

DOI:10.26104/NTTIK.2023.77.90.077

Пахирова Д.И.

ЗАМАНБАП МЕДИА ДИСКУРС ЖАНА БЕРҮҮ МОДЕЛДЕРИ

Пахирова Д.И.

СОВРЕМЕННЫЙ МЕДИАДИСКУРС И ТРАНСЛЯЦИОННЫЕ МОДЕЛИ

D. Pakhirova

MODERN MEDIA COURSE AND TRANSLATION MODELS

УДК: 8.81

Бул макалада заманбап маалымат коомунун медиа мейкиндигин уюштуруунун, айрыкча журналистика жана адабият жаатындагы өзгөчөлүктөрү каралат. Медиа маданиятынын аныктамасынан баштап, анын негизги милдет-маалыматты берүү, тилдин көйгөйлүү зоналары жана байланыш лидерлеринин маалыматты жеткирүү ыкмасы. Ар кайсы доордогу журналисттик дискурстар идеологиялык мамилелер, стилистикалык тоналдык, автордук типтеги, адресаттын түрү жана коммуникативдик стереотиптер менен айырмаланат. Дискурстун үч түрү бар: поли идеологиялык, идеологиялык эмес жана тоталитардык, акыркы экөө монидеологиялык башка пикирдин болушуна жол бергендиги менен айырмаланат. Мындан сырткары модерн жана постмодернисттик маданияттын негизги мүнөздүү өзгөчөлүктөрү адамдын жашоосунун өзгөрүшү жана анын социалдык-маданий идентификациясынын мүмкүнчүлүктөрү менен байланышта талдоого алынат. Медианын постмодернизмдин инсандыгына жана коомуна тийгизген таасири байкалат, постмодернизмдин виртуалдык мейкиндигиндеги симулятивдик мамилелерге карата заманбаптыктын чыныгы социалдык мамилелеринин түп-тамырынан бери өзгөргөн мүнөзү байкалат.

Негизги сөздөр: тил, маалымат, ыкма, медиа дискурс, коммуникативдик стереотиптер, идеологиялык дискурс, башкача пикир.

В статье рассматривается особенность организации медийного пространства современного информационного социума, в частности, в области журналистики и литературы. Исходя из определения медиакультуры как знаковой системы, главной задачей которой является трансляция информации, формулируются проблемные зоны языка и методов подачи информации коммуникационными проводниками. Журналистские дискурсы разных эр отличаются идейными установками, стилистической тональностью, типом авторства, типом адресата и коммуникативными стереотипами. Можно выделить три типа дискурсов: полиидеологический, моноидеологический и тоталитарный, где два последних различаются тем, что моноидеологический допускает существование иного суждения. Кроме того, анализируются основные характерные черты культуры модерна и постмодерна во связи с изменением жизнедеятельности человека и перспектив его социокультурной идентификации. Прослеживается воздействие массмедиа особа и сообщество постмодерна, подчеркивается решительно изменившийся характер реальных общественных взаимосвязей модерна в сторону симулятивных взаимоотношений в виртуальном пространстве постмодерна.

Ключевые слова: язык, информация, метод, медиадискурс, коммуникативные стереотипы, идеологический дискурс, другое мнение.

The article deals with the peculiarities of the organization of the media space of the modern information society, especially in the field of journalism and literature. Proceeding from the definition of media culture as an iconic system, the main task of which is to

transmit information, the problem zones of the language and the way the communication leaders deliver information are formulated. Mediadiscourse reflects the certain epoch in a life of society through the type of the sender, the addressee, a stylistic tonality and communicative stereotypes. One may mark out 3 types of discourse: monoideological, polyideological and totalitarian. The discourse of modern media is monoideological and we can't say that it is totalitarian, because we can find the other opinion in it. The main characteristic features of Art Nouveau and Postmodern culture are analyzed in connection with the change of human life and the possibilities of its socio-cultural identification. The influence of the media on the personality and society of postmodernism is traced, the radically changed character of the real social relations of modernity towards simulative relations in the virtual space of postmodernism is observed.

Key words: language, information, method, media discourse, communicative stereotypes, ideological discourse, other opinion.

