УДК 81'371

ЛИНГВОКУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ЯПОНСКИХ НОВОСТНЫХ ТЕЛЕПЕРЕДАЧ

Е. С. Руфова *Кандидат филологических наук, заведующая кафедрой, rufl2003@yandex.ru,*

И. А. Обутов *магистрант,*

Северо-Восточный федеральный университет имени М. К. Аммосова, г. Якутск, Республика Саха (Якутия), Россия

LINGUOCULTUROLOGICAL FEATURES OF JAPANESE NEWSLETTERS

E. S. Rufova *Candidate of Philological Sciences, head of the department, e-mail: rufl2003@yandex.ru,*

I. A. Obutov *student,*

North-Eastern Federal University named after M. K. Ammosov, Yakutsk, Republic of Sakha (Yakutia), Russia

Abstract. The study of newsletters remains an actual problem of linguistic research. This article is reveal the linguoculturological features of newsletters in case of the Japanese language. The information genre is the most important on television. The linguistic and culturological features of the Japanese news programs include: fairly short informative names, due to the specific grammatical and graphic structure of the Japanese language; special attention is paid to news that reveal geographical features (typhoons, cherry blossoms), it can also be emphasized that the Japanese news programs are characterized by colorful, memorable signs, text accompaniment, pictures and music.

Keywords: newsletters; linguistic; semantic; identifies; culture; Japanese.

Телевидение играет значимую роль в современной жизни общества, а так же занимает одно из ведущих мест среди средств массовой информации. И хотя, в последнее время интернет имеет огромную популярность и охват, телевидение стойко удерживает свою позицию на одном из лидирующих мест в конкуренции за внимание людей в СМИ. Телевидение использует различные новые приемы, новый контент, при которых учитываются изменения в обществе на данный отрезок времени, не только для удержания уже имеющийся телеаудитории, но и для его пополнения. Немаловажную роль в этом играют сами названия телепередач, на которые возлагается большая задача – заинтересовать телезрителя. Ведь название, как самой телепередачи, так и телевизионного канала в целом, это первое на что обращает свой взор потенциальный телезритель, а значит необходимо использовать различные языковые приемы, чтобы максимально использовать возможность заполучить внимание телезрителя.

Вслед за социологами, политологами, журналистами и психологами, лингвисты так же заинтересовались влиянием телевидения на зрителей. В последнее время лингвисты активно занимаются исследованием строения массово-коммуникационной деятельности, способами манипуляции массового сознания, методами воздействия на массовую аудиторию посредством телевидения. По словам Т. Г. Добросклонской телевизионный дискурс – это «сообщение в совокупности со всеми прочими компонентами коммуникации» [1, с. 16]. Но наиболее полно термин телевизионный дискурс описывает

М. Е. Фролов. По словам М. Е. Фролова телевизионный дискурс занимает особое место в системе комплексного информационного воздействия, представляя собой не только визуальную и языковую подачу информации, но и является социокультурным феноменом. Телевизионный дискурс сообщает информацию посредством передачи звуковых и визуальных сигналов, тем самым отражая взаимосвязь вербальных и невербальных методов взаимодействия в едином комплексе, который погружен в определенную социальную среду [3].

Важнейшим составляющим японского телевидения являются – информационно-новостные телепередачи (報道ニュース – houdou nyuusu). На японском телевидении большое разнообразие новостных программ. В основном, названия сдержанны, и не несут яркую и привлекающее внимание окраску, ведь принципы новостных телепередач это строгость и лаконичность, например «ＮＨＫきょうのニュース» (NHK kyouno news) – «NHK сегодняшние новости».

В первую очередь цель новостных телепередач проинформировать телезрителя о важных событиях, которые произошли или происходят в настоящем времени, так же дается информация о запланированных в скором времени событиях. Хотя обычно время новостей запланировано, в виду того, что Япония находится в сейсмически активных зонах, и бывают специальные выпуски, которые зачастую связаны с землетрясениями и цунами. В таких выпусках сообщаются, где произошло землетрясение, и какие последствия оно понесло за собой. Так же предупреждают об угрозе, если таковая имеется, другим префектурами. В политических новостях представлены как внутринациональные, так и новости из других стран. В плане российско-японских отношений достаточно много новостей было связано со встречей президента Российской Федерации Владимира Путина с премьер министром Японии Синдзо Абэ.

Не обходится информационный жанр без криминальных новостей. Зачастую в этих новостях говорится о различных преступлениях, рассказываются достаточно широко подробности инцидентов. Цель таких новостей предостеречь общественность и напомнить о том, что хоть Япония и является самой безопасной страной в мире, осторожность и бдительность необходимо соблюдать всегда.

Интересным является то, что в японских новостях рассказывается о времени цветении сакуры, чтобы каждый желающий мог найти момент и предаться традиции – ханами (любование цветами). Также телезрителей информируют о проведении различных фестивалей, мероприятий или открытий музеев, магазинов и выставок. Обычно после завершения всех новостей показывается прогноз погоды, который представлен в виде анимационной картинки и не комментируется ведущим.

Таким образом, информационный жанр по значимости самый важный на телевидении, именно он дает осведомленность о происходящем не только в стране, но и в целом мире, а самое главное может предупредить об опасности. К лингвокультурологическим особенностям японских новостных телепередач можно отнести: достаточно короткие информативные названия, в силу специфики грамматического и графического строя японского языка; особое внимание уделяется новостям, раскрывающим географические особенности (тайфуны, цветение сакуры), также можно подчеркнуть, что японским новостным передачам свойственна красочность, запоминающиеся знаки, текстовое сопровождение, рисунки и музыка.

Библиографический список

1. Добросклонская Т. Г. Медиадискурс как объект лингвистики и межкультурной коммуникации// Вестник Московского университета.

Серия 10: Журналистика, издательство Изд-во Моск. ун-та (М.), № 2. – С. 20–33.
2. Карасик В. И. О типах дискурса // Языковая личность: институциональный и персональный дискурс: сб. науч. тр. – Волгоград : Перемена, 2000. – С. 5–20.
3. Фролов М. Е. Телевизионный дискурс информационно-аналитических программ – Автореф. дисс. канд. филол. наук. – Тверь, 2004. – 28 с.

Bibliograficheskij spisok

1. Dobrosklonskaya T. G. Mediadiskurs kak ob``ekt lingvistiki i mezhkul`turnoj kommunikacii// Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10: Zhurnalistika, izdatel`stvo Izd-vo Mosk. un-ta (M.), № 2. – S. 20–33.
2. Karasik V. I. O tipax diskursa // Yazy`kovaya lichnost`: insti-tucional`ny`j i personal`ny`j diskurs: sb. nauch. tr. – Volgograd : Peremena, 2000. – S. 5–20.
3. Frolov M. E. Televizionny`j diskurs informacionno-analiticheskix programm – Avtoref. diss. kand. filol. nauk. – Tver`, 2004. – 28 s.

© Руфова Е. С., Обутов И. А., 2018.