

**ҚҰЗЫРЕТТІЛІК БІЛІМ: МОДЕЛЬДЕР,
ӘДІСТЕР, ТЕХНОЛОГИЯЛАР
КОМПЕТЕНТНОСТНОЕ ОБРАЗОВАНИЕ:
МОДЕЛИ, МЕТОДЫ, ТЕХНОЛОГИИ**

лер осы талдаудың түрленуін жетілдіру мақсатында сөйлемді талдап, содан кейін мақсатты мәтінді құруға болады /Андреас 2012/.

Неліктен семантикалық машиналық өңдеуді қолдану керек? Машиналық аудармамен байланысты барлық қиындықтарға қарамастан, оны миллиондаған адамдар кеңінен қолданады. Біріншіден, шет тілінде жазылған мәтін туралы жалпы түсінік алуға көмектеседі. Аудару кезінде жапон тілінен ағылшын тіліне төл мәтінді, мақсатты мәтін аралас ағылшын тілінде болады, бірақ оның тиянақты ойы түсінікті болады. Екіншіден, интернет арқылы қарым-қатынас немесе сұхбат кезінде бұл қатысушылар сөйлеген кезде көмектеседі. Мысалға чаттар, жедел хабаршылар, бейресми хаттар және т.б. Семантикалық машиналық өңдеу – бұл көп ақша жұмсауды және көп лингвисттерді қажет ететін күрделі жүйе, статистикалық машиналық аудармаға қарағанда. Тағы бір қиындық тіл маманының субъективті көзқарасымен байланысты.

Бұл процесс ұзақ уақытты алады: үшін жоғары сапалы семантикалық машиналық өңдеу, мәліметтер базасын құру 10 жылдан астам уақытты алады. Бірақ бұған қарамастан ғалымдардың барлық күш-жігерінің ішіннен профессор Роуз Смит қазіргі кезде ешкім зерттеуші сияқты ойламайды деп санайды. 1950 жылдары күрделі мәтіндерді осындай жоғары сапалы машиналық аударма қысқа және орта мерзімді перспективада қол жетімді мақсатқа айналды.

Пайдаланған әдебиеттер тізімі

1. Dyvik, The PONS Project Features of a Translation System, Bergen, 1990
2. J.Andreas «Towards Semantic Machine Translation, University of Columbia», 2012
3. M.R. Costa-Jussa «An Overview of the Phrase-based Statistical Machine Translation Techniques, Cambridge University Press», 2012
4. R.Smith «English Today», 2001
5. D.Santos «Semantics and (Machine) Translation», 1992
6. S.Bird, D.Chiang «Machine Translation for Language Preservation», 2012
7. T. Tymoczko «Translation and Meaning», 1978
8. Weaver, Translation. In Machine translation of Languages, volume 14, MIT Press, Cambridge, MA., 1955
9. www.darpa.mil

УДК 321.7:070

**ТЕМА КАК ЖАНРООБРАЗУЮЩИЙ ФАКТОР
(НА ПРИМЕРЕ ТЕЛЕКАНАЛА КОФ АО РТРК «ҚАЗАҚСТАН» «QOSTANAY»)**

Абжанова Р.Р., 4 курс, 5В050400 – журналистика, институт экономика и права, Костанайский региональный университет им. А.Байтурсынова

Машикова С.Н., ассоциированный профессор кафедры журналистики и коммуникационного менеджмента, доктор PhD, Костанайский региональный университет им. А.Байтурсынова

В статье дается определение понятию «Журналистская тема», рассматривается связь между жанром и тематической составляющей телевизионного контента, с целью выяснения с какими проблемами сталкиваются журналисты при создании телевизионного

**ҚҰЗЫРЕТТІЛІК БІЛІМ: МОДЕЛЬДЕР,
ӘДІСТЕР, ТЕХНОЛОГИЯЛАР
КОМПЕТЕНТНОСТНОЕ ОБРАЗОВАНИЕ:
МОДЕЛИ, МЕТОДЫ, ТЕХНОЛОГИИ**

контента. Автор анализирует результаты опроса, который был проведен в рамках исследования, среди практикующих журналистов регионального телевизионного канала КОФ АО РТРК «Қазақстан» «Qostanai».

В журналистских произведениях тема имеет устойчивый признак: она всегда есть конкретная реальная ситуация, восходящая к масштабной проблеме общества. Как известно, вся информация делится на определенные рубрики. Политика, социум, культура – это самые частные рубрики во всех СМИ. Ежедневно журналист, даже если он является «вольным» обозревателем, ведет давно сложившуюся авторскую передачу, пишет авторскую колонку в газету или готовит проблемную статью, сталкивается с такими творческими проблемами как – выбор темы, прояснение замысла, нащупывание идеи и структурно-композиционного решения. Т.е. журналист задумывается о чем? зачем? и каким образом? Он будет писать, говорить, сообщать. Жанрообразование – процесс неизбежный и повторяющийся каждый раз, когда журналист начинает работу над новым произведением, даже если он специализируется на чем-то уже определенном (на интервью или обзорах, очерках или заметках и т.д.). Новость – это информация, которая вызывает у людей определенную реакцию. Они понимают, о чем идет речь, и могут оценить важность этой информации, сравнив её с данными вчерашнего или позавчерашнего дня, с тем, что происходило здесь год назад.