Массалык коммуникативдик дискурс бир тектүү эмес, аны чыгарган доордун күзгүсү. Ал негизги социалдык идеяларды, социалдык умтулууларды жана идеалдарды, ошондой эле маданий жана моралдык баалуулуктарды чагылдырат. Жана бир доор экинчисинен кандайча айырмаланат, бири-бирин алмаштырган журналисттик дискурстар дагы коммуникативдик-стилистикалык өзгөчөлүктөргө ээ. Алар идеологиялык көз караштарында, стилистикалык тондорунда, автордук түрүндө, 2 адресаттын түрүндө ("сөзсүз көпчүлүк", "оңой окурман") жана башка параметрлерде (анын ичинде белгилүү бир курактагы белгилүү бир журналисттик дискурста иштелип чыккан байланыш стереотиптери жана тил маркалары) дал келбейт. Алуучунун түрү белгилүү. Бул так массалык кабыл алуучу. Атүгүл адамдардын ортосундагы байланышты туураган жанрлар (интервью, маек, ток-шоу, тегерек стол ж.б.), кош алуучуга багытталган: түздөн-түз (маектин түздөн-түз катышуучусу) жана кыйыр (массалык алуучу). Адресаттын билдирүүсү биринчи кезекте массалык алуучуга арналган жана массалык аңсезимге таасир этүү максатында иштелип чыккан.

Бул жетишкендиктер коомдун жашоосун түп-тамырынан бери өзгөртүп, маалыматтык иш-аракеттерди гана эмес, башкача айтканда, маалыматты өндүрүү, керектөө, берүү жана сактоо менен байланышкан иш-аракеттерди алдыңкы орунга коюп, ошондой эле дүйнөнү татаалдаштырып, салттуу ыкмалардын алкагында түшүнүү мүмкүн болбой калган денгээлде өзгөрттү. Постиндустриалдык коом сыяктуу татаал көп катмарлуу система социалдык байланыштардын та-

таалдыгын болжолдойт, алар маалыматтын чоң агымы аркылуу ишке ашат, аны кабыл алуу жана таанып-билүү заманбап медиа маданиятысыз мүмкүн эмес.

Медиа (латынча "медиа", "ортомчу", "орто") - XX кылымдагы термин, ал алгач "массалык маалымат каражаттары", ("массалык медиа", "массалык маданият") көрүнүшү үчүн киргизилген. Башкача айтканда, "медиа" деген сөз "ортолук, орто" дегенди билдирет, ошондуктан медиа окурмандар менен жаңылык булактарынын ортосунда турган адамдар.

Культуролог Н. Кириллова мындай деп белгилейт: ""медиа маданият" деген термин – бул заманбап маданий изилдөөлөрдүн термини, ал коом менен мамлекеттин, коомдун жана бийликтин ортосундагы ортомчу болгон маалыматтык коомдун маданиятынын өзгөчө түрүн белгилөө үчүн киргизилген. Медиа маданиятын "иконалык система" деп аныктоого болот, бул "код" адам айланасындагы дүйнө жөнүндө маалыматты берүү үчүн колдонулат... Медиа маданияты маалыматты өткөрүп берүү маданиятын жана анын кабыл алуу маданиятын камтыйт; ал ошондой эле медиа тексттерди окуй, талдай, баалай, медиа тексттерди түзөт, медиа аркылуу жаңы билим ала турган Инсандык өнүгүү тутуму катары иштей алат. М. Кастелс маалымат доору "компьютерлештирүү" менен эмес, "массалык маданият" менен башталат деп эсептейт, анын негизи согуштан кийинки мезгилде аудиовизуалдаштыруу болгон башкача айтканда, кино, телевидение, жарнама, видео".

Бир доорду экинчисинен айырмалап турган убакыт алкагы, демек, журналисттик дискурс экинчисинен экстралингвистикалык факторлорго байланыштуу. Эгерде экономикалык базадагы өзгөрүүнүн көрсөткүчү (мисалы, пландаштырылган, өткөөл же рыноктук экономика) эпохтарды бөлүү үчүн жетиштүү болсо, анда жаңы дискурста белгиленген идеологиялык моделдин өзгөрүшү, акыры, дискурстарды көрсөтүү жана бөлүү үчүн өтө маанилүү.

XX кылымдын башында орус коомунун жашоосу журналисттик дискурстун үч түрүндө чагылдырылган. Бул советтик дискурс (тоталитардык); перестройка дискурсу (полиидеологиялык); постперестройка же акыркы журналисттик дискурс (моноидеологиялык).

Советтик дискурс бүгүнкү күндө эң көп изилденген жана кайра чечмеленген дискурс, ал "тоталитаризмдин тили" же "тоталитардык тил" деп аталат, башкача айтканда, бул бир идеологиянын үстөмдүгү жана башка үндү жана пикирди басуу. Н.А. Купина тоталитардык тилдин "принциби", "багыты" жөнүндө сөз кылат, ал "тоталитардык коомдук лингвистикалык аң-сезимдин калыптанышына, дүйнөнүн лингвистикалык сүрөтүнө салым кошот, ал примитивизм, убакыттын бир тараптуу кыймылы, мейкиндиктин жакындыгы, чыңалуунун туруктуу очоктору, чыныгы

