

К ВОПРОСУ О ЖАНРАХ И ФОРМАТАХ В ЖУРНАЛИСТИКЕ

Е. В. Тюрина

Воронежский государственный университет

Поступила в редакцию 3 февраля 2022 г.

Аннотация: в статье рассматриваются подходы к идентификации и систематизации жанров журналистики, а также взаимодействие понятий «жанр» и «формат» в пределах журналистского творчества. Автор выявляет пересечения указанных понятий и указывает на различия.

Ключевые слова: жанры журналистики, формат, жанрообразующие признаки, признаки формата

Abstract: the article discusses approaches to the identification and systematization of journalism genres, examines the interaction of the concepts of genre and format within journalistic creativity. The author identifies the intersections of these concepts and points out the differences.

Keywords: genres of journalism, format, genre-forming features, format features

Теория журналистских жанров традиционно является одной из самых дискуссионных тем в научном пространстве. И это логично: научное знание о журналистике начало формироваться относительно недавно, в первой половине XX в., хотя первые отечественные газеты появились еще в XVIII в. О том, что газета является сложно организованным многогранным образованием, так как содержит в себе разномасштабные материалы, отличающиеся по структуре, задачам, выразительным средствам, писал еще К. Маркс [1, 214], и у исследователей еще в ранние советские годы возник интерес к систематизации разнородных журналистских материалов, к их упорядочиванию и аккумуляции в пределах одной системы. Не угасает он и до сих пор.

Однако мы видим, что, во-первых, «чистокровные» жанры в современных печатных и сетевых изданиях представлены крайне редко — все чаще можно встретить материалы, которые могут содержать в себе предметно-методологические признаки, относящиеся к разным жанрам. Например, жанрообразующие признаки публикации о человеке могут указывать на то, что перед нами очерк, однако ней вполне органично смотрятся репортажные фрагменты. Возникают закономерные вопросы: это очерк или репортаж? Или это разновидности первого — «очерк-репортаж» или «портретный репортаж»?

Во-вторых, в последние годы в научной оборот введено понятие формата, которое можно трактовать по-разному: как вид или род творчества, тип издания, вид коммуникативного канала или, например, способ подачи информации [2, 20–21]. Последнее значение формата для нас наиболее интересно, так как мы видим явное пересечение с жанровой проблематикой. Дело в том, что анализ и последующую

систематизацию журналистских жанров осложняет еще и наличие публикаций, которые не вписываются ни в одну классическую жанровую концепцию. Например, к какому жанру или хотя бы группе жанров отнести тест, подборку или чек-лист? Или эти материалы проходят по номинации «формат»? И если да, то на какие предметно-методологические категории мы при этом будем опираться?

В-третьих, в практической журналистике присутствует очевидное смешение понятий «формат» и «жанр» («в формате заметки», «очерк в формате издания», «в жанре лонгрид»), что также порождает трудности у исследователей при квалифицировании эмпирического материала.

Поэтому, на наш взгляд, для начала следует определиться, что мы будем понимать под журналистскими жанрами и под форматами как способами подачи информации. А для этого, думается, необходимо понять природу указанных номинаций. И начать стоит с категории жанра, подробно изученной отечественными исследователями.

Появление термина «жанр» (фр.— вид) в эстетике французского классицизма XVII в. было вызвано необходимостью разграничить различные произведения, принадлежащие к тем или иным родам творчества [3, 114]. В традиционном понимании жанр — это род произведений в пределах какого-нибудь искусства, отличающийся особыми, только ему свойственными сюжетами, стилистическими признаками [4]. Журналистские жанры также имеют отличительные черты, позволяющие дифференцировать публикации и определять их в ту или иную группу, сформированную на основании выделенных устойчивых признаков. Но в отечественной теории журналистики нет общепринятой жанровой концепции. Более того, при анализе наиболее известных систем журналистских жанров мы можем заметить расхождения у авторов