В современных исследованиях вопрос о теме как жанрообразующем факторе периодически рассматривается в работах И.Г. Сибиряковой [1], Н.В. Орловой [2], Т.В. Шмелевой [3], Н.В. Тырыгиной [4] и др.

Так, например, И.Г. Сибирякова описывает способы развертывания темы в разговорной речи, отмечая предметно-тематическую иерархию и ее открытый или скрытый характер в разговорных диалогах. Н.В. Орлова использует принцип «от темы к жанру» и пытается выявить «репертуар жанров», связанных с конкретной диктумной основой. Т.В. Шмелева выделяет диктум (событийную основу) как один из жанрообразующих моментов, на основе которого можно провести дифференциацию жанров (например, выделить в очерке путевой, судебный, портретный и т.д.). Вопрос корреляции темы и жанра в массмедийном дискурсе рассмотрен Н.В. Тырыгиной на материале британской прессы. Ученый исследует тематизацию наряду с номинацией и предикацией как активный фактор жанрообразовательного процесса. Отвечая на вопрос о том, что и как тематизируется в массмедиа, Н.В. Тырыгина выделяет прототипические диктемы – части текста-прототипа, минимальные топикальные единицы текста. По мнению исследователя, диктема способна вбирать в себя такое свойство текста, как его жанровая категория.

Колесниченко А.В. подразделяет информацию на несколько типов: абстрактную, текущую, конкретную, косвенную и оценочную. Абстрактная информация дает общее представление о проблеме и участниках. Текущая информация дает представление о каждом конкретном моменте изменяющейся ситуации. Конкретная информация отвечает на определенные вопросы. Косвенная информация подтверждает или опровергает некие предположения. Оценочная информация – субъективная оценка ситуации [5, с.26].

В отличие от других творческих разновидностей журналистика отличается полным игнорированием вдохновения журналистское произведение зачастую рождается по плану редакции, по графику выпуска очередного номера или подготовки передачи. Из этого первым делом следует, что вдохновения ждать некогда. Оно может посетить или обойти журналиста, а газета, журнал, программы должны выйти вовремя, к нужному часу, готовые материалы ждут технические службы, непосредственно выпускающие продукт, который ожидают потребители, заплатившие за новую порцию информации. Поэтому современный журналист

**ҚҰЗЫРЕТТІЛІК БІЛІМ: МОДЕЛЬДЕР,
ӘДІСТЕР, ТЕХНОЛОГИЯЛАР
КОМПЕТЕНТНОСТНОЕ ОБРАЗОВАНИЕ:
МОДЕЛИ, МЕТОДЫ, ТЕХНОЛОГИИ**

нередко через все стадии создания произведения пролетает быстро, а бывает, и поверхностно. Как правило, у телерепортера нет временного пространства, чтобы спокойно обдумать комментарии, общие и крупные планы, если он делает эксклюзивный репортаж из горячей точки. Но порой то же телевидение злоупотребляет этой поверхностной репортажностью. Интернет-издания чаще обновляют информацию. Если в газете оперативность измеряется по шкале «вчера, сегодня, завтра», то критерий для электронных СМИ – «час назад, в эту минуту, через полчаса». Информационный поток увеличивается ежедневно и каждую секунду.

Журналистские жанры реализуют определенную творческую функцию или набор функций. Здесь, на наш взгляд, представляется важным помнить, что функционал журналистского жанра отличается от функционала журналистского текста. Фундаментальная функция журналистского текста – исправляющее истолкование действительности. И она раскрывается через познавательную, онтологическую, семантическую, коммуникативную, аксиологическую и рекреативную функции. Нельзя не согласиться с Орловой Н.В., которая отмечает, что журналистский жанр осуществляет исправляющее истолкование через иерархическую систему следующих творческих функций: создание информационной модели социального явления; установление причинно-следственных отношений с другими явлениями; выявление значимости явления (оценка); определение будущего состояния исследуемого явления (прогноз); формулирование программ действий по изменению предупреждению повторяемости явления. При этом первую функцию – информационное моделирование – мы считаем базовой для всех жанров, причем у событийной заметки она – единственная [2,с.63]. Стало быть, в зависимости от степени сложности предмета журналист реализует в творчестве либо редуцированный, либо полный набор функций, тем самым выбирая адекватный своему исследованию жанр.

