УДК 070.41

DOI: 10.23951/1609-624X-2017-7-98-102

АНАЛИЗ И ТИПОЛОГИЗАЦИЯ СОВРЕМЕННЫХ ОБРАЗЦОВ ЭПИСТОЛЯРНОЙ ПУБЛИЦИСТИКИ В РАЗЛИЧНЫХ СМИ: ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ЭПИСТОЛЯРНОГО ЖАНРА В СОВРЕМЕННОЙ ПУБЛИЦИСТИКЕ

М. Токтагазин

Евразийский национальный университет имени Л. Н. Гумилева, Астана, Республика Казахстан

Актуальность исследования предопределяет современный контекст развития информационного пространства и происходящие в нем эволюционные изменения, связанные с новейшими достижениями в области информационных и коммуникационных технологий. Как в российской, так и казахстанской теории массовой коммуникации этот аспект недостаточно изучен и требует внимания. Новаторство и теоретическая значимость работы заключаются в анализе перспективных проблем, которые вносят серьезный вклад в научную базу исследования журналистики. Представлена целостная концепция типологизации эпистолярной публицистики в условиях глобализации и развития информационного общества. Анализу подвергаются современные образцы текстов как в печатных, так и электронных средствах массовой информации, а также в сети Интернет, которые становятся новым эпистолярно-визуальным пространством для общения с основной инфраструктурой социальной коммуникации на локальном и глобальном уровнях. Проанализированы динамические процессы, происходящие в языке и стиле произведений современной эпистолярной публицистики, такие как эволюция эпистолярного жанра, его трансформация в эпистолярно-визуальный жанр, десакрализация при получившей возможность в социальных сетях анонимизации и самопрезентации участников общения, тенденция к лаконизации содержания, снижение уровня информативности, а также активное использование графических знаков и аббревиатур. Разработана типология каналов распространения информации, описаны их современные типы, активно используемые в публицистическом дискурсе, которые во многом определяют социально-психологическую, информационно-языковую и культурную ситуации в обществе. Чрезвычайно важной в этой связи является проблема формирования профессиональной культуры создателя текста деловых, личных или других типов писем. Рассмотрены тенденции и перспективы развития эпистолярного жанра в современной публицистике, лингвистические и стилистические возможности данного проверенного временем средства общения.

Ключевые слова: *письмо, эпистолярный жанр, СМИ, каналы СМК, современность, перспективы развития.*

С вхождением в нашу жизнь новейших технологий связи, Интернета, возможности мгновенной мобильной и видеосвязи самых отдаленных уголков земного шара, с возникновением в нашем мире тенденций к мультикультурализму и глобализации эпистолярный жанр, как и прочие жанры, претерпел достаточно серьезные изменения. Теперь письмо как таковое возможно в рамках мгновенного письменного диалога в социальных сетях, в виде СМС-сообщений, переписки в чатах, на форумах и публикации публичных сообщений в блогах, но и на страницах печатных СМИ эпистолярный жанр по-прежнему имеет место.

Прежде чем типологизировать образцы современного эпистолярного жанра, отметим основные особенности современных писем и проведем типологизацию средств массовой коммуникации, которые могут использоваться для публикации писем в том или ином виде в современных СМИ.

Что касается особенностей современного эпистолярного жанра, то здесь стоит отметить, что произошла трансформация эпистолярного жанра в нечто качественно новое – в эпистолярно-визуальный жанр. Современное письмо как образец эпи-

столярно-визуального жанра обладает уникальными характеристиками: тенденцией к лаконизации и визуализации. Сопровождение письма графической картинкой сегодня – наиболее выраженная тенденция переписки с помощью современных информационных устройств.

Что касается каналов массовой коммуникации, то можно представить следующую их структуру.

М. Ю. Сидорова полагает, что наиболее распространенными каналами передачи сообщения можно считать следующие [1, с. 25–29]:

1. Коммуникация посредством СМИ. Это донесение сообщения массовой информации через:

- печатные СМИ (газеты, журналы);
- посредством радио и телевидения;
- с помощью средств электронных СМИ (онлайн-версии печатных СМИ, радио, ТВ, а также новостные интернет-порталы без офлайн-поддержки).

