

УДК 070

**Вопросы современной жанровой типологии
информационных газетных текстов
(на примере региональных изданий Беларуси и Германии)**

Лавицкий А.А.

*Витебский государственный университет имени П.М. Машерова,
г. Витебск, Беларусь*

Определяющая роль в формировании языковой культуры принадлежит сегодня СМИ. Ключевым компонентом, отражающим языковую форму бытия, остаются печатные периодические издания, в первую очередь газеты. Изменения внутренней структуры газетного материала проявляются не только в языковых, но и стилистических и композиционных особенностях подачи информации. Мы предлагаем рассмотреть актуальные подходы классификации информационных газетных текстов с точки зрения отечественной и зарубежной журналистских школ и проанализировать их особенности на материалах региональных изданий Беларуси и Германии.

Ключевые слова: *СМИ, жанры журналистики, информационные газетные жанры, региональные газеты, лид, «жесткая» новость, «мягкая» новость.*

Актуальность исследования. Тексты современных СМИ «являются одной из самых распространенных форм бытования языка» [3, с. 7]. Материалы периодических печатных изданий «играют наибольшую роль в языковом развитии, снижая при этом единовластие художественной литературы в формировании языковой нормы и языковых предпочтений» [11, с. 3]. Определяющая роль медийного пространства в формировании языковой культуры обуславливает растущий интерес к изучению текстов СМИ в целом и газет в частности.

Газетный материал рассматривается сегодня как один из ключевых компонентов базовой категории медиалингвистики, науки, в рамках которой прежде разрозненные исследования различных аспектов СМИ рассматриваются как единая и упорядоченная система. Стержневую основу развития языковой газетной системы составляет жанровое разнообразие текстов, представленных на газетной полосе. Именно жанровая типологическая структура газетных текстов не только определяет стилистическую модель издания, но и позволяет оценить тенденции в информационном пространстве, проследить за развитием языкового поля с точки зрения социально-культурного бытия.

Стоит отметить, что отечественная научная школа журналистики (имеется ввиду советская и постсоветская в рамках СНГ) начала свое активное развитие в 30-е годы прошлого века. Однако первые научные исследования, посвященные анализу теории жанрообразования, начали появляться только в 60-80-е годы XX века и были связаны с работами таких исследователей, как И. Шатуновский (Культура труда журналиста. М., 1962), В.Д. Пельт (Газетные жанры. М., 1970; Информация в газете. М., 1980), А. Аграновский (Ради единого слова. М., 1977), А.З. Рубинов (Операции без секретов. М., 1980), И.П. Лысакова (Язык газеты: социалингвистический аспект. Л., 1981; Тип газеты и стиль публикации. Опыт

социолингвистического исследования. Л., 1989) и др.

Основываясь на указанных работах, традиционно в материалах печатных СМИ выделяют три группы жанров (Е.П. Прохоров, В.Д. Пельд, М.Н. Ким, А.А. Тертычный и др.): **информационные (информационно-новостные)** (репортаж, интервью, заметка, отчет), **аналитические** (статья, обозрение, рецензия, письмо, корреспонденция) и **художественно-публицистические** (очерк, фельетон, памфлет). В данной работе мы остановимся на вопросах развития современной отечественной и зарубежной типологий информационных текстов, формирующих ядро всей жанровой газетной системы [10]. Цель статьи рассмотреть актуальные подходы классификации информационных газетных текстов с точки зрения отечественной и зарубежной журналистских школ и проанализировать их особенности на материалах региональных изданий Беларуси и Германии.

Социально-политические, культурные изменения обусловили трансформацию традиционной журналистской системы. Изменения типологической структуры газетных текстов нашли свое отражение в современных лингвистических исследованиях А.А. Тертычного, Л.Р. Дускаевой, В.Г. Костомарова, Г.Я. Солганика, С.М. Гуревича, В.Б. Томашевского, М.Н. Кожинной, В.Д. Пельта, В.И. Конькова, С.С. Аверинцева, Л.Г. Кайды, Д.С. Лихачева, Ю.Н. Тынянова, Н.Г. Поспелова и др. В частности, в данных работах отмечается, что стилистические изменения газетных материалов проявились в раскованности содержания и стиля изданий, тенденции персонаифицирования материала, активном включении в диалог с читателями, возросшей роли формы в обработке материала. Именно поэтому в последние десятилетия ряд ученых, таких как Е.И. Пронин, Л.Р. Дускаева, С.М. Гуревич, В.А. Салимовский и др. предложили новые авторские типологические системы журналистских текстов, в том числе и информационных. Стоит отметить, что повсеместно новые журналистские классификации не прижились. В этой связи мы поддерживаем мнение академика Д.С. Лихачева, который отмечает, что ни один жанр не является вечным: «... дело том, что меняются сами принципы выделения жанров, меняются типы и характер жанров, их функции в ту или иную эпоху» [6, с. 55]. Подтверждает это в своих исследованиях и профессор Г.Я. Солганик, считающий, что речь идет не о разрушении традиционной типологической модели газетных жанров, а лишь об определенных изменениях системы журналистских текстов (вытеснение старых жанров и формирование новых) [8, с. 67].

