

**ЯЗЫКОВОЕ
СОЗНАНИЕ В АСПЕКТЕ
МЕЖКУЛЬТУРНОЙ
КОММУНИКАЦИИ**

Астана, 2018



**ЕВРАЗИЙСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
им. Л.Н. ГУМИЛЕВА**

ДАЛЯНСКИЙ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ

**ЯЗЫКОВОЕ СОЗНАНИЕ В АСПЕКТЕ
МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ**

Астана, 2018

УДК 811.161.1
ББК 81.2Рус
Я41

Международная редакционная коллегия:

Е.А. Журавлёва, Ш.К. Жаркынбекова, Д.С. Ташимханова (Казахстан),
Jiang Qun, Н.С. Касюк, Лю Бо (Китай), Е.Л. Райхлина, Т.Г. Бочина (Россия)

Я41 Языковое сознание в аспекте межкультурной коммуникации:
сборник статей / Отв. ред. Е.А. Журавлёва. – Астана: Изд-во ЕНУ им.
Л.Н. Гумилева, 2018. – 408 с.

ISBN 978-9965- 31-515-2

Сборник содержит статьи участников вебинара «Языковое сознание в аспекте межкультурной коммуникации», проведенного в рамках сотрудничества филологического факультета ЕНУ им. Л.Н. Гумилева (Казахстан) и факультета русского языка Даляньского технологического университета (Китай). Выступления участников вебинара посвящены проблемам формирования поликультурной личности в условиях многоязычного мира, функционирования русского языка в полиязычном мире, включенности русской литературы в процесс обучения русскому языку как иностранному, методики преподавания РКИ в традиционном и инновационном ракурсах.

УДК 811.161.1
ББК 81.2Рус

ISBN 978-9965- 31-515-2

© ЕНУ им. Л.Н. Гумилёва, 2018

нейшее развитие стратегий самостоятельной познавательной деятельности в процессе поли/мультилингвального образования.

Литература

1. Lanson T. A Short History of Language. – Oxford Umventy Press, 2002.
2. Образование в многоязычном мире: Установочный документ ЮНЕСКО. – Париж, 2003. – 38 с
3. Teaching and Learning: Towards the Learning Society // European Commission's White Paper, 1995 Brussels: The European Union, 1995 // [Электронный ресурс] Режим доступа: www.bonynetwork.eu.
4. Teaching and Learning: Towards the Learning Society [Электронный ресурс] Режим доступа: www.bonynetwork.eu.
5. Жаркынбекова Ш.К., Ахметова М.К. Вопросы внедрения полиязычного образования в мультилингвальном пространстве Казахстана // Полиязычное образование в системе высшей школы: проблемы подготовки билингвального и полилингвального специалиста и пути решения»: матер. Междунар. научн.-практ. конф. – Астана: ТОО «Мастер ПО», 2017. – 220с.
6. Ковина Т.П. Когнитивный подход в обучении // [Электронный ресурс] Режим доступа: http://mospolytech.ru/science/aai77/scientific/article/s14/s14_70.pdf
7. Бим Л.И. Концепция обучения второму иностранному языку (немецкому на базе английского) – М.: Титул, 2001. – 45 с.
8. Авилкина Ж.Н. К вопросу о когнитивном подходе в обучении иностранным языкам // [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/v/k-voprosu-o-kognitivnom-podhode-v-obuchenii-inostrannym-yazykam>
9. Хан Н.К. Русский язык в системе полиязычного образования // [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://repository.enu.kz/bitstream/handle/123456789/4422/russkii-yazyk-v-sisteme-poliyazychnogo-obrazovaniya.pdf?sequence=1>

ТОК-ШОУ КАК РАЗНОВИДНОСТЬ МЕДИАТЕКСТА

Гылымжанкызы Д., Ташимханова Д.С.

Евразийский национальный университет им. Л.Н. Гумилева

Казахстан, г. Астана

dst2010@mail.ru

В статье представлены отдельные результаты исследования ток-шоу как разновидности медиатекста, описаны отдельные подходы к определению медиатекста, анализируются типы ток-шоу, представленные на казахстанском телевидении.

Ключевые слова: текст, медиатекст, ток-шоу, языковое сознание.

