**Сторителлинг(әңгімелеу) журналистиканың технологиялық негізі ретінде (теориялық дәлелдеу тәжірибесі)**

Бүгінгі таңда күнделікті өмірде де, бұқаралық ақпарат құралдары кеңістігінде де ақпарат алмасу жылдамдығы айтарлықтай жоғарылады. Бұл ақпарат көздері мен оны тарату арналарының көбеюіне байланысты болды. Бір ғажабы, бұл процестер аудиторияның ақпаратқа, әсіресе саяси ақпаратқа деген қызығушылығын төмендетуге көмектеседі. Адресаттың енжарлығы журналистік материалдарға назар аударудың жаңа әдістерін, әдістері мен технологияларын іздеуге, демек, оларда белгілі бір позицияларды таратуға итермелейді [1].

Журналистер талап ететін осы «ескі жаңа» коммуникациялық технологиялардың бірі - әлі күнге дейін әңгімелеу. Ол журналистке ақпаратты адресатқа қолжетімді түрде ұсынуға көмектеседі, бұл оны жақсы қабылдауға және есте сақтауға ықпал етеді.

Әңгіменің мағыналық өзегі – Дж.Женетта «речит» – «баяндау», немесе «әңгіме» деп атаған нәрсе. Сонымен бірге француз философы «recit» сөзі арқылы білдірілетін үш ұғымды атап көрсетті [2]:

1. Оқиға немесе оқиғалар жиынтығы туралы баяндау немесе баяндау дискурс;

2. Айтылым немесе дискурс объектісін құрайтын оқиғалар тізбегі және осы оқиғаларды сипаттайтын қатынастардың жиынтығы;

3. «Біреудің бірдеңе айтуынан» тұратын оқиға ретіндегі баяндау әрекеті.

Өз кезегінде, «баяндаманың» әрбір аспектісін келесідей сипаттауға болады:

• • Тарих;

• • баяндау;

• • баяндау [3].

Бұл мақалада біз «оқу» терминінің бірінші мағынасына сүйенеміз. Дегенмен, баяндау мәлімдемесі немесе дискурс ретінде «оқу» талдауы терминнің екінші және үшінші мағыналарына жүгінуді қамтиды. Осы құндылықтардың әрқайсысын толығырақ қарастырайық.

Тарих – бұл әңгіме, басқаша айтқанда, баяндау. «Әңгіме» термині «мағыналы баяндау немесе мазмұн» дегенді білдіреді (тіпті соңғысы «әлсіз драмалық немесе оқиғалық қарқындылықпен» сипатталса да); баяндау шындықтың аспектісі [4]. Журналистика бір-біріне әсер ететін оқиғалар тізбегінен тұратын, басы мен соңы бар нақты оқиғаны ұсынады. Бұқаралық ақпарат құралдары арқылы журналистикамен ұсынылған оқиғаларды біріктіріп, «біртұтас ақпараттық композицияны құрайды» [5]. Әңгіме оқиғаны баяндау барысында айтылады, бірақ оның кері жағы да бар: әңгіме оқиғаны баяндағанда ғана бар. Яғни, баяндау өзі алға қойған тарихпен байланысының арқасында өмір сүріп, баяндауыш қызметін атқарады [6].

Р.Харре мен Дж.Брокмейердің пікірінше, баяндау «әрбір жеке тұлғаның шеберлік деңгейімен және оның әлеуметтік және коммуникативті қабілеттерінің тілдік шеберлікпен араласуымен шектелетін, мәдени және тарихи түрде берілетін тілдік және психологиялық құрылымдардың жиынтығы» [ 7]. Сюжеттің негізі ретінде баяндау пайда болады. Публицистика ақпараттық хабарды баяндауға түрлендіреді, бұл оқиға мазмұнының сюжеттен процеске және баяндау тәсілі – баяндауға ауысуына байланысты автор мен адресаттың тәжірибесін ретке келтіруге әкеледі. Публицистикалық мәтіндегі эмпирикалық деректерді беру реттілігі осылай қалыптасады, адресаттың суреттелген оқиғалар әлеміне енуіне мүмкіндік береді.

Әңгімелеу концепциясы арқылы, яғни. әңгімелеу әрекетінің өзі, сіз әңгімелеу құбылысын аша аласыз.

Бір жағынан, әңгіме публицистикалық «жазудың» ерекше «жанры» ретінде түсіндіріледі [8]. Бірақ публицистикалық жанр деп нені түсінсек те, мұндай көзқарас дұрыс емес сияқты: публицистикалық мәтіннің сыртқы бір түрі [9]; ортақ мазмұндық-формальды белгілермен біріктірілген публицистикалық мәтіндер жиынтығы [10]; туындыны (мәтінді) ғана емес, оны жасау тәсілін де қамтитын журналистік шығармашылықтың бір түрі [11].

