

ОСОБЕННОСТИ СТРУКТУРЫ ДИФFUЗНОГО ЖАНРА «ТЕЛЕБЛОГ» В БЕЛОРУССКОЯЗЫЧНОМ МЕДИЙНОМ ДИСКУРСЕ

Е. В. Войтишенюк

*Гомельский государственный технический университет
имени П. О. Сухого, Беларусь*

Научный руководитель Е. В. Сажина, канд. филол. наук, доцент

Поиск наиболее совершенных способов передачи информации тесно связан с процессом внедрения информационных технологий и инновационных разработок в жизнь современного общества. В лингвистическом поле исследований анализ различных типов дискурса (медийного дискурса, интернет дискурса, электронного дискурса, полемического дискурса и др.), помогает лингвистам проследить, с помощью каких языковых средств и структур осуществляется обмен информацией между носителями того или иного языка в соответствии с их целями и задачами. Известно, что любой тип дискурса имеет свойственный ему репертуар жанров. Жанры медийного дискурса (пресса, радио, телевидение) и интернет-дискурса (чаты, блоги и др.) могут взаимодействовать, дополнять друг друга, поэтому представляют интерес лингвистов и находятся в поле нашего исследования. За счет этого взаимодействия медийный дискурс расширяет свое информационное пространство, увеличивает количество участников и воздействует на них. Результатом взаимодействия жанров разных типов дискурса является гибридизация или диффузия жанров. Целью исследования является попытка определить особенности структурной организации диффузного жанра «телеблог» в белорусскоязычном медийном дискурсе. Новизна данного исследования состоит в том, что рассматриваемый нами диффузный жанр «телеблог», по сравнению с другими жанрами медийного дискурса, обладает уникальной многоступенчатой структурой. Анализ данного жанра может способствовать развитию научного знания в сфере лингвистики.

В нашем исследовании под диффузией жанров мы понимаем процесс взаимодействия жанров, относящихся к разным типам дискурса, – «телебеседа» и «интернет-блог», ведущий к возникновению особой жанровой модели «телеблог», обладающей собственной прагмалингвистической организацией и целью в рамках медийного дискурса. Основная цель жанра «телеблог» – вовлечь адресата в активную коммуникативную деятельность с тем, чтобы заинтересовать, развить и просветить его в рамках обсуждаемой темы посредством таких каналов, как интернет-блог и телепередача. Целью данного исследования является анализ структуры диффузного жанра «телеблог» в белорусскоязычном медийном дискурсе, что будет способствовать установлению репертуара схем построения данного диффузного жанра. Анализ проводится на материале белорусскоязычной телепередачи «Дыя@блог», которая представляет собой беседу на актуальные темы между ведущими, приглашенными в студию гостями и телезрителями. Основной канал связи с аудиторией – блоги, в которых ведущие объявляют темы программ, обсуждают важные общественные проблемы и отвечают на вопросы телезрителей. В результате диалога со зрителем через комментарии в блогах рождаются темы новых выпусков передач. По словам одного из телеведущих передачи «Дыя@блог» и автора блога «Дыя@блог P.S.» Наума Гальперовича, – «гледачы могуць удзельнічаць у стварэнні перадачы. У аснове праграмы – інтэрактыў праз інтэрнэт-блогі. Усе пытанні і каментарыі, якія дасылаюцца на блог вядучых, будуць агучаны падчас эфіру».

Телепередача «Дыя@блог» состоит из нескольких рубрик – «Пра мову», «Пра літаратуру», «Пра прыгожае», «Пра вечнае», «Дыя@блог P.S.». Ведущий каждой рубрики является автором своего блога, название которого идентично названию рубрики передачи. Таким образом, видно, что данный жанр является диффузным по такому признаку, как канал передачи информации. Рассмотрев рис. 1, мы видим, что информация сначала попадает в блог, потом обсуждается в передаче (на телевидении), после чего записанная передача опять возвращается в блог, чтобы читатель или зритель смог оставить свои комментарии или предложения.