В процессе мировой глобализации и цифровизации общества резко возрастает спрос на информацию. Знание всего информационного контента для потребителя стало большой ценностью. Сегодня потребитель, а именно зритель, требует возможности мгновенно потреблять информационный продукт отвечающий его интересам. Именно поэтому, роль жанра контента и его связи с тематической составляющей на сегодняшний день возрастает в разы: возможности телеконтента настолько возросли, что они обеспечивают достаточно широкую аудиторию. Соответственно, в отличие, например, от литературы эфирную продукцию телеконтента можно интерпретировать через множество различных жанровых структур, поэтому даже профессионалу сложно разобраться, какая схема конструктивна и необходима, чтобы понять, к какому жанру относится собственное произведение. Быстрое изменение жизни с глубокими переменами самой структуры человеческих потребностей вызывает неожиданные изменения жанровой структуры телевидения как наиболее мобильного, доступного и массового СМИ. К сожалению, наука консервативна и отстает от предмета исследования как раз именно тогда, когда ее теоретические схемы и прогностические возможности оказываются наиболее востребованными, работники творческих профессий остро нуждаются в подтверждении обществом продукта своей деятельности [3,с.31].

В процессе написания статьи был проведен опрос среди журналистов регионального телеканала «Qostanau», который показал следующие результаты.

Журналисты-практики чаще всего отмечали, что тема рождается из редакционного задания. Но бывает и так – появляется идея и журналист начинает прорабатывать ее, обдумывать происходящие события, пытаться свести все мысли к какой-то одной общей, объединяющей идее, оценивая их уже с позиции будущего материала. Затем вырисовывается конкретная картина, и после этого начинается подготовительная работа. При этом очень важно реально себе представлять, насколько выбранная тема актуальна, будет ли она представлять

**ҚҰЗЫРЕТТІЛІК БІЛІМ: МОДЕЛЬДЕР,
ӘДІСТЕР, ТЕХНОЛОГИЯЛАР
КОМПЕТЕНТНОСТНОЕ ОБРАЗОВАНИЕ:
МОДЕЛИ, МЕТОДЫ, ТЕХНОЛОГИИ**

интерес для аудитории, наконец, что потребуется для ее реализации. Только после этого можно приступать к ее разработке. На практике многие журналисты специализируются на какой-то одной теме. Но и в этом случае, по мнению одного из респондентов, он постоянно включен в процесс не только обдумывания (ведь раскрыть новые грани в уже знакомой теме бывает еще сложнее, чем написать материал о чем-то другом), но и накопления нового материала.

«Моя основная тема – мода, – говорит один из респондентов. – Увлекаюсь этим вопросом очень давно. Слежу за всеми актуальными течениями, новинками. Иногда сама пытаюсь спрогнозировать те или иные тенденции, которые намечаются в высокой моде. Считаю, что найти интересную тему так же сложно, как придумать новую оригинальную модель одежды».

Найти и раскрыть в старой теме новые мотивы, которые могли бы быть интересными потребителю, помогают новые факты, считает другой респондент: «Есть такие постоянные проблемные общественные темы как: транспорт, общепит, пожарная безопасность – иногда бывает очень скучно работать. Но бывает и так, что появляются какие-то новые факты, которые могут повернуть, раскрыть тему с новой стороны. Поэтому главное – найти эти факты. Если появляется новая тема, то она, конечно, рождается не на пустом месте».

Вопрос о теме как жанрообразующем факторе в условиях рейтинговой борьбы (или ее отсутствия) остается слабо изученным. Важной категорией при этом становится эфирное время и способность определенной новостной тематики привлечь и удержать внимание зрителя. В рамках данной статьи был проведен опрос среди журналистов регионального информационного телеканала КОФ АО РТРК «Қазақстан» «Qostanai», функционирующего в условиях высокой конкуренции, через призму тематики контента как жанрообразующего фактора.

Таким образом можно сделать вывод, что жанр всегда остается оптимальной формой решения творческой задачи. Поэтому он всегда жестко детерминирован: цель, лежащая в основе решения любой творческой задачи, определяет выбор жанра. Детерминизм (обусловленность) жанра связан: а) с объективными свойствами анализируемого или описываемого факта; б) с конкретными задачами, решаемыми данным изданием и данным автором; в) с мировоззренческими и индивидуально-психологическими особенностями личности журналиста. Разрабатывая тему, анализируя попавшие в поле зрения факты, корреспондент еще на предварительной стадии своей работы осуществляет определенный выбор жанра, останавливаясь, в конечном счете, на том, который представляется ему наиболее подходящим. Бытующее среди журналистов-практиков убеждение, будто о жанре предстоящего текста он не думает и тот складывается сам собой, интуитивно, противоречит существу творческого процесса. Интуиция как составная часть творчества способствует рождению целостного текста: текст вбирает в себя необходимые жанровые элементы, подчиняясь логике развития мысли автора.

Список использованных источников

1. И.Г. Сибирякова «Тема и жанр в разговорной речи [Текст]: монография», 1997
2. Н.В. Орлова «Жанр и тема: об одном основании типологии [Текст]: сборник научных статей Жанры речи», 2002
3. Т.В. Шмелева «Жанры в современной медиасфере [Текст]: сборник научных статей» / М., 2012
4. Н.В. Тырыгина «Жанровая стратификация масс-медийного дискурса [Текст]: монография» / М., 2010
5. А.В. Колесниченко «Настольная книга журналиста [Текст]: учебное пособие для студентов вузов» / М., 2013