Современные информационные жанры периодической журналистики закрепились как средство оформления актуальной информации. В свою очередь такая характеристика как актуальность информации, требует оперативности в ее обработке, а возросший объем информационного потока – точности, лаконичности и ясности ее подачи. Так Н. Кенжегулова отмечает, что особенности типологической модели информационных жанров заключаются в методах и приемах подачи информации, реализующихся в «телеграфном стиле» отображения реальных фактов в контексте реального времени [15].

В исследованиях, базирующихся на традиционной отечественной типологической структуре журналистских жанров, ученые выделяют различное видовое количество информационных текстов. Так, например, представитель Санкт-Петербургской журналистской школы М.Н. Ким в зависимости от предмета отображения и целевой установки выделяет *семнадцать* отдельных видов информационных материалов: заметка (хроника, расширенная информация и т.д.), сообщение, репортаж, интервью (интервью-монолог, интервью-диалог, портретное интервью и т.п.), заявление, анонс, аннотация, сигнал, девиз-лозунг, реплика, справка, полилог, поздравления, опрос, вопрос-ответ, совет, некролог [4, с. 17-19]. В свою очередь профессор МГУ А.А. Тертычный выделяет только *восемь* типов газетных текстов информационного

жанра (заметка, информационная корреспонденция, информационный отчет, информационное интервью, блиц-опрос, вопрос-ответ, репортаж и некролог) [10]. Количественная разница видового состава информационных материалов объясняется исследователем необходимостью различать понятия жанрообразования и «возникновение «имен» жанров», ибо процесс номинации, «заявивший о себе новой группы публикаций, еще не получившей жанрового определения, не имеет строгих принципиальных оснований, не опирается на какую-то закономерность» [10, с. 50]. Некоторые исследователи рассматривают во внутривидовой структуре информационных материалов только тексты заметки (хроникальная, событийная и др.), репортажа (в различных видах), интервью, информации-объявлений (программа, афиша) и собственно информацию (новость) [7, с. 141]. Кроме этого в современной газете исследователи выделяют тексты нового информационного формата – пресс-релизы, а также определяют передовую статью как отдельный жанровый вид.

Интересными нам представляются и исследования зарубежного газетного медиарынка, в структуре которого активно используется понятие «новостная ценность». Основу зарубежной новостной ценности (нами изучался медиарынок Германии) образуют оценка таких целевых критериев, как новизна, актуальность, пространственная и психологическая близость к получателю информации, значимость, возможные последствия для массовой аудитории, фактор человеческого интереса, конфликтность [3, с. 95]. Для подготовки новостного материала необходимо не только учитывать указанные критерии, но и структуру подачи материала. С этой целью в зарубежной журналистской практике часто используется формула, предложенная еще римским оратором Квинтилианом. Согласно его мнению, главное в информационной работе – дать аудитории ответы на следующие вопросы: кто?, что?, где?, когда?, почему?, зачем?, каким образом? В современной публицистике отличительной особенностью этой формулы является необходимость дать ответы на ограниченном пространстве газетной полосы (современная зарубежная журналистика направлена в первую очередь на создание малых информационных жанров). Основываясь на структуре Квинтилиана, в практике публицистикой деятельности западные исследователи вводят принцип «информационной пирамиды», когда объем описываемой информации отображается пропорционально структуре напечатанного (от заголовка к корпусу материала) и наоборот («перевернутая пирамида») [2, с. 245].

Конструктивные особенности построения «пирамиды» в свою очередь лежат в основе формирования информационного материала: в журналистской деятельности, в том числе и газетной, принято выделять понятия «жесткой» (hard) и «мягкой» (soft) новости (некоторые исследователи выделяют еще «местную» и «зарубежную»), которые отождествляются с понятием информационный текст, сообщение. Информационные сообщения объединены такими качественными показателями, как новизна, актуальность, оперативность подачи и личная авторская оценка. «Мягкая» новостная информация строится на основе обычной «пирамиды», «жесткая» – наоборот, «пирамида перевернутая» [13, с. 211].

Типологические различия информационных моделей находятся в плоскости рассмотрения базисной основы текста – факта. В то же время, в научно-исследовательской практике для дифференциации новостной журналистики факт как явление, обладающее такими характеристиками, как достоверность, правдивость, общественная значимость, сопоставляется с понятием «фактоид» (англ. Factoid – «принимающий вид факта» – введено в научный обиход [1973 году](#) американским писателем-романистом [Норманом Мейлером](#)) – это «искусственный факт», проявляющийся в качестве «информационного повода», сложно поддающийся проверке и обладающий малой степенью общественной достоверности, но не банальностью [12].

