

ТРАНСФОРМАЦИЯ СИСТЕМЫ ЖАНРОВ В ТАТАРСКОЙ ЖУРНАЛИСТИКЕ

Л.Р. Сабирова,

К(П)ФУ, ассистент кафедры татарской журналистики

E-mail: lysabirova@yandex.ru

Теория журналистики, как любая наука, имеет свои законы и стремится к классификации материала, который изучает. Если языковеды раскладывают по полочкам все составляющие изучаемого языка, то специалисты теории журналистики занимаются разбором журналистских материалов, объединяя их в группы по жанрам[1].

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 [1].

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.

В.Д. Пельт выделяет следующие группы жанров:

1. Информационная группа (заметка, отчет, интервью, репортаж). Новизна факта, высокий уровень оперативности являются основополагающими для информационных жанров.

2. Аналитическая группа (статья, корреспонденция, рецензия, обозрение, комментарий, письмо, обозрение). Всесторонний анализ, глубокое исследование – главное требование к аналитическим материалам.

3. Художественно – публицистическая группа (очерк, зарисовка). Этой группе свойственны типизация, образность, насыщенность литературно-художественными изобразительными средствами, языковые и стилистические особенности, эмоциональная выразительность.

4. Сатирическая группа (памфлет, фельетон). Основная задача – борьба с недостатками и ошибками [2, с. 8].

Для более глубокого понимания жанра требуется еще одно существенное дополнение: жанры функционируют не изолированно, а в системе. Каждый жанр в

процессе своего развития проходит определенную эволюцию в соседстве с другими жанрами. И это взаимодействие жанров накладывает свой отпечаток на их развитие и внутреннее устройство. Многообразие задач, обуславливающее многообразие жанров, объединяет их в некую целостность – систему, которая регулирует их взаимозависимость, их внутренние и внешние связи. Так как тот или иной жанр активно используется повседневной практикой, он варьируется, изменяется, обретает своеобразные черты.

На современном этапе происходит отчетливое перенесение центра тяжести читательских предпочтений с общефедерального на региональный уровень. Регионализация российского информационного пространства обусловлена как политическими, экономическими, так и социокультурными, идеологическими факторами, определяющими интенсивное развитие СМИ регионов страны [3, с. 28 - 30].

Наблюдение за текстовым материалом на страницах Татарстанской периодической печати свидетельствует о том, что традиционный набор жанров постоянно пополняется за счет обновления «жанровой палитры». Например, такие аналитический и информационный жанры как статья и заметка в газете сопровождаются добавочными формами персонификации информации – монологической и диалогической: «цитата дня», «прямая речь», сопровождающая заметку. Кроме того, на страницах периодической печати возникают гибридные формы типа «блиц – опрос» – схожий с интервью метод получения информации, но цель которого, в отличие от интервью – получение ответов на несколько различающихся по своему характеру вопросов от одного человека, получение «веера» ответов на один и тот же вопрос от множества людей.

В отличие от традиционного набора публицистических жанров такие добавочные формы модифицируют первичную форму этих жанров и актуализируют процесс возможности существования огромного разнообразия переходных гибридных жанровых форм в современных СМИ. Некоторые известные жанры «модифицировались», кроме того, появились новые устойчивые типы аналитических публикаций, формирующих «срез» современных аналитических жанров в периодической печати, таких как социологическое резюме, мониторинг, рейтинг, аналитический пресс-релиз и другие.

Исторические и культурные традиции населения активно влияют на развитие СМИ регионов. Местная пресса в состоянии более гибко учитывать все особенности своей аудитории [4, с. 19]. Местные газеты сегодня стали реальными конкурентами столичным изданиям, так как их информация и реклама значительно ближе интересам и нуждам местной аудитории.