как минимум по 3 позициям: *отбору своеобразных признаков, выявлению предметно-методологических категорий и систематизации жанров.*

Если рассматривать отбор своеобразных признаков (они и дают ответ на вопрос «На каком основании журналистские произведения будут отнесены к конкретному жанру?»), то здесь приоритет у московской школы, представители которой выделяют таких критериев, как *предмет, функция, метод* [5, 4–7]. Предмет отображения подразумевает что именно будет лежать в основе материала. Так, если автор задумал написать заметку, то будет описывать факт действительности (например, что студентов воронежских вузов частично перевели на дистанционное обучение [6]). Функция, в свою очередь, расширяет представление о предмете и показывает, с какой целью автор писал данный материал: хотел сообщить о факте действительности (функция заметки) или был нацелен на то, чтобы сформировать у аудитории представление о событии речевого характера (функция отчета). Под методом подразумевают наглядно-образное обобщение, которое опирается на творческие приемы, позволяющие журналисту особым образом отражать предмет материала: например, это может быть репортажный метод, который заключается в фиксации хода наблюдения и его результата, подразумевающая наглядность.

На наш взгляд, данная концепция является практико-ориентированной, однако она далеко не единственная. Например, есть подход Е. И. Пронина, который при классифицировании жанров предложил опираться лишь на *предметный подход и целевую установку* [7, 49–50]. При этом предметом отображения могут выступать: *реалии* (материальные подробности развития событий), *позиции* (понимание события отдельными людьми), *идеалы* (анализ события с позиции идейно-нравственных ценностей), *абсурды* (социально-комический аспект события), *шедевры* (социальное значение произведений сфер духовного производства), *мнения* (оценка события его участникам), *контакты* (совместный поиск истины журналистом и участником события), *решения* (позиция официальных инстанций), *эффекты* (результат воздействия журналистской публикации). А целевой установкой, в свою очередь, могут быть оповещение, ориентирование, коррекция, символизация. Развитие общества требует учета «процессов социальной практики», и это ведет к возникновению новых жанровых образований — в данном случае 36 жанров, среди которых названы, например, напоминание, сатирическая заметка, уведомление.

У ростовского исследователя А. И. Аكوпова есть жанровая система, организованная как схема-матрица и построенная на типических признаках, «каждый из которых включает компоненты». Выделены 4 основания: *задачи публикации, метод отображения действительности, масштаб отображения дей-*

ствительности, средства изображения. При этом, например, первый из них включает в себя 5 компонентов: от «информирования общественности о фактах действительности» до «эстетического и эмоционального художественного освещения жизни». Фактически данная концепция позволяет представить любой жанр как формулу, считает ростовский исследователь. Так, репортаж, по его мнению, может выглядеть как: $P = 1a^2a^3b^4v^4$, где P — репортаж; 1, 2, 3, 4 — типические признаки жанра, а, б, в — их компоненты, ^ — знак логического сложения [8, 9].

Воронежский ученый Л. Е. Кройчик выделил иные основания: «1) *сообщение о новости или проблеме;* 2) *фрагментарное или обстоятельное осмысление ситуации;* 3) *приемы эмоционального воздействия*» [9, 138].

Расхождения проявляются и в выявлении предметно-методологических категорий непосредственно в журналистских материалах. Например, опубликован материал о пресс-конференции (событие речевого характера), а предмет и функция указывают на то, что перед нами отчет (если следовать категориальной методологии). Но метод отображения может быть репортажным. Отсюда вопрос: это отчет или репортаж? Если отчет, то можно ли говорить о такой разновидности как «репортажный отчет»? Считать ли журналистским жанром опубликованные в газете поздравление, некролог, которые давно стали постоянным элементом пресс-контента?

Расхождения присутствуют и в систематизации выявленных жанров. Л. Е. Кройчик, отойдя от традиционного распределения жанров по информационной, аналитической и художественно-публицистической группам, избрал иной подход: он выделил пять групп — оперативно-новостные, оперативно-исследовательские, исследовательско-новостные, исследовательские, исследовательско-образные.

