

На сегодняшний день почти половину коллектива хакасской редакции составляют люди пенсионного возраста. Тех, кто в совершенстве знает хакасский язык, может писать и говорить на нем, найти нелегко. Поэтому будущее национального вещания во многом зависит от успешности решения кадровой проблемы. В любом случае можно утверждать, что язык коренного этноса в медиaprостранстве Хакасии сохранится и будет развиваться.

Библиографические ссылки

1. Гусейнова, А. В. Региональный язык в медиaprостранстве Республики Хакасия / А. В. Гусейнова // Вестн. Челябинского гос. ун-та, 2013. – № 29 (320). – С. 34–36.
2. Друзей моих прекрасные черты. Телевидению Хакасии – 50 лет / ред. В. Иньшин. – Абакан: ООО «Фирма «Март», 2009. – 96 с.
3. Костякова, Ю. Б. Массово-информационные пространства Хакасии и Горного Алтая в контексте государственной информационной политики (1954–1991 гг.) / Ю. Б. Костякова // науч. ред. Н. Я. Артамонова. – Абакан : Издательство ФГБОУ ВО «ХГУ им. Н. Ф. Катанова», 2018. –123 с.

Муратбек ТОКТАГАЗИН

*Евразийский национальный университет им. Л. Н. Гумилева
(г. Астана, Казахстан)*

ВОЗМОЖНОСТИ ЭПИСТОЛЯРНОГО ЖАНРА НА ТЕЛЕВИДЕНИИ

Анализируется эффективное использование эпистолярного жанра на телевидении, возможности жанра приспосабливаться к новой дискурсивной ситуации. Смена сферы функционирования жанра рождает вторичные жанры, являющиеся онтологически производными от первичного, репрезентированного в разговорной коммуникации.

Ключевые слова: эпистолярный жанр; визуальная коммуникация; телевизионная программа; дискурс; жанрово-стилевая маркированность.

The paper analyzes the effective use of the epistolary genre on television, the ability of the genre to adapt to the new discursive situation. Changing the sphere of functioning of the genre gives rise to secondary genres, which are ontologically derived from the primary, represented in conversational communication.

Key words: epistolary genre; visual communication; television program; discourse; genre-style marking.

Исследователи, обычные читатели привыкли читать письма в газетах, журналах или на определенных сайтах интернета. Разнообразные письма часто можно найти в книгах легендарных личностей, не говоря об эпистолярном наследии известных ученых, писателей, журналистов и т. д.

А присутствует ли эпистолярный жанр на телевидении? Да, конечно. При этом возможности телевидения в этом сегменте, можно сказать, огромные, практически без ограничений и очень богатые.

Конечно, в традиционном понятии письма обычно пишутся от адресата к адресату, т. е. между двумя людьми. Это так, но мы должны достаточно глубоко оценить и использовать грандиозные творческо-технические преимущества ТВ. Как писала профессор Н. Т. Фрольцова, «Творчество и существующие представления о нем так или иначе ассоциируются с идеями созидания» [4, с. 3].

По мнению исследователя М. П. Кочергана, «письмо – искусственно созданная система фиксации речи, позволяющая с помощью графических элементов передавать речевую информацию на расстоянии и закреплять ее во времени» [2, с. 18]. В этом плане у телевидения много возможностей. На телеканале журналисты могут использовать не только «голый» текст письма, но и яркие визуальные элементы с сопровождением уникальной музыки, красоты природы, архитектурные решения, удачные видеокадры и т. д.

Относительно этого можно привести много примеров. Один из них – всем известная телепередача «Жди меня». Как пишет общероссийская еженедельная общественно-политическая газета «Собеседник», которая выпускается Издательским домом «Собеседник», «Жди меня» (с 1998 по 2000 год – Ищу тебя) – международная телепередача, ток-шоу и в то же время народная служба поиска людей. Выходит на российском телевидении с 14 марта 1998 г. Изначально она транслировалась на телеканале РТР (1998), затем – продолжительное время на ОРТ (с 2002 г. – на «Первом канале») (1999–2017), в настоящее время трансляция ведётся на канале НТВ. До 2002 г. в сетке вещания «Первого канала» присутствовали повторы ток-шоу в утреннее время по будням». Данный социальный проект завоевал сердца миллионов телезрителей. Здесь главную роль играли *письма* людей, направленные телеканалу. Продюсеры, редакторы с особым творческим талантом использовали каждое письмо зрителей. Письма шли не только из населенных пунктов России, но и со всех концов СНГ, а также из-за рубежа. Тут многие достойно оценили *роль письма* в современной коммуникации, даже когда активно развиваются каналы аудио-видеокommunikации всевозможных форматов и когда «конкурирует» интернет со своими многомиллионными пользователями.