Необходимо научная коррекция жанровых классификационных характеристик периодической печати, от новостных до креативных форм медиатекстов. У любой жанровой формы существуют конкретные изотропические характеристики, возникающие в процессе журналистского творчества либо произвольно, либо целенаправленно. Все жанровые формы медийных текстов,

выраженных в конкретных формах, можно дифференцировать на отдельные группы по схожим морфолого-содержательным характеристикам:

1) идейный замысел (при возникновении замысла формируются контуры идеи будущего произведения);

2) объект отображения (от того, насколько правильно выбран объект отображения зависит по какому жанровому пути пойдет автор);

3) интерполяция методов сбора информации, например, репортажные тексты рождены методом наблюдения, эксперимента и опроса.

4) авторская интерпретация (большую роль играет субъективный фактор) [3, с. 153].

От первоначального идейного замысла, от того насколько правильно отобран журналистом объект описания (его характер), насколько верно он воспользовался методами познания действительности, какими стилистическими приемами руководствовался, какой эмоционально-личностный фон придал произведению, зависит заключительный момент структурного формирования текста.

Традиционно жанры подразделяются на 5 родовых групп:

1) информационные жанры (заметка, отчет, репортаж, интервью, некоторые виды корреспонденции, обозрение);

2) аналитические жанры (корреспонденция, статья, рецензия, обозрение, обзор печати);

3) сатирические жанры (фельетон, памфлет, пародия, эпиграмма);

4) художественно-публицистические жанры (зарисовка, очерк);

5) эпистолярная публицистика (письмо) [5, с. 18].

Все жанры, представленные в конкретных формах медийных текстов, объединяет одно – информационное начало, являющееся сущностной характеристикой журналистского творчества. Информация, выражающаяся в жанрах журналистики, имеет разные интерпретированные значения. В одних группах информация констатируется, в других анализируется, в-третьих, обобщается и т.д.

Сегодня на страницах региональных газет очень много занимает место рекламно-справочные, рекреативные публикации, кроссворды и анекдоты.

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, аналитические 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, сканфорды;

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 [3, с.188-189].

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.

Показательна тематическая ограниченность татароязычных изданий: большая часть публикаций посвящена официальной хронике, состоянию сельского хозяйства, проблемам национальной культуры и языка, национального воспитания и религии. Мало освещаются факты финансово-экономической жизни, проблемы бизнеса, правовой сферы, индустриального и постиндустриального развития общества. Главный фактор замкнутости информационного дискурса обусловлена ориентацией на татароязычную аудиторию: преимущественно сельчан и горожан первого поколения.

Принято считать, что СМИ, выходящие на национальных языках, не могут привлекать платную рекламу. Под воздействием такого стереотипа рекламодатели редко заключают договоры на рекламу в татарских газетах, теле-, радиопрограммах. Но благодаря профессиональному менеджменту и популярности в народе газет «Татарстан яшьләре», «Юлдаш», радио-каналов «Курай» и «Татар радиосы», СМИ успешно работают в режиме самофинансирования.

В последние годы в периодике Татарстана появляются большое число публикаций, претендующих на собственную жанровую определенность. Это, как правило, небольшие по объему медиатексты, помещенные под рубриками «совет», «горячая линия», «анонс». Например, в газете «Ватаным Татарстан» очень популярна рубрика «Булмас, димә» («Не может быть»), «Гамьле әңгәмә» («Важная

беседа»), в газете «Акчарлак» существует рубрика «Без эйтмәдек» («Это не мы сказали»), в «Татарстан яшьләре» «Фикер» («Мнение»).

Возможно, со временем, подобные публикации приобретут жанровую самостоятельность, сейчас же они лишь смоделированные производные традиционных жанров.

ЛИТЕРАТУРА

1. URL: <http://www.infohome-altai.ru/node/446> (дата обращения: 3.08.2011).
2. Пельт В.Д. Дифференциация жанров газетной публицистики. – М., 1984. – 84 с.
3. 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.
4. Воронина Н.И. Теоретическая культурология. – Саранск: Из-во Мордов. ун-та, 2001. – 208 с.
5. Жанры советской газеты / под ред. М.С. Черпахова. – М.: Высш. шк.; 1972. – 424 с.