Наполнение групп также может различаться. Так, у А. А. Тертычного в общей сложности идентифицировано 42 жанра, 22 из которых размещены в аналитической группе, а у М. Н. Кима их 48. То есть мы видим, что разночтений в жанровой теории достаточно, и отсутствие общепринятой концепции, некоего стандарта, провоцируют исследователей на относительно свободное толкование жанров и, как следствие, в границы одного жанра могут с подачи теоретиков попадать различные по предметно-методологическим категориям публикации. Хотя с точки зрения практики это не является критичной ситуацией, так как задача журналиста — создавать материал, который будет отвечать потребностям аудитории в социально значимой информации, а какие примы и методы для этого будут использованы автором, как он их будет синтезировать — уже не так важно.

Тем не менее, возвращаясь к вопросу о теоретическом значении правомерной дифференциации журналистских материалов по жанрам и жанровым груп-

пам, стоит обратить внимание еще на один аспект, который в последние годы довольно активно проявляется в медиасреде. Речь идет о полисемантическом понятии «формат» (от лат. *formato* — придаю форму), который нередко пытаются презентовать как синоним жанра.

В полиграфии этот термин закрепился давно и под ним можно понимать «линейные размеры печатной формы, выраженные в метрических и типометрических единицах» [10]. В область производства журналистского контента он вошел сравнительно недавно и стал все чаще использоваться при обозначении способов подачи информации. Появление новых видов журналистских материалов (лонгридов, тестов, игр и т.д.) побудило профессиональное сообщество найти новую номинацию для подобных журналистских образований, которая бы наиболее точно отражала не только содержательную, но и организационно-технологическую суть таких материалов. Например, исследователь Г. В. Лазутина определяет формат как «совокупность признаков какого-либо предмета коммуникации, если понимать таковой как направляемый аудитории информационный продукт», а Г. Я. Солганик обозначает формат как «совокупность характеристик, признаков, определяющих соответствие норме правилам какого-либо мероприятия, события, явления и т.п.» [2, 17; 11, 23]. Оба определения объясняют термин, но, на наш взгляд, при его использовании в контексте журналистского творчества, важно уточнить, что речь идет, прежде всего, о форме материала, о том, как он выглядит, какой имеет вид. Поэтому здесь на первый план выходят не столько содержательные характеристики, сколько формальные, которые перманентно прослеживаются в материалах подобного вида. Следовательно, можно говорить о том, что *формат как способ подачи информации* — это устоявшийся вид материалов медийного характера, обладающий специфическими признаками. На наш взгляд, признаки журналистских жанров — это предмет, метод и функция — возможно использовать и для анализа форматов журналистики, но с акцентом на форме, на «упаковке» публикации.

Предмет отображения лежит в основе содержания: это может быть ситуация (корреспонденция), событие (репортаж) и пр. А если перед нами, например, такой материал, как «Известные, неожиданные и важные факты о Великой Отечественной войне — в тесте РИА «Воронеж»» [12]? Вопросы и ответы в тесте могут быть связаны как с социально значимыми фактами, так и с различными ситуациями или, например, с явлением. Но при анализе тестовых форматов речь идет, прежде всего, о своеобразной организации информации, о технологических приемах, используемых при построении материала социально значимого характера. Своеобразие в формы в тесте — в совокупности вопросов и ответов. Цель

теста — привлечь внимание аудитории к теме материала и постараться удержать это внимание, чтобы читатель потратил время на решение теста, а не на социальные сети, видео на YouTube или, скажем, на другой материал издания-конкурента. Поэтому функция теста — вовлечение аудитории и удержание ее внимания на социально значимой теме. Каким образом происходит вовлечение и удержание внимания? Автор теста создает иллюзию конкурентной ситуации, при которой пользователь стремится набрать максимальное количество баллов. Пользователь (читатель) может конкурировать как с другими пользователями, если текст предполагает демонстрацию результатов других участников, например, в процентном значении (например, так считают 55% пользователей; вы справились лучше, чем 80% других участников и т.д.), так и с системой (когда нет демонстрации результатов других пользователей). Следовательно, методом можно считать моделирование игровой ситуации, в основе которой лежит принцип конкуренции.