виртуалдуулук, мифология, жалпы көз караштын болушу, адамдын кыскарышы, анын ичинде лингвистикалык, баалуулук системасынан тышкары индивидуалдуулук". Биздин оюбузча, бул өзгөчөлүктөр жеке тексттерди эмес, дискурсивдүү идеологияны мүнөздөйт, анткени советтик журналистика коомго автордук журналистиканын теңдешсиз мисалдарын берген (А. Аграновский, В. Песков, И. Руденко жана башка көптөгөн адамдар). Советтик журналистиканын тилинин формалдашуусу идеолог тарабынан ички жана тышкы маселелер боюнча берилген саясий материалдарды ырастоо менен байланышкан лингвистикалык идеологиялык маркаларда, гезиттерде жана партиялык съезддер жана пленумдар жөнүндө кат алышууларда чагылдырылган.

Реструктуризацияланган журналисттик дискурс советтик дискурста жооп катары, советтик Дискурсту четке кагуу катары түзүлгөн. Ошондуктан советтик идеологиялык стереотиптердин ирониялуу кайра каралышы, тил ойноого болгон мамиле, башкача айтканда, кандай гана болбосун экспрессивдүүлүктү жогорулатуу жана советтик гезиттин тилинин стилинин системасын жок кылуу. Перестройка дискурсында жаңы, перестройкадан кийинки дискурстун ирония, тексттер аралык, сүйлөшүү жана тил оюну сыяктуу аныктоочу өзгөчөлүктөрүнүн келип чыгышын издөө керек.

Перестройканын тили полиидеология, демек, агоналдык, агрессивдүү жана стилистикалык бузулуу менен мүнөздөлөт. Советтик журналисттик дискурстун стилистикалык жана стилистикалык калыптарын четке кагуу жана жок кылуу стилдерин аралаштыруу абалына алып келди. Аралашма стилдери – өзгөрүү доорунун стилистикалык үлгүсү. Эгерде Советтик Дискурсту идеологиялык клишелер менен тааныса, анда перестройка дискурсу стилистикалык ар түрдүүлүк менен, перестройка мезгилиндеги журналисттик дискурстук практика үчүн стереотипке айланган стилдердин аралашмасы менен таанылат. Э.В. Чепкинанын айтуусу боюнча "дискурсивдүү практика" жана "код" сыяктуу түшүнүктөр "коммуникаторлордун максаттуу аң-сезимдүү ишмердүүлүгүн гана эмес, ошондой эле аң-сезим деңгээлинде дискурсивдүү текстти төрөө эрежелерин уюштурган факторлорду эске алат: коммуникаторлор тарабынан тааныш дискурсивдүү практикаларды жана маданий коддорду автоматтык түрдө кайталоо".

Балким, стилдердин аралашмасы мындай аң-сезимсиз дискурсивдүү өткөөл практикага айланды. Перестройка журналистикасынын тилинин бузулушу, сенсациялануусу жана агрессивдүүлүгү көбүнчө тилди жактырбагандыгы, анын тереңдеши жана адабий эмес элементтерди камтыгандыгы менен жетишилген. Бул жагдай перестройка боюнча массалык маалымат каражаттарынын дискурсында пайда болуп

О.Б. Сиротининдин айтымында, журналисттерди адабий-жаргондоштуруучу сүйлөө маданиятынын ээлерин деп атоо, анын мүнөздүү өзгөчөлүгү - ар кандай баада сүйлөөнүн төмөндөшү: "Сүйлөө маданиятынын бул түрү сүйлөөнүн атайылап төмөндөшү менен мүнөздөлөт (сүйлөөнүн төмөндөшү, оозеки сүйлөөдөн, диалекттерден, жаргондон, лексиканы туура эмес колдонуудан улам бардык синонимдеринин адабий сөзүнө болгон жакындыгы)".

Перестройкадан кийинки же акыркы медиа курс жениш жана жаңы (базар, капиталисттик ж.б.), идеология (биздин оюбузча, мамлекеттик капитализмдин эң так номинациясын басма сөздөн табууга болот). Акыркы медиадискурс негизинен моноидеологиялык. Журналисттик дискурстун негизги өзгөчөлүгү ("Буркан жана кол салуу" доорунан башка) массалык аң-сезимди бириктирген жана калыптандырган бир идеологиянын медиа мейкиндигинде басымдуулук кылат деп эсептелет. Ошондуктан, агоналдык полиидеологиялык дискурстун басымдуу өзгөчөлүгү деп эсептелет. Идеялардын революциялык күрөшү, мурунку идеологиялык негиздерди, аксиологиялык баалуулуктарды жана байыркы маданий түшүнүктөрдү четке кагуу (биз реконструкция дискурсунда байкадык) тазалоочу гана эмес, кыйратуучу күчкө ээ. Биздин оюбузча, моноидеологиялык дискурс – бул коомду бекемдеген жана андан ары өнүгүүгө түрткү берген туруктуу, терең тамыр алган идеологиясы бар туруктуу өнүккөн өлкөлөрдүн дискурсу. Моноидеологиялык дискурс үчүн агоналдык мүнөздүү эмес, ал шайлоо өнөктүктөрүнүн чөйрөсүнө түртүлөт. Моноидеологиялык дискурстун негизги функциясы – консолидациялоо, ал массалык аң-сезимде ырасталган коомдун идеологиялык моделин иштеп чыгат. Моноидеологиялык дискурс тоталитардык дискурска барабар эмес, анткени ал башка, анын ичинде оппозициялык пикирди билдирет.

