

Велитченко С.Н. ©

К. филол. н., ассоциированный профессор кафедры медиакоммуникаций и истории Казахстана Международного университета информационных технологий, г. Алматы

К ВОПРОСУ О ЯЗЫКОВОЙ ПОДГОТОВКЕ ЖУРНАЛИСТОВ ДЛЯ КОНВЕРГЕНТНЫХ МЕДИА

Аннотация

В статье описываются проблемы создания современных медиатекстов, их форматные особенности. Рассматриваются такие понятия, как «массовость» медиатекстов, «стандартизация языковых конструкций». Доказывается, что грамотная текстовая деятельность журналиста в современный период обеспечивает адекватную и этичную коммуникацию.

Ключевые слова: медиатекст, медиа, язык масс-медиа, медийный словарь.

Keywords: language media, mediatext, media dictionary.

В настоящее время коммуникационная экспансия влияет на культуру всего мира. К привычным понятиям "информационное общество", "медийная культура", "медийное поколение", которые отражают в определенной мере зависимость знаний и представлений о жизни от медиа, добавляется еще и "медийный опыт".

Опережающий всякие предсказания технологический прогресс способствует как эволюции "старых", так и появлению "новых медиа", которые вместе овладевают "новыми языками" коммуникации и с их помощью формируют новую коммуникационную культуру.

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 - культурологический, 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 новых медиа. Представляется актуальным, что речь в данном случае должна идти именно о текстовом оформлении того или иного сообщения, документального по природе и авторизованного по изложению.

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 современной 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, 86]

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

1. Информационные тексты, носящие характер дайджеста;
2. Тексты печатных и эфирных сообщений, базирующиеся на пресс-релизах с минимальным набором выразительных средств;
3. Тексты рекламных сообщений, носящие экспрессивный характер;
4. Промежуточные, унифицированные тексты ТВ и радио: приветствие аудитории, «подводки» к видеосюжетам, интерактивное общение радиоведущего со слушателями, и т.д.
5. 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. Стиль общения устанавливается ведущим и характеризуется как интерфункциональный, т. е. представляет собой своеобразную контаминацию разговорного, книжного, нейтрального, просторечного стилей и жаргонной лексики.

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 - процентная аудиолингвизуальная 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 медийного 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”[2], 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 массовой 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»[3]. Сегодня к этому определению вполне можно добавить: система языковых связей **формирует** (выделено мною - **С.В.**) истолкование реальных связей реального мира. Здесь можно упомянуть о профессиональном умении применять язык **универсальный**, предполагающий воздействие на самую широкую аудиторию, которая, в свою очередь, имеет различное воплощение речевой культуры. 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 выражать 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 и полноценном функционировании медийного словаря.

Литература

1. Сметанина С.И. Медиатекст в системе культуры. - СПб, 2002.- С.86-99.
2. Колыхалова О.А. Язык и права человека в современном мире [Электронный ресурс] – Режим доступа: www.hrinsitute.ru/kolyh.html
3. Лотман Ю.М. Текст и функция // Избр. статьи: в 3-х тт. - Т.1. Таллин, 1992. -С. 99 -105.