Здесь уместно говорить и об огромных возможностях эпистолярного жанра со своими постоянно развивающимися особенностями и преимуществами, которые вместе «курсируют» и меняются со временем. Как подчеркнул исследователь из России А. В. Курьянович, «изначально характеризуясь

принадлежностью к зоне разговорной речи, эпистолярный жанр способен переходить из стиля в стиль, из одной сферы коммуникации в другую, при этом трансформироваться и «приспосабливаться» к требованиям «неродной» для него дискурсивной ситуации. Смена сферы функционирования жанра рождает вторичные жанры, являющиеся онтологически производными от первичного, репрезентированного в разговорной коммуникации. В подобных случаях наблюдаются процессы «обработанности» жанра письма в соответствии с требованиями «вторичного» дискурса и появления в результате такого «стилистического редактирования» речевого продукта иной жанрово-стилевой маркированности» [3].

В нашем случае «иная жанрово-стилевая маркированность» письма – это его использование в форматах телевидения. Та же программа «Жди меня» после появления с помощью визуальной коммуникации, используя письма простых граждан не только постоянно развивает свой формат и стиль подачи материалов, но и получает огромное количество обращений десятков тысяч телезрителей, а на этой базе были размещены данные двух миллионов человек, которые искали друг друга. Благодаря этому телепроект стал всемирно известным, и его рейтинг резко поднялся. А с 1998 по 2000 год, поменяв название, проект стал еще больше приближен к телезрителям. Это своего рода творческий подход к каждому зрителю: когда журналист обращается напрямую, человек не может оторвать глаз от экрана и невольно «прицепляется» к нему.

Данный телепроект со временем стал международным. «С 2005 года телекомпания ВИД начала производство «Жди меня» и для других стран. С тех пор программа выходит в международном формате. Поначалу выходил аналог «Жди меня» на «Интер» (Украина). С 2009 года выходит аналог «Жди меня» на ОНТ (Белоруссия). «Жди меня» регулярно выходила на ОНТ с 2009 по 2016 год, с октября 2016 по июнь 2017 года «Жди меня» выходила в формате рубрики в программе «Наше утро». С того же года выходит аналог «Жди меня» на Первом канале «Евразия» (Казахстан). С 2010 по 2017 год выходил аналог «Жди меня» на Prime (Молдавия). С 2012 по 2013 год выходил аналог «Жди меня» на «Армении 1» (Армения). 14 февраля 2010 года вышел аналог «Жди меня» в КНР.

Проводятся телемосты посредством спутниковой связи с Украиной, Беларуссией, Казахстаном, Молдавией, Эстонией, Латвией, Литвой, КНР, США, Израилем, Индией, Филиппинами, Турцией, Великобританией, Арменией, Германией, Польшей и Аргентиной. В крупнейших городах этих стран в спе-

циальных студиях собираются люди, желающие рассказать о тех, кого они ищут. Аналоги есть также и в других странах: «Ищу тебя» (Азербайджан), «Где ты?» (Киргизия) и т. п.».

А в Казахстане АО «Агентство “Хабар”» выпускало программу «Бармысын, бауырым?». В период с 21.11.2014 г. по 26.03.2016 г. телеканал выпустил 68 телепередач. Данный телепроект «Хабара» в Казахстане был очень известным. Постоянными ведущими стали известный тележурналист Кымбат Досжан и актер Бакытжан Алпейсов. Передача готовилась с помощью писем телезрителей. К примеру, в выпуске от 12.12.2014 Жолдас Ташенов ищет своего брата Базарбая Ташенова. Телеканалом специально снят видеоматериал, где персонаж на экране рассказывает, как он потерял 20 лет назад своего родственника, тогда ему было 30 лет, сейчас 50.