Разумеется, тест — это далеко не единственный формат, который в нынешних медиа пользуется популярностью. Есть лонгриды, подборки, игры, чек-листы и многое другое. Эти виды медиаторчества требуют осмысления и систематизации. По нашему мнению, несмотря на то, что признаки для определения формата могут быть заимствованы у жанров, сами форматы практически не ложатся в триединую жанровую концепцию, а потому, вероятно, требуется иной подход к оценке их функционирования в пределах одной системы. И возможно, это именно тот виток эволюции, который в ближайшие годы предстоит пройти теории журналистики.

ЛИТЕРАТУРА

1. Черепанов М. С. Проблемы теории публицистики / М. С. Черепанов — Москва: Мысль, 1973. — 269 с.
2. Лазутина Г. В. Жанр и формат в терминологии современной журналистики / Г. В. Лазутина // Вестник Московского университета. Сер. 10. Журналистика. — Москва, 2010. — № 6. — С. 14–21.
3. Распопова С. С. О понятии «жанр» в теории журналистики / С. С. Распопова // Вестник Челябинского государственного университета. — Челябинск, 2012. — № 6 (260). — С. 114–117.
4. Толковый словарь русского языка. URL: <https://dic.academic.ru/dic.nsf/ushakov/799138> (дата обращения: 11.12.2021).
5. Теория и практика советской периодической печати: учебное пособие для вузов / под ред. В. Д. Пельта. — Москва: Высшая школа, 1980. — 376 с.
6. Квасова С. Студентов воронежских вузов частично перевели на удалёнку / С. Квасова // Вести Воронеж. — 2022. — 26 января. — URL: <https://vestivrn.ru/news/2022/01/26/studentov-voronezhskikh-vuzov-chastichno-pereveli-na-udalyonku/> (дата обращения: 11.12.2021).

26.01.2022).

7. Социальная практика и журналистский текст / Под ред. Я. Н. Засурского, Е. И. Пронина. — Москва: Издательство МГУ, 1990. — 176 с.

8. Акопов А. А. Аналитические жанры публицистики. Письмо. Корреспонденция. Статья. Учебно-методическое пособие для студентов-журналистов / А. А. Акопов. — Ростов-на-Дону: издательство института массовых коммуникаций, 1996. — 88 с.

9. Кройчик Л. Е. Система журналистских жанров / Л. Е. Кройчик // Основы творческой деятельности журналиста: учебник для студентов вузов по специальности

«Журналистика». — Санкт-Петербург, 2000. — 272 с.

10. Большой энциклопедический словарь. URL: <https://dic.academic.ru/dic.nsf/enc3p/310342> (дата обращения: 11.01.2021).

11. Солганик Г. Я. Формат и жанр как термины / Г. Я. Солганик // Вестник Московского университета. Сер. 10. Журналистика. — Москва, 2010. — № 6. — С. 22–24.

12. Карташова Л. «Известные, неожиданные и важные факты о Великой Отечественной войне — в тесте РИА «Воронеж»» / Л. Карташова // РИА «Воронеж» [сайт]. — 2021. — URL: <https://riavrnr.ru/projects/test-vov-2021/> (дата обращения: 5.01.2022).

Воронежский государственный университет

Тюрина Е. В., кандидат филологических наук, преподаватель кафедры журналистики и литературы

E-mail: alenatyurina@mail.ru

Voronezh State University

Tyurina E. V., Candidate of Philology, Lecturer of the Department of Journalism and Literature

E-mail: alenatyurina@mail.ru