

## **ЖАНРОВАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА СОВРЕМЕННОЙ ПРЕССЫ ТАТАРСТАНА**

**Л.Р. Сабирова,**

К(П)ФУ, старший преподаватель кафедры татарской журналистики  
E-mail: Lysabirova@yandex.ru

При исследовании проблем жанрообразования в журналистике необходимо учитывать в первую очередь, концептуальные положения и теоретические разработки М.С.Черепуховой[1], В.Д.Пельта[2], С.М.Гуревича[3], В.В.Ученовой[4], А.А.Тертычного[5].

Вся масса созданных в журналистике произведений распределяется на жанры на основе целого ряда принципов деления. У каждого конкретного произведения есть состав определенных характеристик. Такие характеристики возникают произвольно, когда автор не задумывается над тем, каким должен быть его текст, или в результате специальных творческих усилий автора, когда он заранее определяет, что должно быть отображено в тексте, как именно и с какой целью. Но в любом случае те тексты, которые обладают схожими качествами, можно объединить в отдельные группы. Объединение это может быть произведено разными исследователями на самых разных основаниях, в зависимости от того, что каждый из них считает наиболее важным объединяющим началом. Но, разумеется, более верным будет то объединение, которое основывается на сходстве сущностных признаков публикаций, включаемых в какую-то устойчивую группу. Уже после того как определен объединяющий признак (или признаки), его называют «жанровым признаком», а группу объединенных им публикаций – «жанром»[6].

Строгое разделение по жанрам существует лишь в теории и, в определенной степени, в информационных материалах. Вообще жанрам свойственно взаимопроникновение, и на практике границы между ними часто размыты (особенно в так называемых «бульварных» изданиях). Понятно, что не может существовать точного стандарта для журналистского материала, иначе газету или журнал мог бы целиком делать компьютер. И все-таки журналисты обязаны знать, какие есть жанры журналистики, каковы особенности каждого из них и в чем их различие. Как музыкант должен сначала научиться играть гаммы, как художник-абстракционист должен уметь написать реалистическую картину, так и журналист, прежде чем отправиться в «свободный полет», должен научиться писать в любом жанре [7].

В определении жанров в журналистике, особенно в последнее время, в большей степени учитывается их функциональная направленность, так как журналистика – такой вид творческой деятельности, который связан с задачами открытого публицистического воздействия на общество. Как известно, в журналистике существует три главных способа отображения – фактографический, аналитический и наглядно-образный. Они опосредуют определенные уровни «проникновения» познающего субъекта в объект: от первоначального чувственного созерцания к абстрагированию, теоретическому

освоению его и далее – к созданию обогащенного, более полного конкретного образа предмета (в том числе – его художественного образа)[6].

Как известно, цель информационной публицистики – предъявить, констатировать факт, цель аналитической публицистики – этот факт проанализировать, найти его взаимосвязь с другими фактами. Цель художественной публицистики – создать образ, реализовать функцию художественной типизации, т.е. в этом случае факт стоит не на первом месте. Вполне естественно, что в журналистике идет постоянное обновление системы жанров, причем наиболее активно оно идет в переломные моменты развития общества. Это не означает, что журналист навсегда исключает из круга своих задач применявшиеся им ранее методы причинно-следственного анализа или прогноза, оценки. Меняются характер применения этих методов, форма результатов их применения, что приводит к некоторому видоизменению привычных, устоявшихся текстовых форм (жанров), но не к исчезновению их как таковых. Подобные изменения вызваны необходимостью адаптации жанров к новым коммуникативным ситуациям, порождаемым, в частности, изменением роли журналиста в обществе в конкретный период развития. Так в аналитической статье может быть изменено соотношение чисто информативного материала и делового анализа в пользу первого, чтобы привлечь внимание широкой аудитории к данной публикации. Но это не изменит сущности аналитической статьи как жанра. Она, так или иначе, будет выполнять свою задачу, даже если будет представлять аудитории причинно-следственный анализ в нетрадиционно кратком варианте. Таким образом, можно говорить о том, что изменения в жанровой (и в стилистической) системе теснейшим образом связаны с изменениями в обществе [8].