Екінші жағынан, О.Р. Самарцев әңгімені де публицистикалық «жазудың» ерекше «стилі» деп түсіндіреді [12]. Алайда, біздің ойымызша, бұл тәсілмен де келісе алмаймыз, өйткені стиль ең алдымен тіл білімінің категориясы болып табылады, мысалы: а) табиғи тілдің ерекше түрін; ә) әлеуметтік саналы «тілдік элементтердің жүйесі, оларды қолдану, таңдау, өзара үйлестіру және корреляция әдістері мен принциптері» (функционалдық стиль); в) «сөйлеу әрекеттерінің кез келген нақты түрін орындаудың» жалпы қабылданған тәсілі [13].

Осылайша, әңгімелеу шын мәнінде технология болып табылады, яғни. принциптердің, құралдардың, әдістер мен операциялардың жиынтығы. Ал ол дәл баяндау әрекетінде жатыр – оқиғаны баяндау арқылы ақпаратты беру және бұл оқиғаны баяндауға айналдыру. Баяндау журналистік тарих оқиғаларды олар туралы әңгімелеу контекстінде қарастыруды қамтиды. Мұнда ең бастысы болған оқиғаны бағалау емес, оны түсіндіру. Тарихты көрсету тәсілінің «өзін-өзі қамтамасыз ету және ішкі құндылығы» осыдан шығады [14].

«Меркатор» медиа-компаниясының директоры А.Скворцовтың айтуынша, әңгіменің күрделілігі журналистік тарихты драматизациялауға қол жеткізуге көмектеседі./15/]. Повесть публицистикалық тарихтың келесі негізгі компоненттерін бөліп көрсетуге болады [16]:

1. Батыр (немесе батырлар) – адам немесе ұйым;

2. Конфликт – қаһарман немесе қаһармандар болатын драмалық жағдай;

3. Мәтінмән – кейіпкерлер өздеріне тап болатын жағдайлар жүйесі және қай жерде қақтығыс орын алды;

4. Сюжет – кейіпкерлердің іс-әрекеттерінің реттілігі;

5. Өзгерістер – қаһармандар өміріндегі құндылық қайта құрулар.

Айтуынша, О.Р. Самарцев, публицистикалық мәтінде бір ғана оқиғаны – кеңістік пен уақыт бойынша жергілікті болып табылатын оқиға туралы айтуға болады. Мұндай тарих оқиғаға негізделген деп аталады [17]. Бірақ көбіне публицистикалық мәтін авторлық сілтемелер арқылы бір-бірімен байланысқан бірнеше оқиғаларды баяндайды. Және әрбір жеке оқиға бір үлкен оқиғаның аспектісі ретінде көрінеді - енді оқиға емес, жағдай. Сондықтан мұндай тарихты көпөлшемді деп атайды [18].

Тақырыпты жан-жақты баяндайтын журналистік тарихта ашуға журналистік материалдардың дәйекті ұсынылуы ықпал етеді. Нәтижесінде автор адресатқа «ақпараттық топтама» ретінде анықтауға болатын өнімді ұсынады.

Әңгімелеу – адресаттың ұйымдастырылған баяндау әрекетіне – баяндауға эмоционалды түрде тартылу стратегиясы. Бұл ретте эмоционалдық қатысуды адресаттың эмпатиясын тудыратын оқиғаны осылай драматизациялау деп түсіну керек. Кинорежиссер және педагог А.Митта атап өткендей, дұрыс айтылған әңгімеде қуат күшейіп, адресатқа беріледі. Баяндаушы адресатты «өзінің әлемінен шығарып, біздің әлемге батыруы» талап етіледі [19].

А.Митте айтқандай, адресатты эмоционалды түрде тартуға мүмкіндік беретін әңгімені баяндаудың үш кезеңі бар [20]:

Бірінші қадам - ​​қызығушылық.

Барлық ақпарат фрагменттерге бөлініп, осылай ұсынылуы керек. Сонымен бірге әрбір фрагментте баяндауыш жауап беретін сұрақ болады, ал әрбір келесі жауапта жаңа сұрақ туындайды. Ақпаратты бақылай отырып, баяндауыш адресаттың қызығушылығын оятады және сол арқылы оның зейінін оқиғаға аударады [21].

Екінші кезең - эмпатия.

Әңгіменің өмірі баяндалатын барлық кейіпкерлер адресатқа түсінікті болуы керек. Басқаша айтқанда, кейіпкерлер туралы адресат олармен ортақ құндылықтарды немесе керісінше, кейіпкерлердікінен өзгеше құндылықтарды ашатындай етіп айту керек. Осылайша, қызығушылықтан эмпатия пайда болады және ол сәйкестендіруді тудырады [22].