The article presents the individual results of the talk show research as a kind of media text, gives approaches to the definition of the notion "media text", describes certain types of talk shows in Kazakhstan

Key words: *text, media text, talk show, language consciousness*

Термин *медиа́текст*, появившийся в конце XX в. в зарубежной коммуникативистике, в настоящее время является ключевой категорией в ряде направлений научных исследований в журналистике, лингвистике, социологии, культурологии, медиаобразовании и др.

Несмотря на широкое употребление, понятие «медиа́текст» не имеет однозначного определения. Анализ представленных в научной литературе различных подходов к определению медиа́текста, его дефиниций позволяет сделать вывод о многогранности, комплексности и интегральности данного понятия. Так, Солганик Г.Я. в статье «К определению понятий «текст» и «медиа́текст», говоря о публицистических текстах, отмечает, что медиа́текст – это «разновидность текста, принадлежащая массовой информации, характеризующаяся особым типом автора (принципиальное совпадение производителя речи и ее субъекта), специфической текстовой модальностью (открытая речь, многообразное проявление авторского я), рассчитанная на массовую аудиторию» [1: 15].

Т.Г. Добросклонская, сравнивая две категории – «текст» и «медиа́текст», в учебном пособии «Медиа́лингвистика: системный подход к изучению языка СМИ: современная английская медиаречь» представляет довольно лаконичное определение: «текст – это сообщение, медиа́текст – это сообщение плюс канал» [2: 200]. Федоров А.В. в своей работе «Медиа́образование: история, теория и методика» определяет медиа́текст как «сообщение, изложенное в любом виде и жанре медиа (газетная статья, телепередача, видеоклип, фильм и др.)» [3: 38]. По утверждению Н. Засурского, медиа́текст – «новый коммуникационный продукт», представленный в разных медийных структурах (вербальных, визуальных, символических, др.), различных медийных обстоятельствах (газеты, журналы, радио, телевидение и т.д.): «особенность медиа́текста в том, что он может быть включен в разные медийные структуры» [4: 160].

Наличие разнообразных толкований понятия «медиа́текст», представленных в работах исследователей, обусловлено поиском характерных черт, отличающих медиа́тексты от других видов текстов (к примеру, официально-деловых, художественных), с выделением спе-

цифических признаков медиатекста, позволяющих понять суть данного явления. Так, при определении медиатекста исследователи выделяют различные внешние условия его функционирования типа: характер информации; канал распространения информации; свойства знака; авторство информации, получателя (аудиторию) информации; цель информирования и др.

Одним из значимых свойств медиатекста является его мультимедийный характер, мультимедийность – комбинирование разнородных элементов (графических, аудио-, фото-, видеоизображений). Исследователи отмечают, что специфической характеристикой медиатекстов является их «нелинейность», иначе, «наличие сложной многоуровневой структуры, при которой текст развивается одновременно в нескольких измерениях: вербальном, медийном и гипертекстуальном...» [5: 182]

В числе важнейших характеристик медиатекста исследователи выделены многоплановость, полифоничность, или гетерогенность, которые Чичерина Н.В. определяет как многомерность, под которой понимает «комбинирование и интеграция разнородных компонентов (вербальных, визуальных, аудитивных, аудиовизуальных или других) в едином смысловом пространстве текста» [6].

К основным, специфическим характеристикам медиатекста исследователи относят также языковое наполнение, динамический характер, социально-регулятивную природу медиатекстов [6].

Критерии, составившие основу представленных в научной литературе типологий медиатекстов, разнообразны, что приводит и к разнообразию классификаций медиатекстов. Так, к примеру, в основу авторской типологии медиатекстов Т.Г. Добросклонской легло выделение системы таких устойчивых параметров, как «способ производства (авторский, коллегиальный); форма создания и форма воспроизведения (устный – письменный); канал распространения (СМИ – носитель); функционально-жанровый тип текста; тематическая доминанта или принадлежность к тому или иному устойчивому медиатопику).

Учет специфических признаков медиатекста, системы представленных исследователями устойчивых параметров, понимание медиатекста как продукта различных средств массовой информации позволяет отнести к медиатекстам телепередачи, в частности, ток-шоу.