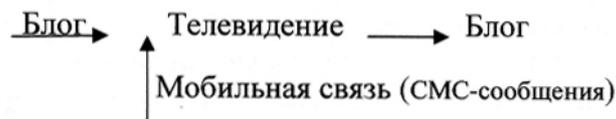


Рис. 1

Наблюдается также мена ролей участников, когда читатель блога становится зрителем, а блоггер – ведущим передачи. Блоги состоят из следующих разделов – главная страница, где освещается информация о приглашенных гостях, куда читатели блога могут написать свои вопросы приглашаемому гостю; раздел «Информация об авторе блога», «О проекте», «СМС-сообщения», «Все выпуски программ». Таким образом, телепередача создается с учетом вопросов, оставленных в блоге читателями и телезрителями. Рассмотрим подробнее следующую таблицу, в которой прослеживаются взаимосвязи основных элементов жанра «телеблог»: этапов подготовки к выпуску передачи, каналов передачи информации (блог и телевидение) и участников (ведущий/блоггер, гость, читатель-зритель и гипотетический зритель, не читающий блог).

Этап	Канал	Участники
1. Стартовый	Блог (предложенные темы передач)	Ведущий/блоггер → Гость
2. Подготовительный	Блог	Ведущий/блоггер → Читатель
3. Подготовительный	Блог	Читатель → Гость Ведущий/блоггер
4. Основной	Телевидение (передача)	Ведущий ↔ Гость Зритель (читатель блога) (телезритель)
5. Реакционный	Блог	Все участники телепередачи + Потенциальные читатели блога Комментарии

На стартовом этапе ведущий передачи, он же блоггер своей странички в интернете, приглашает гостя в студию для участия в беседе. Анонс тем и приглашенных попадает в блог, где читатель блога может узнать о том, кто придет и какая тема будет освещаться. Однако читатель блога может написать свои предложения, кого бы он хотел видеть в студии, а также заранее задать вопрос гостю, который уже запланирован, и ждать выпуска телепередачи, где он услышит ответ на свой вопрос. Количество вопросов зачастую определяет актуальность темы и повышенную заинтересованность читателей-зрителей блога. Таким образом, на стартовом (1) и подготовительных этапах (2, 3) читатель-зритель, посредством своих вопросов влияет на формирование будущей передачи. На наш взгляд, главным этапом является основной этап (4) – телепередача, где гость в прямом эфире участвует в беседе с телеведущим (блоггером) и зрителями, отвечая на их вопросы. Как правило, в первую очередь ведущий озвучивает вопросы читателей блога. А также любой участник, независимо, является ли он подготовленным зрителем (читатель блога и зритель одновременно) или же неподготовленным, может задать вопрос гостю посредством СМС-сообщения в прямом эфире. Таким образом, из таблицы видно, что в ходе телепередачи участвует максимальное количество участников – ведущий, который ведет телепередачу, может задавать свои вопросы гостю, являясь при этом непосредственным участником дискурса, и одновременно является посредником, озвучивая вопросы зрителей и читателей блога; аудитория – телезрители, читающие и нечитающие блог; сам гость, отвечающий на вопросы всех участников телебеседы. Несмотря на то, что телепередача транслируется одновременно в интернете и на телевидении, жанр «телебеседа» принадлежит медийному дискурсу и телепередача «Дья@блог» является телевизионной, запись которой позже попадает в блог. Далее на реакционном этапе (5) исходя из таблицы, читатели блога, постоянные или гипотетически возможные, могут еще раз просмотреть телепередачу, прочитать информацию о госте и оставить комментарии.

В ходе исследования было выявлено, что диффузный жанр «телеблог» возник в результате потребности белорусскоязычного медийного дискурса расширить свои границы. Таким образом, жанр медийного дискурса «телебеседа», взаимодействуя

с жанром интернет-дискурса – «интернет-блогом», стал называться диффузным жанром «телеблог» и приобрел сложную многоступенчатую структуру, которая имеет такие характеристики, как этапы подготовки выпуска программы, каналы передачи информации и соответствующих участников. В результате взаимодействия информационных каналов – телевидения и интернета, информация, которую раньше можно было прочитать только в прессе или услышать только по радио, становится общедоступной. Зрители могут участвовать в беседе посредством заранее подготовленных в блоге вопросов, общаться через СМС-сообщения, получать ответы на вопросы в телепередаче, а также оставлять комментарии в блоге. Данный диффузный жанр имеет преимущества перед другими жанрами медийного дискурса, поскольку имеет уникальную структуру, позволяющую привлекать большее количество участников с целью информировать и воздействовать на них.

Л и т е р а т у р а

1. Кузьмина, Н. А. Современный медиатекст : учеб. пособие / Н. А. Кузьмина ; под ред. Н. А. Кузьминой. – Омск, 2011. – 414 с.