

СТАНОВЛЕНИЕ ТЕОРЕТИЧЕСКИХ ЗНАНИЙ О СИСТЕМЕ ЖУРНАЛИСТСКИХ ЖАНРОВ

Рассматриваются процессы жанрообразования в современную историческую эпоху, жанровые законы, которые формируют характер и структуру журналистского произведения с целью эффективного воздействия на читателя.

Введение

В средствах массовой информации среди основных признаков журналистского текста всегда называются такие понятия, как проблематика, язык, авторское присутствие, структура, наличие диалога с читателем и жанр. Из всех составляющих читательская аудитория наиболее равнодушна к жанрам, и они для нее не являются навигатором на печатных страницах.

Когда прежде создавали в редакции номер газеты, предполагали в нем наличие разнообразных жанров. Читатель к этому был приучен. Раскрывая очередной номер, искал, к примеру, репортаж из мира промышленности, сельского хозяйства, науки, экономический обзор, колонку редактора, спортивное обозрение, рецензию, интервью. У жанров средств массовой информации всегда было свое место на газетной или журнальной полосе. Одни жанры были в авангарде. Другие появлялись редко. Многожанровость ценилась как достоинство печатного издания.

Сегодня исчезли со страниц печатной прессы фельетон и памфлет. Зарисовка, заметка, репортаж, корреспонденция теряют свои отличительные родовые черты. Анонс мало чем отличается от минирецензии. Формируется мощный сектор информационной журналистики, которая нацелена на распространение фактов и сообщений. Для журналистской профессии это положительный момент, так как он вырабатывает динамизм, универсализм, владение технологиями и техническими средствами, устойчивость к конкуренции. Вместе взятое это позволяет создавать качественный информационный продукт.

Информационные жанры фактически оккупировали всю газетную площадь, существенно потеснив жанры аналитические. Из понятийного аппарата журналистов исчезло задание “написать корреспонденцию, портрет, зарисовку, обозрение”. Как исключение осталось конкретное задание: “сделать интервью”. Вошло в обиход предложение просто “сделать материал”. В результате сильно заколебались жанровые эталоны. Естественно, время и новые условия существования

журналистики ставят под сомнение самые, казалось бы, верные взгляды и теории. Меняется методика журналистского труда. При распаде старой системы жанров возникли предпосылки для возникновения новых теорий. И сегодня одной из наиболее спорных проблем в журналистике является отношение к жанровым структурам.

Основная часть

Многие солидные учебники по журналистике утверждают, что становление и развитие, возникновение новых и отмирание старых жанров – процесс исторически неизбежный. Каждая историческая эпоха наполняет жанр своим содержанием в соответствии с эстетическими и социальными запросами времени. В конце прошлого XX в. процессы жанрообразования сильно замедлились и все стали говорить об “окаменении” жанров. Прошло совсем немного времени, и сегодня на наших глазах происходит стремительная трансформация жанров.

К сожалению, в современной журналистской науке нет ни одной работы, которая бы отличалась концептуальной целостностью, значимостью, масштабностью, фундаментальностью в исследовании жанровой трансформации. Одни теории доминируют над другими. Наиболее распространенными являются две существующие сегодня модели, приближенные к исторической реальности и обобщенные в научных работах московской и Санкт-Петербургской школ журналистики, в частности в книгах А.А. Тертычного “Жанры периодической печати” (М., 2002) и М. Кима “Жанры современной журналистики” (СПб., 2004); в белорусской журналистике многое осмыслено Б. Стрельцовым и вошло в его учебник “Метод и жанр” (Минск, 2002).

Само понятие “жанр” не претерпело серьезных изменений.

“Жанры в журналистике – это устойчивые типы произведений, объединенных сходными содержательно-формальными признаками” [1, с. 56].

“Под журналистскими жанрами подразумеваются устойчивые типы публикаций, объединенных содержательно-формальными признаками” [2, с. 12].

В классификации, предложенной Б.В. Стрельцовым, жанры отличаются по характеру объекта отражения, имеют конкретное назначение, разный масштаб выводов и обобщений, различаются по характеру языково-стилистических средств [3, с. 17].