Үшінші кезең – күдік.

Айтылып жатқан оқиғаға адресаттың эмоционалды реакциясын тудыру қажет. Егер адресат кейіпкерлерге эмпатия білдірсе, онда күдік бар. Ағылшынның бұл терминін («тоқтату» – аударылған «уайым», «уайым») американдық кинорежиссер Альфред Хичкок енгізген. Ол адресаттың эмоционалдық реакциясын дәл білдіреді, яғни. қаһармандар тап болған жағдайларды жоққа шығаруды шиеленісті күту. Егер баяндаушы әңгіменің алдыңғы екі кезеңін елемеген болса, онда толғаныс адресаттың адекватты жауабын тудырмауы мүмкін [23].

Публицистикалық мәтін, әдетте, бірнеше әңгімелер жинағы болғандықтан, олардың үйлесімді драмалық бірлікте болуы шарт. Айтуынша, О.Р. Самарцев, публицистикалық мәтіндегі әңгімелердің композициялық өзара әрекеттесуін ұйымдастырудың төрт схемасы бар [24].

Біріншіден, бұл параллельді оқиға. Ол әңгімелердің параллель айтылуын ұсынады, яғни. бір-бірінен тәуелсіз және қиылыспастан басынан аяғына дейін дамиды. Әңгімелердің өзара әрекеттесуі идеялық-тақырыптық деңгейде, сондай-ақ айтылып жатқан оқиғалармен қандай да бір байланыста болатын эмпирикалық деректер, дәйексөздер, түсініктемелер арқылы жүзеге асады [25].

Екіншіден, кросс әңгіме. Ол оқиғаларды кейіпкерлер деңгейінде, іс-әрекет орнында немесе уақытында қиылысу арқылы айтуды ұсынады. Барлық осы «нүктелер» бастапқыда қойылған үлкен орталық оқиғаның элементтері. Оның үстіне бір оқиға басқалармен тоғысқан бойда аяқталмай, өзінің логикалық қорытындысына жетуі немесе орталықтың финалында басқа оқиғамен бірге аяқталуы керек [26].

Үшіншіден, бұл лейтмотивтік әңгіме. Ол кез келген принцип бойынша қиылысатын оқиғаларды айтады деп есептейді. Бірақ олардың барлығын негізгі «нүктелерде» қиылысатын қиылысатын тарих біріктіреді. Мұндай қиылысатын әңгіме лейтмотив деп аталады және ол оны құрайтын оқиғалардан шығады. Сонымен бірге, лейтмотив әңгімесі ұсақталып жатқан үзінділерді – басқа әңгімелерді байланыстыру үшін арнайы ойлап табылмаған. Бұл, мысалы, «кейіпкер ретінде әрекет етіп, қақтығысты өзі жеңеді» [27] баяндаушының өзінің оқиғасы болуы мүмкін.

Ақырында, төртіншіден, бұл сақина оқиғасы. Ол баяндауыштың басында айтатын және қорытындысында қорытындылайтын негізгі әңгімені ұсынады. Сонымен қатар, негізгі оқиға басқа оқиғаларды сюжеттік сақина түрінде қамтиды, бұл мәтінді сенімді етеді. Ал мұндай оқиғаның өзі финалда мүлде басқа дыбысқа ие болады, өйткені оның сюжеті, кейіпкерлері мен олардың конфликтісіне мәтіннің бүкіл семантикалық жүктемесі әсер етеді. Түйінді әңгіменің күшеюі контексттің тереңдеп, кеңеюіне байланысты болады [28

Публицистикалық мәтіндегі әңгімелердің композициялық өзара әрекеттесуін ұйымдастыру схемаларының әрқайсысының негізінде оның драматургиясы құрылып, драматизация жүргізіледі.

Олай болса, журналистиканы түсінуде белсенділік тәсіліне сүйенетін болсақ, онда әңгімелеу «инверттелген пирамида» және «диалогтік» технология сияқты технологиялармен қатар қолданылады. Дегенмен, журналистиканы жүйе ретінде қарастыратын болсақ, әңгіме оның негізгі коммуникациялық технологиясы болып шығады. Өйткені, қоғам әңгімелердің таратылған желісінен басқа ештеңе емес. Ал публицистика оны үнемі ашады, бұл баяндауларды құрамдас бөліктерге ыдыратады, т.б. тарих бойынша. Ал содан кейін таңдамалы оқиғаларды бейнелеу арқылы қоғам өмірі жаңадан жаңғырғандай болады. Сондықтан қоғам туралы әңгімелер айту арқылы журналистика мен журналистер қоғамның (өзін-өзі) түсінуіне ықпал етеді.