2. Коммуникация через организации – этот вид коммуникации подразумевает влияние на массовую аудиторию путем сообщения массовой информации не о событии или факте, как в СМИ, а передачи сообщения от организации – как события или факта, значимого для организации, так и авторитет-

ного мнения организации, призванного изменить массовое сознание в пользу организации. Это могут быть научные или информационные организации, **PR-агентства, политические партии, экологические организации, социальные организации** и др.

3. Неформальный канал распространения информации – этот канал коммуникации подразумевает личную связь человека из массовой аудитории с человеком из массовой аудитории, которые обмениваются между собой мнениями, влияющими друг на друга. Если некоторый человек имеет популярность в определенном секторе массового сознания, то он также способен влиять на массовое сознание, что и другие адресанты через канал неформальной коммуникации. К каналу неформальной коммуникации можно отнести:

- личное общение;
- личное общение с помощью электронных устройств – телефонный разговор, разговор по Skype и др.;
- общение посредством сети Интернет (форумы, блоги, социальные сети, обмен комментариями в новостных лентах СМИ).

Итак, все каналы массовой коммуникации, за исключением личного общения и личного общения с помощью электронных устройств, могут служить для передачи текста эпистолярного жанра.

Рассмотрим, каким образом происходит публикация современного письма по каналам массовой коммуникации.

1. Коммуникация посредством СМИ. Это донесение сообщения массовой информации через:

- печатные СМИ (газеты, журналы). Необходимо отметить, что в целом люди XXI века переходят на информационные технологии, поэтому о бумажных письмах в редакцию СМИ теперь редко кто вспоминает, да и сами письма приходят все реже – социальная структура изменила и массовое сознание. Редакции СМИ в основном стараются выбирать из писем новостные и сенсационные сюжеты, черпать из писем идеи для новых материалов, а не публиковать письмо как произведение на страницах СМИ. Однако анализ печатных СМИ России, Казахстана и Белоруссии за период 2009–2014 гг. показал, что печатные СМИ публикуют письма и мы можем видеть присутствие писем научного и делового содержания, а также ярко выраженную тенденцию к использованию СМИ в качестве инструмента для донесения до широкой общественности мнений общественно значимых людей по острым социальным и политическим вопросам, а также их ответы. И вместе с тем мы можем найти приуроченные к памятным событиям публикации писем фронтовиков и обычных людей, а также исторических личностей, которые являются настоящими многожанровыми личными письмами с раз-

мышлениями о социальных и политических проблемах разных времен;

- радио и телевидение. Здесь стоит разграничить радио и телевидение. Основой публикации эпистолярного текста в условиях радиовещания является технология **СМС – дикторы зачитывают** короткие сообщения, которые присылаются в режиме реального времени в редакцию в ответ на затрагивание социальной проблемы или при проведении развлекательного конкурса/викторины. Также часто радио используется как канал коммуникации между людьми – то есть СМС-сообщение поздравления с днем рождения или признание в любви – это тоже своего рода эпистолярия – отложенная коммуникация посредством СМИ. Что же касается телевидения, то здесь есть два варианта выражения эпистолярного жанра – во-первых, это чтение бумажных писем прошлых лет – передачи о фронтовиках, известных людях, исторические передачи, во-вторых, это прочтение письма в прямом эфире при условии необходимости коммуникации редакции программы со зрителями – это, к примеру, передачи «Жди меня» или «Ищу тебя»;

- с помощью средств электронных СМИ (онлайн-версии печатных СМИ, радио, ТВ, а также новостные интернет-порталы без офлайн-поддержки) – здесь в полной мере проявляется тенденция к графичности и лаконичности современного эпистолярно-визуального жанра, поскольку возможность комментирования новости дает возможность кратко и экспрессивно с помощью иконических знаков и сокращений выразить социальную оценку новости/событию.

2. Коммуникация через организации – этот вид коммуникации подразумевает влияние на массовую аудиторию путем сообщения массовой информации не о событии или факте, как в СМИ, а передачи сообщения от организации – как события или факта, значимого для организации, так и авторитетного мнения организации, призванного изменить массовое сознание в пользу организации. Это могут быть научные или информационные организации, **PR-агентства, политические партии, экологические организации, социальные организации** и др., которые могут публиковать свои письма-отчеты посредством, как правило, печатных СМИ либо официального характера, либо созданных самостоятельно.