Однако сама классификация журналистских жанров постоянно претерпевает изменения и “новые редакции”. Каждый из исследователей имеет свою классификацию, и они существенно отличаются друг от друга.

Привычная нам трехуровневая система жанрового деления (информационные, аналитические, художественно-публицистические) в исследованиях А. Тертычного дополняется стереотипом: качественному изданию нужна полноценная аналитика, массовому изданию – мини или просто короткая заметка.

Теоретики Л. Кройчик и Е. Черникова называют пять групп жанров: оперативно-новостные (заметка во всех ее разновидностях), оперативно-исследовательские (интервью, репортажи, отчеты), исследовательско-новостные (корреспонденция, комментарий и колонка, рецензия), исследовательские (статья, письмо) и исследовательско-образные.

Б.В. Стрельцов предлагает относить к информационным жанрам заметку, отчет, интервью, репортаж, зарисовку, к аналитическим – корреспонденцию, ста-

тью, рецензию, обозрение, комментарий, обзор печати, обзор писем, к художественно-публицистическим – очерк, эссе, фельетон, памфлет.

По классификации А.А. Тертычного, к информационным жанрам относятся заметка, информационная корреспонденция, информационный отчет, информационное интервью, блиц-опрос, вопрос-ответ, репортаж, некролог; к аналитическим – аналитический отчет, аналитическая корреспонденция, аналитическое интервью, аналитический опрос, беседа, комментарий, социологическое резюме, анкета, мониторинг, рейтинг, рецензия, статья, журналистское расследование, обозрение, обзор СМИ, прогноз, версия, эксперимент, письмо, исповедь, рекомендация (совет), аналитический пресс-релиз; к художественно-публицистическим – очерк, фельетон, памфлет, пародия, сатирический комментарий, житейская история, легенда, эпитафия, эпиграф, эпиграмма, анекдот, шутка, игра.

С легкой руки зарубежных исследователей на рубеже XXI в. понятие “жанр” стали заменять термином “формат”. В его основе лежат не привычные нам содержательные, а формальные характеристики. К тому же “формат” может включать элементы разных жанров.

Что объединяет все эти теории?

1. Во-первых, признание, что сегодня главная жанровая особенность журналистского произведения – освобождение от жанровых рамок, вполне свободное чередование документального, биографического, публицистического, художественного.

2. Во-вторых, признание того, что устойчивыми признаками той или иной жанровой модели остаются сообщение, осмысление, приемы эмоционального воздействия на аудиторию.

3. В-третьих, убежденность, что каждому жанру соответствуют определенные методы работы с фактами и их предоставление.

Жанры изменились, но остались необходимыми как элементы формализации содержания. Тогда почему мы обнаруживаем поток безжанровых произведений, которыми заполнены бумажные страницы? А к ним присоединяется и массив интернета. Может, жанры и вовсе не нужны? Есть и такая точка зрения.

Многие журналисты, как, впрочем, и писатели, иронически говорят о понятии жанра, как не помогающем творчеству. Что первично, что вторично? Выбрать жанр и создавать журналистский материал согласно нормативным признакам этого жанра или сделать материал, а потом “подогнать” его под конкретный жанр? На наш взгляд, исследовательская мысль увязла в терминологических тонкостях и в новых терминологических обозначениях. Термины стали означать разное содержание.

Сопоставим категорию жанра в литературе и журналистике.

В литературоведении закрепились два подхода. Первый восходит к “Поэтике” Аристотеля и предлагает опираться на нормативную основу. Второй – к немецким романтикам и русским философам – Бахтину, Тынянову, Лихачеву, которые ратовали за конкретно-историческое понимание.

Этот второй подход журналистике ближе. Классическое понимание жанра как устойчивого формально-содержательного канона впервые подверг сомнению еще философ М. Бахтин, правда, в связи с исследованием литературных художественных источников. Жанр как одно из ключевых понятий в его трудах лишен нормативизма. Это полностью приложимо к журналистской практике.