Әдебиеттер тізімі

1. Черненко Ю. «Қаңғыбас сюжет» саяси PR-дағы оқиғаны баяндау құралы ретінде / Ю.Черненко // Medi@lmanakh. 2016. No 3. С. 34–41.

2. Дженетт Дж. Суреттер: 2 томда T. 2 / Дж. Дженетт; пер. фр. Е. Васильева [i др.]. М.: Баспа үйі им. Сабашников, 1998, 309-312 б.

3. Сол жерде. S. 310.

4. Сол жерде. S. 310.

5. Самарцев О.Р. Журналистің шығармашылық қызметі (теория мен практикадан очерктер): оқу құралы. жәрдемақы / барлығынан төмен. ред. Я.Н. Засурский. М.: Академия. жоба; Гаудеамус, 2014, 205-бет.

6. Дженетт Дж. Суреттер: 2 томда 2 том / Дж. Дженетт; пер. фр. Е. Васильева [i др.]. М.: Баспа үйі им. Сабашников, 1998, 310 б.

7. Брокмайер Дж., Харре Р. Баяндау: бір балама парадигманың мәселелері мен уәделері [Электрондық ресурс] // Философия сұрақтары. 2000. № 3. URL мекенжайы: http://galapsy.narod.ru/PsyNarrative/Brockmeier.htm (кіру күні: 25.10.2016)

8. Самарцев О.Р. Журналистің шығармашылық қызметі (теория мен практикадан очерктер): оқу құралы. жәрдемақы / барлығынан төмен. ред. Я.Н. Засурский. М.: Академия. жоба; Гаудеамус, 2014, 319-бет.

9. Песков Г.С. Публицистикадағы мазмұн мен форма диалектикасы // Журналист шеберлігі / ред. В.М. Горохова, В.Д. Тері. М .: Мәскеу баспасы. ун-та, 1976. С. 93.

10. Тертычный А.А. Мерзімді баспасөз жанрлары: оқу құралы. жәрдемақы. М.: Aspect Press, 2011. S. 5.

11. Лазутина Г.В. Публицистикалық шығармашылық жанрлары: оқу құралы. жәрдемақы. М.: Aspect Press, 2011. 8-бет.

12. Самарцев О.Р. Журналистің шығармашылық қызметі (теория мен практикадан очерктер): оқу құралы. жәрдемақы / барлығынан төмен. ред. Я.Н. Засурский. М.: Академия. жоба; Гаудеамус, 2014, 319-бет.

13. Вальгина Н.С. Мәтін теориясы: оқулық. жәрдемақы. М.: Логос, 2003. С. 136.

14. Варламова Д. Баяндау дегеніміз не, немесе Дақтар мен микробтардың тозаққа айналуы [Электронды ресурс] // Теориялар мен тәжірибелер. 2013 жылғы 9 қыркүйек URL: https://theoryandpractice.ru/posts/7525-chto-takoe-narrativ (кіру күні: 03.03.2017).

15. Скворцов А. Әңгімелеу. Оқиға қызық фактілерге айналмас үшін оны қалай қызықты етіп айту керек? [Электрондық ресурс] // Mercator Group. 2007. 27 сәуір. URL: http://www.mercator.ru/articles/article.php?articleID=58 (кіру күні: 04.03.2017).

16. Сол жерде.

17. Самарцев О.Р. Журналистің шығармашылық қызметі (теория мен практикадан очерктер): оқу құралы. жәрдемақы / барлығынан төмен. ред. Я.Н. Засурский. М.: Академия. жоба; Гаудеамус, 2014, 471-бет.

18. Варакин В.С. Әңгімелеу әлеуметтік шындықты ақпараттық модельдеу құралы ретінде // Журналистиканың әлеуметтік миссиясы: шындықтар мен болжамдар: ЖОО ​​аралық материалдар. ғылыми-практикалық. конф. / комп., отв. ред. О.В. Третьяков. Архангельск: НАРФУ, 2014, 92–99 б.

19. Митта А. Тозақ пен жұмақ арасындағы кино. М .: ЭКСМО-Пресс баспасы, Подкова, 2002. С. 29.

20. Сол жерде. S. 37.

21. Сол жерде. 33-34 беттер.

22. Сол жерде. 34-36 беттер.

23. Сол жерде. 37-38 беттер.

24. Самарцев О.Р. Журналистің шығармашылық қызметі (теория мен практикадан очерктер): оқу құралы. жәрдемақы / барлығынан төмен. ред. Я.Н. Засурский. М.: Академия. жоба; Гаудеамус, 2014, 474-бет.

25. Сол жерде. 474-475 беттер.

26. Сол жерде. 477-479 беттер.

27. Сол жерде. 475-477 беттер.

28. Сол жерде. 479-481 беттер.