3. Неформальный канал распространения информации – этот канал коммуникации подразумевает личную связь человека из массовой аудитории с человеком из массовой аудитории, которые обмениваются между собой мнениями, влияющими друг на друга. Если человек имеет популярность в определенном секторе массового сознания, то он также способен влиять на массовое сознание, что и другие адресанты через канал неформальной ком-

муникации. К каналу неформальной коммуникации можно отнести общение посредством сети Интернет (форумы, блоги, социальные сети, обмен комментариями в новостных лентах СМИ) – этот вид эпистолярно-визуального общения на настоящий момент является наиболее распространенным и востребованным.

Итак, эпистолярия в настоящий момент отнюдь не прекратила своего существования, и хотя в печатных СМИ на данный момент довольно мало примеров эпистолярной публицистики, но эпистолярный жанр участвует в телевизионных программах и радиопередачах, а сеть Интернет на данный момент является новым эпистолярно-визуальным пространством для общения людей посредством письма.

А. В. Курьянович пишет о том, что электронная версия эпистолярного жанра переживает период обесценивания самого письма как артефакта общения, поскольку его бумажное выражение, в которое человек вкладывает труд, – это и выбор бумаги, и выбор конверта, и формулировка фраз таким образом, чтобы написать письмо без переписывания, и слежение за почерком, чтобы письмо было удобочитаемым, – все эти факторы создают в совокупности не только само письмо как носитель определенной информации, направленной от адресанта к адресату, но и письмо становится выражением мысли человека, облеченной в материальную форму [2, с. 47–48].

Другими словами, бумажное письмо, сравнительно с бумажной книгой, кстати, своего рода предмет роскоши, некий материальный объект, а письмо электронное – объект менее ценный, поскольку в любой момент можно стереть фразу и переформулировать мысль до отправки письма, нет необходимости формировать приятный для удаленного собеседника вид носителя информации и т. п. Отсюда возникает неизбежная профанация письма и его основных структур – приветствия, этикетного обращения, подписи и других неотъемлемых элементов классического письма.

То, что произошло с письмом в современном информационном технократизированном обществе и его культуре, можно сравнить с тем, что произошло с мифом – письмо в своем роде десакрализировалось. Если вспомнить о мифологическом мышлении древнего человека, о том, как он одушевлял явления природы, как многие проявления законов мироздания для него были выражением божественного, так и бумажное письмо – это материальный объект мысли, наполненный эмоцией адресанта. Если проследить отношение к письму, то можно понять, что письма бережно хранятся, воспринимаются как наследие, а современные электронные письма – не более чем средство донесения информации, инструмент.

Таким образом, можно утверждать «упрощение», десакрализацию, перевод письма из плоскости важного с точки зрения духовного и эмоционального восприятия объекта в плоскость бытовую, инструментальную, профанную.

Почему произошло такое изменение?

Во-первых, стоит отметить фактор анонимизации современного эпистолярного жанра. Отправляя письмо кому-либо со своего аккаунта в социальных сетях или с электронной почты, человек не ожидает непременно личного знакомства с адресатом. Более того, при деловой переписке или знакомстве люди могут быть совершенно незнакомы и восприятие личности посредством представленного в электронном виде текста не дает собеседнику возможность полноценно воспринимать в письме собеседника как с содержательной, так и с эмоциональной стороны полученного письма. При этом мы не говорим даже про факт возможности умолчать информацию или намеренно исказить ее в целях еще большей анонимизации.

Во-вторых, при анонимизации участники общения часто склонны к конструированию привлекательного с их точки зрения образа самопрезентации. То есть человек при написании письма может выбрать себе никнейм – подпись, которая будет характеризовать его интересы или точку зрения с той стороны, которую человек хотел бы подчеркнуть. Например, в чатах часто можно встретить никнеймы воинственного характера (Файтер, Боец и т. п.), намекающие на принадлежность к субкультурам (Эмо, Гламурная деффчонка и т. п.), мифологические (Зевес, Перун и т. п.), анимализированные (Кошечка, Лев и т. п.) и др.