Жанровые законы не тождественны простым формальным требованиям. Жанр – территория, где формируется характер и структура произведения, где объединены логика и психология с целью поиска методов воздействия на читателя. Оказалось, что в журналистике неприемлема нормативная основа. Введение регламентирующих требований и установление границ жанров не актуально, не находит понимания у практиков. Наиболее свежие взгляды высказаны в книге исследователя А. Киселева [4, с. 260]. Здесь утверждается, что жанр держится на трех китах:

- предмет (жизненный материал, положенный в основу);
- функция (быстрое наглядно-образное проникновение в суть);
- метод (эмпирический, теоретический, художественный).

Благодаря этому в структуре любого жанра есть признаки устойчивые и изменчивые. В литературе есть формы внешние и внутренние. В журналистике – постоянное и подвижное. Итак, предмет – функция – метод. Предмет и метод более-менее устойчивы и постоянны. Функция изменчива и подвижна.

Отсюда вывод: на отбор жанров повлияла проблема скорости, что подтверждают исследования А.А. Тертычного о стереотипах.

Практика отчаянно перепутала стереотипы. Какому типу изданий какие жанры свойственны? Массово ушла аналитика из всех видов газетной периодики. Разве что осталась в деловой прессе и некоторых специальных журналах. Вместо нее воцарились жанры “быстрого реагирования” – интервью, репортаж, заметка. Естественно, что таков дух времени: надо торопиться, надо успеть ухватить факт, незамедлительно его прокомментировать. Каков состав оркестра, какие жанры есть на полосах, каких не бывает никогда, сегодня мало кого интересует. Композиционная организация структуры изданий стремительно распадается.

Но вернемся к термину “формат”. Фактически формат означает полное игнорирование выбора средств и способов раскрытия темы, включенность авторской оценки в предмет описания, метод сбора информации, количество собранных фактов, степень проникновения в действительность и т.д. Подтверждением служат модификации одной и той же новости, взятой из интернета и распечатанной для разных изданий согласно способностям автора. Фактически полная мутация текста, но такой текст легко попадает в формат и исключает истинное журналистское творчество.

Практики и теоретики констатируют, что исчезла художественно-публицистическая группа жанров. В нее входили очерк, фельетон, памфлет. Однако признаки фельетона, такие как ирония, остроумие, стеб, ерничество, сарказм, жаргон, присутствуют сегодня в любых других жанрах. Теоретики признают конец очерка, фельетона, памфлета, пародии, но включают в группу новые художественно-публицистические жанры: легенду, эпиграф, эпитафию, анекдот, шутку, игру, скандал.

В то же время торжество информационных жанров стабильно поддерживает оперативность, интерес аудитории, точность факта, понятность, краткость. Выше говорилось о важности приемов эмоционального воздействия на аудиторию как оппозицию к краткости и сухости информационных жанров. И кое-где индивидуальный стиль автора стал перенасыщаться самовыражением и самопиаром. Особенно это заметно в материалах об искусстве и в молодежных изданиях.

Молодежная аудитория обладает повышенной эмоциональностью восприятия. Для того чтобы оживить творческую мысль, сделать журналистский материал более ярким и убедительным, широко используется “сленг”, характерный для различных молодежных субкультур. В попытке достичь особой “молодежности” стиля журналисты получают зачастую противоположный результат: публикации получают вычурными и непонятными для читателя или слишком панибратскими, без сохранения дистанции.

В наш век массовой культуры существует еще одна причина широкого распространения жанров, имеющих успех у аудитории, – причина коммерческая. Руководство редакцией хорошо знает, какие темы и какие жанры предпочитают читатели. Спрос рождает предложение. Стал необычайно популярен жанр интервью.