Ток-шоу представляет собой интерактивный процесс речевого взаимодействия телекоммуникатора и телеаудитории и характеризуется определенными национально-культурными особенностями, которые проявляются в ситуации межличностного общения, осложненного условиями массовой коммуникации и институциональным статусом телекоммуниканта. Термин «ток-шоу» (от англ. *talk* – *разговор, беседа*; *show* – *зрелище, спектакль*) означает разговорное представление, что предопределяет его специфику как речевого жанра. Исследователи Н.В. Вакурова и Л.И. Московкин характеризуют ток-шоу как разговорный жанр, современный аналог теледискуссии, адресованной «не всем, но каждому» [7: 342]. Задача ток-шоу, по А.С. Вартанову, – активизировать восприятие содержания, заключенного в передаче с помощью формы диспута, острых вопросов, высказывания различных точек зрения [8: 254].

При систематизации ток-шоу исследователями учитывается множество классифицирующих признаков, и существование различных классификаций связано с распределением ток-шоу по разным основаниям. Так, исследователь Д.Л. Яконюк относит ток-шоу к публицистическим жанрам, по структуре жанровой композиции выделяет такие виды, как информационно-аналитические; социально-публицистические; познавательно-развлекательные. Другие исследователи относят ток-шоу к аналитическим жанрам. При этом отмечается, что телевизионное ток-шоу – это смешанный жанр, в котором совмещаются элементы других жанров: информационных, аналитических, художественно-публицистических. По тематическому признаку ими выделяются политико-аналитические, интеллектуальные, развлекательные, детективные, пародийные ток-шоу. По структурно-композиционному признаку ток-шоу относят к диалогическому жанру по стилистическому признаку – и к числу телевизионных программ «разговорного» жанра [9: 12].

Изучение телепрограмм казахстанского телевидения за последние десять лет позволяет утверждать, что на отечественном телевидении ток-шоу обрел четкие границы жанра, является довольно распространенным жанром. Одни ток-шоу транслировались довольно длительный период, другие – незначительный период. В частности, в разные годы на разных каналах отечественного телевидения на казахском и русском языках транслировались такие ток-шоу, как «Сайгез», «Наша правда», «Даму», «Ваш выход», «Пятый угол»,

«Мүмкін емес», «Көршілер – Соседи», «За деньги не купишь», «Жар-Жар» и др.

Все выделенные ток-шоу с точки зрения канала распространения являются телевизионными медиатекстами, с точки зрения функционально-жанрового типа – одни из них можно отнести к информационно-аналитическим (ток-шоу «Сайгез», «Наша правда»), другие – к художественно-публицистическим («Көршілер – Соседи»), при этом все они объединены целью «создание диалогического текста» (Л.М. Майданова, С.О. Калганова); по тематической доминанте ток-шоу так же различаются: одни типологизированы по таким медиатопикам, как бизнес (ток-шоу «Даму», «Ваш выход»), другие – как культура, социальная жизнь («Пятый угол», «Мүмкін емес», «Көршілер – Соседи»).

Литература

1. Солганик Г.Я. К определению понятий «текст» и «медиатекст» // Вестник Московского университета. – Сер. 10: Журналистика. – №2. – 2005. – С. 7-15

2. Добросклонская Т.Г. Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ: современная английская медиаречь: учеб. пособие. – М.: Флинта: Наука, 2008. – 264 с.

3. Федоров А.В. Медиаобразование: история, теория и методика. – Ростов н/Д, 2001. – 708 с.

4. Засурский Я.И. Колонка редактора: медиатекст в контексте конвергенции // Вестник Московского университета. – Сер. 10. Журналистика. – 2005. – №2. – С. 6.

5. Добросклонская Т.Г. Массмедийный дискурс как объект научного описания // Научные ведомости. Сер. Гуманитарные науки, 2014. – №13 (184). – Вып. 22. – С. 181-187

6. Чичерина Н.В. Медиатекст в контексте формирования медиаграмотности // [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/v/mediatekst-v-kontekste-formirovaniya-mediagramotnosti>

7. Вакурова Н.В., Московкин Л. И. Типология жанров современной экранной продукции. – М.: Аспект Пресс, 1997. – 342 с.

8. Вартанов А.С. Актуальные проблемы телевизионного творчества на телевизионных подмостках. – М.: КДУ, 2003. – 254 с.

9. Ларина Е.Г. Лингвопрагматические особенности ток-шоу как жанра телевизионного дискурса (на материале американских телевизионных программ). – Автореф. дисс....канд. филол. н. – Волгоград, 2004. – 22 с.