В-третьих, электронное общение не подразумевает общения эмоционального. В электронном общении никак нельзя полноценно передать эмоцию, даже выраженная смайликом – пиктограммой эмоции, она может, во-первых, быть поставлена как определяющая эмоцию намеренно, т. е. исказить или скрывать истинную эмоцию собеседника, во-вторых, так или иначе это своего рода вербализованное выражение эмоции.

Перспективы развития эпистолярного жанра в публицистике в условиях информатизации и глобализации достаточно сложно проанализировать корректно, однако в целом стоит отметить, что современная эпистолярия, с точки зрения многих исследователей «умершая», в современном мире приобрела новое выражение – эпистолярный жанр трансформировался в эпистолярно-визуальный жанр, приобретая тенденции к лаконичности и графичности, а также крайностей по уровню информативности содержания.

В целом можно сказать, что эпистолярия имеет тенденцию к наращиванию темпов использования

графических знаков, аббревиатур и сокращений [3], однако, как мы полагаем, в ближайшее время эта тенденция все-таки нивелируется, уступив место разумному балансу между информативностью сообщения, использованием сокращений и аббревиатур, а также графических значков, но, на наш взгляд, будут более распространены смыслодерживающие визуальные сопровождения файлы – формата .gif, к примеру.

В целом хотелось бы сказать, что эпистолярный жанр и дальше будет трансформироваться, подчиняясь НТР и тенденциям развития человеческой цивилизации, и многим исследователям стоит обратить внимание на эти процессы эволюции и трансформации – эра бумажных писем действительно уходит в прошлое, но эра электронного общения только начинается.

Современный эпистолярный жанр – это очевидные перспективы к дальнейшему развитию творческой образной мысли. Ведь он, как никакой другой вид литературы, тесно связан с личностью пишущего. Перед ним открываются новые лингвистические возможности, его ассоциируют с эмоциональностью и размышлениями, причудливым переплетением литературной и разговорной речи, «вросшими» в бытовую лексику новыми фразеологизмами, метафорами.

Итак, произошла трансформация эпистолярного жанра в нечто качественно новое – в эпистолярно-визуальный жанр.

Эпистолярная в печатных СМИ сейчас носит экспрессивный характер, мы видим присутствие писем научного и делового содержания, а также ярко выраженную тенденцию к использованию СМИ в

качестве инструмента для донесения до широкой общественности мнений общественно значимых людей по острым социальным и политическим вопросам, а также их ответы.

Основой публикации эпистолярного текста в условиях радиовещания является технология СМС, также часто радио используется как канал коммуникации между людьми. Что же касается телевидения, то здесь существует два варианта выражения эпистолярного жанра – во-первых, это чтение бумажных писем прошлых лет, во-вторых, это прочтение письма в прямом эфире при условии необходимости коммуникации редакции программы со зрителями.

Электронные СМИ в полной мере проявляют тенденции эпистолярности к графичности и лаконичности современного эпистолярно-визуального жанра.

Ярко выражен эпистолярный характер делового и научного сообществ – многие организации публикуют письма-отчеты и открытые письма посредством, как правило, печатных или электронных СМИ либо официального характера, либо созданных самостоятельно. Общение посредством сети Интернет (форумы, блоги, социальные сети, обмен комментариями в новостных лентах СМИ) – этот вид эпистолярно-визуального общения на настоящий момент является наиболее распространенным и востребованным.

Эпистолярная имеет тенденцию к наращиванию темпов использования графических знаков, аббревиатур и сокращений. В будущем эпистолярный жанр и дальше будет трансформироваться, подчиняясь НТР и тенденциям развития человеческой цивилизации [4, с. 80].