Когда-то Ю. Тынянов заметил, что в эпоху разложения какого-нибудь жанра он из центра перемещается на периферию, а на его место из задворков и низин выплывает новое явление. Так, в литературе исчезает жанр романа. В журналистике – жанр очерка. В одной из дискуссий по поводу жанровых трансформаций американский культуролог Дж.Г. Кавелти предложил ввести понятие “формульные жанры”, имея в виду такие “формулы”, как приключение, любовная история, детектив, мелодрама. Формулы очень близки формату, и они вторглись в журналистику как путешествия (приключение), истории семьи (любовная история), криминальная история (детективы), житейские детективы (мелодрама) и т.п. Вторглись в традиционные жанры журналистики, выторговали для себя определенный формат на месте бывших классических жанров и стали журналистским товаром.

Размытые критерии сегодняшнего выделения жанров в СМИ привели к тому, что кроме традиционного десятка общеизвестных жанровых образований тот же исследователь А. Тертычный называет еще около двадцати. Некоторые ученые пошли еще дальше и довели количество газетных жанров до 400. Однако можно ли считать жанром “совет”, “эпиграф”, “шутку”, “сатирический комментарий”, “приветствие”, “прогноз”? Они имеют узкое терминологическое значение и входят как составные части в крупные жанровые блоки, и потому вопрос терминологический о том, жанры ли это, остается открытым.

Для квалифицированного читателя текст журналистского произведения во многом определяется жанровой этикеткой. Когда читатель ищет фельетон, он уже настроен на ернический тон. Когда ищет репортаж – ждет документальности и личных впечатлений репортера. Когда читает интервью – настраивается на изучение мыслей героя.

Заключение

Таким образом, на уровне восприятия жанровые разграничения предполагают тот или иной способ интерпретации фактов. Жанровой этикеткой может быть рубрика. Важно также и местонахождение текста. Но читатель может быть неквалифицированным, случайным, неподготовленным. Вероятно, именно для него придумана завлекательная, заманивающая жанровая игра. Это маскировка и гибридизация жанров, активное использование форм и языкового облика уличной бытовой лексики. Короткая память массового, неквалифицированного читателя не нуждается в глубине содержания и наличии подтекстов. Массовому читателю просто некогда и неинтересно читать аналитические исследовательские

кие материалы. Часто у такого читателя рассеянное внимание. Ему вполне достаточно понять смысл ЛИДА из нескольких фраз и привычную лексику. Метод констатации предпочтительнее, чем аналитический или публицистический.

Об опасности превращения журналистов в информационную фабрику предостерегали еще ученые Америки в 70-е гг. XX в. Белорусской журналистике это не грозило. Мы и сейчас довольно вяло используем такие привлекательные моменты жанровой системы, как персонафикация текста, экспрессивность приема в обработке материала.

В перспективе мы видим, что нормативность жанров разрушена и вряд ли подлежит восстановлению. Все жанры тяготеют к краткости, однако сохраняется другая особенность. Сегодня можно говорить о рыночной стратегии. Как и всякий товар, журналистский продукт должен иметь притягательную яркую упаковку. Это его форма. Она создается из совокупности определенных приемов и средств выразительности. При всей интенсивности процессов взаимодействия и модификации остается единство специфических свойств журналистского продукта. Это и есть жанр, или четкая структура, или принцип упорядочивания, что связан с мышлением.

Все принципиальные персональные журналистские победы всегда были связаны с работой в определенном жанре. Были известные очеркисты, репортеры, обозреватели, рецензенты. Они оттачивали жанровые признаки и делали себе имя. Сегодняшняя трудная судьба газетно-журналистской периодики связана не только с наступлением цифровых технологий, но и с безликостью и однообразием жанровой формы.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. **Черникова, Е.В.** Основы творческой деятельности журналиста : учеб. пособие / Е.В. Черникова. – М. : Гардарики, 2005. – 287 с.
2. **Тертычный, А.А.** Жанры периодической печати : учеб. пособие / А.А. Тертычный. – М. : Аспект Пресс, 2000. – 312 с.
3. **Стральцоў, Б.В.** Метад і жанр. Асновы творчага майстэрства журналіста : вучэб. дапам. / Б.В. Стральцоў. – Мінск : БДУ, 2002.
4. **Киселев, А.Г.** Теория и практика массовой информации: подготовка и создание медиатекста / А.Г. Киселев. – СПб. : Питер, 2011. – 400 с. : ил.