Антонова В.И. исследовав региональную периодику Поволжья, предлагает для введения в научный оборот следующую инфраструктуру полифонических продуктов СМИ:

а) информационно-новостные жанры – заметка (расширенная, рубрикационная, автономная), репортаж как традиционная форма новостной информации (познавательный, событийный), отчет (стенографический, информационный, комментированный), информационное письмо;

б) интерактивные жанры – интервью-беседа, интервью-полилог, интервью-диалог;

в) информационно-аналитические жанры – статья, корреспонденция, аналитическое письмо, обзор печати, обозрение, комментарий, анкета, журналистские расследование;

г) документально-публицистические жанры – очерк, зарисовка, эссе;

д) сатирические (креативно-сатирические) жанры – фельетон, памфлет, шарж, анекдот, пародия;

ж) полисемантические (гибридные) формы медиатекстов – авторский монолог, содержательно-морфологические интерпретации писем, рецензия;

з) рекративные формы медийных текстов – фрагменты поэтических, прозаических художественных произведений, кроссворды, сканворды;

д) рекреативно-гедонистические формы медиатекстов – современные публикации развлекательного характера, типа: «Все о себе», «О самом сокровенном», «Он и она»;

л) рекламно-справочные публикации – программы RTV-передач, различные анонсы, объявления, рекламные заставки;

Первым шести группам медиатекстов свойственно «журналистское оформление», в трех остальных – рекреативных, рекламных, справочных публикациях – авторское «я» отсутствует [9, с.188-189].

Прежде чем сделать выводы по поводу некоторых особенностей жанровых трансформаций в современной прессе Татарстана, обратим внимание на то, что компания «Медиалогия» подготовила рейтинг медиа-ресурсов нашей республики за I квартал 2012 года. Лидеры медиа-рейтинга - информационное агентство Татар-информ, а также Интернет-ресурс Business-gazeta.ru и газета Челнинские известия. Основой для построения рейтинга стал Индекс Цитируемости (ИЦ) «Медиалогии». Индекс Цитируемости (ИЦ) – медиа показатель, учитывающий количество ссылок на источник информации в других СМИ и влияние источника, опубликовавшего ссылку. ИЦ рассчитывается на базе математико-лингвистического анализа текстов 9 000 открытых источников. Во избежание самоцитирования из анализа исключены ссылки на издания, объединенные единым брендом и редакцией. Также не учитывались показатели посещаемости, тиража или аудитории [10].

Мы проанализировали номера 2011-2012 гг. следующих газет: «Вечерняя Казань», «Звезда Поволжья», «Казанские ведомости», «Известия Татарстана», «Комсомольская правда», которые вошли в десятку лидеров рейтинга «Медиалогии» и пришли к следующим выводам:

– в региональной прессе Татарстана преобладают информационно-аналитические жанры;

– статьи, репортажи, корреспонденции, очерки стали более лаконичными по форме, доверительными по тону;

– на первое место пришли интервью, репортажи, диалоги, беседы, анкета;

– возникли новые виды аналитических жанров, как: социологический прогноз, рейтинг, эксперимент; художественно-публицистических: шутки, легенды, игры, анекдоты.

Сейчас журналистами-практикантами игнорируются традиционные каноны. Поэтому в результате непрофессионального подхода жанры теряют собственное звучание, суть, становятся аморфными и безликими, не оказывающие на аудиторию рационально-эмоционального влияния.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Черепанов М.С. Проблемы теории публицистики. М.: Мысль, 1973. 269 с.

2. Пельт В.Д. Дифференциация жанров газетной публицистики: учеб. пособие. М.: Изд-во Моск. ун-та, 1980. 150 с.

3. Гуревич С.М. Газета: вчера, сегодня, завтра. М.: Аспект Пресс, 2004. 284 с.
4. Ученова В.В. Время и жанр. Современная советская журналистика. Вып. 1. М.: Изд-во Моск. ун-та, 1983. С. 172.
5. Тертычный А.А. о жанрах. [Электронный ресурс]. Доступно на: URL: <http://evartist.narod.ru/text2/03.htm> (режим доступа – свободный).
6. Тертычный А.А. Жанры периодической печати: учеб. пособ. М.: Аспект Пресс, 2000. 312 с.
7. URL: <http://www.infohome-altai.ru/node/446> (режим доступа – свободный).
8. Скороходова Е.Ю. Некоторые особенности жанровых трансформаций в современной публицистике. [Электронный ресурс]. Доступно на: URL: [http://www.gramota.net/articles/issn\\_1997-2911\\_2008\\_1-1\\_51.pdf](http://www.gramota.net/articles/issn_1997-2911_2008_1-1_51.pdf) (режим доступа – свободный).
9. Антонова В.И. Трансформация типологической и жанровой систем в современной журналистике (по материалам печатных изданий Поволжского региона): дис. ... доктора филол. наук. Мордовский гос. ун-т., 2006. 248 с.
10. Татарстан: рейтинг СМИ за I квартал 2012. [Электронный ресурс]. Доступно на: URL: [http://www.mlg.ru/ratings/regional\\_smi/2110/](http://www.mlg.ru/ratings/regional_smi/2110/) (режим доступа – свободный).