Список литературы

1. Сидорова М. Ю. Интернет-лингвистика: русский язык. Межличностное общение. М.: 1989.ру, 2006. 193 с.
2. Курьянович А. В. Электронное письмо как функционально-стилевая разновидность эпистолярного жанра в пространстве современной коммуникации // Вестн. Томского гос. пед. ун-та (TSPU Bulletin). 2008. № 2. С. 44–49.
3. Иванов Л. Ю. Язык Интернета: заметки лингвиста. URL: <http://flogiston.ru/projects/articles/> (дата обращения: 20.03.2017).
4. Осипова О. В. Понятие «государственная информационная политика» в аспекте политической коммуникации: к определению актуального содержания // Вестник Северо-Восточного федерального ун-та им. М. К. Аммосова. 2010. № 4. С. 79–83.

Токтагазин Муратбек, кандидат филологических наук, доцент, Евразийский национальный университет имени Л. Н. Гумилева (ул. Янушкевича, 6, Астана, Республика Казахстан). E-mail: muratbek_63@mail.ru

Материал поступил в редакцию 17.04.2017.

DOI: 10.23951/1609-624X-2017-7-98-102

ANALYSIS AND TYPOLOGIZATION OF CONTEMPORARY MODELS OF EPISTOLARY PUBLICISM IN DIFFERENT MEDIA: PROSPECTS OF DEVELOPMENT OF THE EPISTOLARY GENRE IN MODERN PUBLICISTICS

М. Toktagazi

L. N. Gumilyov Eurasian National University, Astana, Kazakhstan

The relevance of the study determines the current context of information space development and ongoing evolutionary change associated with the latest achievements in the field of information and communication technologies. Both in Russian and Kazakhstani mass communication theory, this aspect is insufficiently studied and requires attention. Innovation and theoretical significance of the work lies in the analysis of advanced problems, which

make a serious contribution to the scientific basis of the study of journalism. The article presents a holistic concept of the typology of epistolary journalism in the context of globalization and information society development. The analysis focuses on examples of modern texts in both print and electronic media and the Internet, which becomes a new epistolary visual space for communication infrastructure of social communication on the local and global levels. Analyzed dynamic processes in the language and style of contemporary works of epistolary journalism, such as the evolution of the epistolary genre, its transformation in the epistolary visual genre, desacralization when you get the opportunity in social networks and anonymization of self-presentation of the participants of communication, the tendency to brevity of content, lower level information, as well as extensive use of graphic symbols and abbreviations. The author developed a typology of information dissemination channels, describes their modern types that are actively used in journalistic discourse, which largely determine the socio-psychological, information and linguistic and cultural situation in society. Extremely important in this regard is the problem of formation of professional culture of the text creator of business, personal or other types of letters. The article considers the tendencies and prospects of development of the epistolary genre in modern journalism, linguistic and stylistic features of this time-tested means of communication.

Key words: *letter, epistolary genre, media, Mass Communication Media channels, present, prospects.*

References

1. Sidorova M. Yu. *Internet-lingvistika: russkiy yazyk. Mezhlchnostnoye obshcheniye* [Internet linguistics: Russian language. Interpersonal communication]. Moscow, 1989.ru Publ., 2006. 193 p. (in Russian).
2. Kur'yanovich A. V. Elektronnoye pis'mo kak funktsional'no-stilevaya raznovidnost' epistol'yarnogo zhanra v prostranstve sovremennoy kommunikatsii [Electronic letter as a functional and stylistic variation of epistolary genre in modern communication]. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta – TSPU Bulletin*, 2008, no. 2, pp. 44–49 (in Russian).
3. Ivanov L. Yu. *Yazyk Interneta: zametki lingvista* [Internet language: linguist's notes] (in Russian). URL: <http://flogiston.ru/projects/articles/> (accessed 20 March 2017).
4. Osipova O. V. Ponyatiye «gosudarstvennaya informatsionnaya politika» v aspekte politicheskoy kommunikatsii: k opredeleniyu aktual'nogo soderzhaniya [“State information policy” concept in light of political communication: identifying actual content]. *Vestnik Severo-Vostochnogo federal'nogo universiteta im. M. K. Ammosova – Vestnik of North-Eastern Federal University*, 2010, no.4, pp. 79–83 (in Russian).

Toktagazin M., L. N. Gumilyov Eurasian National University (ul. Yanushkevicha, 6, Astana, Respublika Kazakhstan). E-mail: muratbek_63@mail.ru