После этого кадра несколько человек рассказывали о потерявшихся родственниках, показывая фотографии этих людей, просили о помощи, если кто-нибудь что-то знает, чтобы сообщили в редакцию. Затем на экране появилась рубрика «Разыскиваем», и ведущие читали несколько писем зрителей, которые ищут своих родственников. Далее видео о без вести пропавшем гражданине Тасбулате Жумабекове и видеосюжет из города Актюбинска.

Сейчас телевидение является особым элементом нашей жизни. Для большинства казахстанцев телевидение – основной источник новостей, оно настолько стало частью нас самих, что мы обращаем особое внимание на видеоконтент телепередач. По мнению исследователя Г. Маклюэна, при передаче сообщения техническое средство не нейтрально, а передает сообщению свои свойства. Телевидение, собирая на экране все времена и пространства сразу, сталкивает их в сознании телезрителей, придавая значимость даже обыденному. Для телевизионного поколения само собой разумеющимися становятся убеждения, что средства массовой коммуникации вездесущи, всемогущи, всезнающи. Через средства массовой коммуникации потребитель проникается иллюзией собственной исключительности, проницаемости, просвещенности. Однако телевизионное поколение, по мнению Г. Маклюэна, с одной стороны – творец настоящего, а с другой – его жертва [1].

Относительно этого утверждения можно привести пример из той же передачи от 12.12.2014 г. телеканала «Хабар». Видеосюжет этот о том, что Алтынкул Макаш ищет родственницу Жалимовой Бакытжамал Жубайкызы. Корреспондент телеканала, проявляя творческую сноровку и индивидуальность, снимает персонажа в историческом месте, где ее высказывания дополняются особыми изображениями и видами – архитектурными строениями. Тут не только видеозапись, а также настроение и дух человека – все это обогащает

телесюжет. Телепрограмма «Бармысын, бауырым?» дальше продолжается и другими тесно взаимосвязанными рубриками, где практически невозможно оторвать глаз от телеэкрана.

Другими словами, это и есть преимущество телевидения, которое имеет потрясающее, мощное воздействие изображения и звука на зрителя. А на экране обыденные вопросы могут выглядеть важными, волнующими и интересными. Искренние видеосюжеты на телевидении создают положительные ассоциации и притягивают телезрителей своим особым эффектом.

Библиографические ссылки

1. Кочерган, М. П. Введение в языковедение / М. П. Кочерган. – М. : Академия, 2005. – 380 с.
2. Курьянович, А. В. «Фигура умолчания» в системе функциональной стилистики: к вопросу определения стилистического статуса эпистолярия / А. В. Курьянович // Вестн. Томского гос. пед. ун-та, 2010. – Вып. 6 (96). – С. 84–88.
3. Маклюэн, Г. М. Понимание Медиа: внешние расширения человека / Г. М. Маклюэн. Перевод с англ. : В. Г. Николаев. – М., 2003.
4. Фрольцова, Н. Т. Типология творческой деятельности в аудиовизуальной коммуникации: автореф. дис. ... док-ра.филол. наук / Н. Т. Фрольцова. – Минск, 2003. – 49 с.

Валерий ТОЛКАЧЁВ

*Белорусский государственный университет
(г. Минск, Беларусь)*

ГРАЖДАНСКАЯ ПОЗИЦИЯ КАК ВАЖНОЕ УСЛОВИЕ ФОРМИРОВАНИЯ ЛИЧНОСТИ СОВРЕМЕННОГО ЖУРНАЛИСТА

В условиях современного развития общества, перехода к цифровой эпохе важное значение приобретает гражданская позиция журналиста. Рассматриваются факторы, влияющие на формирование гражданской позиции журналиста, такие как научное мировоззрение, креативное, творческое, системное мышление, система ценностей, культура творчества. Сделан вывод о важности целенаправленной работы в этом направлении.

Ключевые слова: журналист; гражданская позиция; информационное пространство; современное общество; прогресс; профессиональная деятельность; мировоззрение; системное мышление.

A civic position of the journalist becomes particularly important in the context of the modern development of the society, transition to a digital era. The paper covers the factors influencing formation of a civic position of the journalist which are scientific outlook, creative system thinking, system of values, and culture of creativity. The conclusion is drawn on importance of purposeful work in this direction.