Акыры, заманбап массалык коммуникативдик дискурста адресаттын альтернативдүү пикири чагылдырылат. Анын көз карашы боюнча, медиа мейкиндигиндеги адресаттын өкүлчүлүгү заманбап массалык коммуникативдик дискурстун маанилүү өзгөчөлүгү болуп саналат. Алуучунун медиа билдирүүсү жөнөтүлгөн алуучу аны түшүнөт. Бирок алуучу өзүнө таасир этүүчү объект катары гана эмес, ошондой эле ага сунушталган идеологиялык билдирүүнү кайра түзүүгө жөндөмдүү байланыш предмети катары көрүнүшү мүмкүн. Бүгүнкү күндө идеологиялык тексттерди кайра түзүү интернет байланышын, анын "үйдөгү байланышка багытталган" бөлүгүн көрсөтөт. Ошентип, саясий дискурстун азыркы изилдөөчүлөрү алуучу (чаттарда жана интернет форумдарында) саясатчы-

лардын кылдаттык менен жайгаштырылган оң сүрөттөрүн терс чагылдырарын белгилешет: "жалпысынан, коом саясатчынын баа берүүсүндөгү коммуникативдик жүрүм-турумундагы текебердиктин ар кандай көрүнүшүн калп катары кабыл алат: Б. Немцовдун ар кандай маанидеги мажбурлап колдонгонунан улам, орус шайлоочуларынан ал кишинин атын алган, бул текебердиктин маанисин чагылдырат".

Рефрейминг жеке жана социалдык идеологдорду түзүү аракетинин ордун толтура алгандыктан, рефрейминг адресатты Медиада идеологиялык маалымат берүү үчүн атайын стильди иштеп чыгууга мажбурлайт. Акыркы сапаттагы журналистика жалпысынан сиздин адресатыңызды сыйлоого позитивдүү тенденцияны көрүүгө мүмкүнчүлүк берет. Заманбап, сапаттуу журналистика, перестройка дискурсуна эмоционалдуулугуна жана экспрессивдүүлүгүн сактап, журналисттин социалдык ролуна жоопкерчиликтүү мамилени көрсөтөт. Мында постперестройкалык дискурстун социалдык идеологиясын бекемдөө калыптанат.

Таблоиддик басма сөз таптакыр башка ролду ойнойт. Анын көңүл ачуусу менен таблоиддик дискурс теманын, фактылардын жана стильдин таң калыштуу жана бузуку мамилесине басым жасайт, бирок сенин ой-пикириңе ылайык. Н. Засурский, медиа мейкиндигинде сары басма сөздүн болушу коомду демократиялаштыруунун маанилүү көрсөткүчү болуп саналат. Башкача айтканда, таблоиддик басма сөз дагы башка позициянын өкүлү, башкача пикирин билдирет. Таблоиддик басма сөз, оппозициялык басма сөз жана интернет байланышы заманбап массалык коммуникативдик дискурста керектүү полифонияны түзөт.

Адабияттар:

1. Клушина Н.И. Стилистика публицистического текста. - М., 2008.
2. Купина Н.А. Тоталитарный язык // Стилистический энциклопедический словарь русского языка. - М., 2003.
3. Купина Н.А. Тоталитарный язык. - Екатеринбург-Пермь, 1995.
4. Купина Н.А. Языковое сопротивление в контексте тоталитарной культуры. - Екатеринбург, 1999.
5. Сиротинина О.Б. Речевая культура // Стилистический энциклопедический словарь русского языка. - М., 2003.
6. Солганик Г.Я. Практическая стилистика русского языка. - М., 2006.
7. Солганик Г.Я. Современная публицистическая картина мира // Публицистика и информация в современном обществе / Под ред. Г.Я. Солганика. - М., 2000.
8. Чепкина Э.В. Дискурсивные практики демонстрации достоверности в текстах СМИ // Журналистика в 2008 году: Общественная повестка дня и коммуникативные практики СМИ: Сб. матер. Всеросс. науч.-практ. конф. - М., 2009.
9. Ясен Засурский глазами коллег и учеников. - М., 2009.