но на этот раз это/ нефть/ и газ//.

В аналитических программах и ток-шоу, помимо тактики оценивания, в качестве основной можно выделить тактику саморепрезентации. Эта тактика способствует тому, что говорящему удастся оптимальным образом довести свою точку зрения до зрителей и вызвать у них понимание.

Кроме речевых ходов представления, согласия, благодарности и похвалы, данная тактика находит

свое выражение в различных способах применения «я-линии». «Я-линия» представляет собой ряд языковых средств, отражающих индивидуальность и личный опыт говорящего (события, явления, факты жизни и пр.) и представляющих в процессе коммуникаций позицию и оценку этого говорящего.

Традиционно организаторы «я-линии» делятся по двум основным признакам: по тематической направленности и по способу выражения.

По тематической направленности выделяют «я-линию», совпадающую с предметно-логической темой, и «я-линию», входящую в состав ме-татекста.

По способу выражения «я-линия» может быть выражена эксплицитно или имплицитно. Эксплицитно выраженная «я-линия» содержит «я-компонент» (личное местоимение первого лица единственного числа и его производные). Имплицитно выраженная «я-линия» опирается на неявные способы выражения точки зрения говорящего, при котором происходит оценка говорящим факта речи.

Предметно-логическая «я-линия» в исследуемом нами жанре проявляет себя, по большей части, в фактах оценивания того, о чем говорится в тексте.

Создавая дискурс, оратор должен руководствоваться планом, некоторые пункты которого были рассмотрены в данной работе. Используя приемы, наиболее подходящие в существующих условиях коммуникации, говорящий сможет достичь максимального воздействия на реципиента и, следовательно, удачно провести коммуникацию.

Литература:

- 1 Серю П. Квадратура смысла. Французская школа анализа дискурса. - М.: ИЗД-ВО «ЯЗЫКИ СЛАВ.КУЛЬТ», 2002. - 342 с.
- 2 Костомаров В.Г., Бурвикова Н.Д. Старые мехи и молодое вино. Из наблюдений над русским словоупотреблением конца XX века. - СПб., 2001. - 608 с.
- 3 Макаров М. Л. Проблемы структуры дискурса // Вестник Тверского государственного университета. №1. - Тверь, 2005. - Серия: Филология. Вып. 2: Лингвистика и межкультурная коммуникация. - С. 80-96.
- 4 Арутюнова Н.Д. Дискурс // Лингвистический энциклопедический словарь. - М., 1990. - С.136.
- 5 Формановская Н.И. Речевое взаимодействие: коммуникация и прагматика. - М.: ИКАР, 2007. - 433 с.
- 6 Фирстова Л.А. Стратегическое и тактическое целеполагание в рамках телепублицистического дискурса [Текст] / Л. А. Фирстова // Известия Волгоградского государственного педагогического университета. - Волгоград,

2008. - Сер. «Филологические науки». - №2(26). - С. 29-32.

7 *Фирстова, Л.А.* Стратегии и тактики создания институционального дискурса (на примере телепублицистики) [Текст] / Л. А. Фирстова // Меняющаяся коммуникация в меняющемся мире - 2:

сб. ст. - Волгоград : ФГОУ ВПО ВАГС, 2008. - Т.1. - С. 64-67.

8 *Фирстова, Л.А.* Характеристика феномена массовой коммуникации на примере телепублицистики [Текст] / Л. А. Фирстова // Социально-экономические проблемы и перспективы развития России и ее место в мире. - Саратов, 2008. - С. 34-39.

Қазіргі кезеңде ток-шоу рейтингі жоғары бағдарламалардың қатарында, сондықтан оның авторлары белгілі бір аудиториямен қарым-қатынасты қалыптастырып, соны сақтауға тырысады. Мұндай мақсатқа көбінесе ток-шоу телекөрсетімдеріне манипулятивтік әсер арқылы жетуге болады. Кеңес дәуірінің дәстүріне жүгінбейтін заманауи телекурс дамуы келесі тенденцияға бөлінеді: бұл бағдарламалардың негізгі жанрлық ерекшеліктері ретінде қатысушылардың белсенді рөлі есептеледі, бұл белсенділіктің басымдылығы жанжал тудырады.

At this stage, talk show host are among the most popular programs, so the authors are interested in supporting and maintaining an audience. To achieve this goal is often used methods of manipulative influence on the talk-show viewers. In the development of modern television, not based on the traditions of the Soviet period, stands next trend in those programs, the main features of the genre which is the active role of participants, this activity was primarily a conflict.

А.И. Скрипникова

Психолингвистические аспекты профессии журналиста (результаты социологического опроса)

Казахский национальный университет им. аль-Фараби, Казахстан, г. Алматы

УДК 070

Аннотация. В статье приведены статистические данные, полученные в ходе проведения социологического опроса среди казахстанских журналистов. Все результаты представлены в процентах. Исследование практически полностью отражает положение, в котором находится современная журналистика Казахстана. Собранные факты позволяют прогнозировать дальнейшие тенденции развития этой профессии. Достаточно высокие процентные показатели недостатка квалифицированных специалистов в области журналистики - свидетельство того, что условия, создаваемые для их работы в РК, не отвечают принятым нормам.

Популярность журналиста. Гонорар. Шоу-бизнес.

Журналист - профессия весьма интересная и непростая, профессия, которая имеет свою богатую историю (в народе она даже получила название «вторая древнейшая») и специфику. Историческим пластам журналистики посвящено множество научных изысканий. А что происходит с ней на современном этапе? Этот вопрос и лег в основу данного качественно-количественного исследования. Часть вопросов анкеты была связана с психологией, т.е. направлена на самоанализ. Часть - посвящена лингвистике, т.к. язык - основное орудие труда журналиста.

В опросе приняли участие 50 профессиональных журналистов, работающих в республиканских СМИ, - 10 мужчин и 40 женщин. Выборка респондентов производилась случайно. Анкеты заполнялись в период с августа по декабрь 2011 года. Участникам было предложено ответить на 25 вопросов, после каждого была предусмотрена пустая графа для собственного письменного ответа. Среди вопросов были как закрытые, так и открытые,

составленные для качественного и для количественного анализа. Анкетирование проводилось не анонимно, что само по себе явилось своеобразной проверкой на смелость.

Первый вопрос касался использования псевдонима. 48% журналистов ответили, что вообще никогда им не пользуются. 52% - используют вымышленные имена. Причем, только 16% из них берут псевдонимы так или иначе связанные со своим реальным именем. Среди причин, по которым журналисты используют псевдонимы, они отметили: в случаях, когда приходится работать на несколько СМИ одновременно; для подписи рекламных материалов; в случаях, когда в один номер (выпуск) идут сразу несколько авторских материалов. Опираясь на полученные данные, можно говорить о нехватке специалистов.

Далее был задан вопрос: «Состоите ли вы в какой-либо журналистской организации?». 18% дали положительный ответ. Среди профессиональных организаций были названы: Союз журналистов РК,