Внутренняя типологическая система информационного жанра в зарубежной литературе, как в немецкой, так и британской, французской, американской и др., рассматривается и с точки зрения функционально-содержательных критериев внутренней дифференциации информационного газетного поля. С этой целью в журналистской литературе используется понятие «лид» (англ. – lead; в американской журналистике lede) – содержательная часть информационного текста, целью которой является заинтересовать читателя. *Лид* – это не факт, а только его часть, решающая главную задачу информационно-новостного жанра СМИ – создать в материале точку «оптического позыва» [14, с. 22]. Лид не просто должен попасть на глаза читателю, но и заинтересовать его, привлечь к прочтению напечатанного. Внутреннюю структуру новостных текстов принято выделять исходя из классификации лидов, впервые предложенной в американской учебной литературе. Так, в текстах «жесткого» информационного типа принято использовать следующие типы лидов: лид «одного элемента» (выделение одного самого значимого элемента); лид-обобщение (подытоживает несколько одинаково важных элементов); лид-«вешалка» («навешивание» на первый абзац ответы на все вопросы); лид - немедленная идентификация (выделяет конкретное лицо, ранее не имевшее общественный интерес); лид - «одиночный выстрел» (краткое, обычно афористичное сообщение новости); лид-комментарий (объектная новость, содержащая попутный комментарий); лид-каламбур, или игровой лид (связан обычно с популярно-развлекательной информацией); лид-рассказ (информация показывается через краткую хронологию событий).

«Мягкие» новости, интригующие, рассчитанные на эмоциональное воздействие, но не отличающиеся оперативностью требуют и других лидов: контрастный лид (в начале сообщения сопоставляется информация); лид-«стаккато» (ряд коротких «телеграфных» фраз, не связанных смыслом); направленно адресованный лид (наличие прямого обращения к читателю); лид-вопрос (в итоге информационного сообщения читателю задается вопрос); лид-цитата (первый абзац начинается с открытых кавычек (форма более распространена в европейской прессе); лид-каприз (творчески-ироничный подход в описании информации) [2, с. 245].

Тенденция глобализации современного медийного пространства нашла свое отражение и в отечественных научных работах (А.А. Градюшко [16], А.В. Колесниченко [5], Т.Г. Добросклонская [3]) и др.).

На основе представленных подходов типологизации информационных жанров газеты мы исследовали региональные издания Беларуси и Германии. Фактическим материалом послужили такие газеты как «Витьбичи» и «Витебский рабочий» (г. Витебск) и «Hannoverische Allgemeine» (г. Ганновер) за текущий 2012 год. Выбор материала определялся в первую очередь фактом повышения интереса со стороны исследователей к развитию периферийной прессы, куда смещаются центры журналистской детальности («регионализация» СМИ) [1, с. 4].

Анализ корпуса вышеуказанных газет позволяет отметить, что тексты немецкого издания довольно хорошо классифицируются как с точки зрения «пирамидальной структуры», так и в зависимости от видовой структуры лида. При этом чаще всего журналисты прибегают к структуре «перевернутой пирамиды», которой в «Hannoverische Allgemeine» присущи такие стилистические особенности «жесткой» новости, как экспрессия (лексическая, синтаксическая), эмоциональная насыщенность. В лидовой дифференциации тестов Ганноверской региональной газеты можно отметить распространенность таких лидов, как лид «одного элемента», лид-обобщение, лид - немедленная идентификация, лид - «одиночный выстрел», лид-комментарий и лид-рассказ.

В рассмотренных белорусских изданиях журналистские материалы также можно без труда классифицировать с точки зрения «пирамиды». Как и в Германии,

распространение получили материалы «перевернутой» пирамиды, которым в белорусском варианте соответствуют малые информационные жанры (заметка, сообщение, анонс, справка и др.), где основа информационного факта находится, либо в первых предложениях, либо вообще помещена в заголовке. Однако их отличительной особенностью является традиционное стремление к эмоциональной нейтральности. В общем же объеме информации малые жанры занимают до 65 % газетного издания. На основе лидовой дифференциации можно отметить такие ее виды как лид-комментарий, лид-рассказ, лид-обобщение, лид-«вешалка» и др. Со стилистической точки зрения такое разделение газетного материала довольно проблематично, в первую очередь из-за типологических различий в структуре подготовки и подачи информации. Однако, ориентируясь на вышеуказанные региональные СМИ, можно отметить, что и традиционная отечественная классификация не в полном объеме отражает особенности региональной информационной журналистики. Мы выделяем следующие виды информационных текстов, получивших повсеместное распространение в региональной газетной публицистике: новостные материалы (заметка, сообщение, новостной репортаж, анонс), собственно информационные тексты (интервью, справка, полилог, сигнал) и информационно-познавательные материалы (аннотация, опрос, вопрос-ответ, пресс-релиз, совет, поздравления, некролог).

Вывод. Таким образом, социальные реалии развития языка и в региональных СМИ проявляются не только в его внутренней структуре (грамматика, синтаксис и т.д.), но и в стилистических особенностях подачи и получения информации.

Активное развитие тестовых моделей информационных жанров газеты базируется сегодня не только на поиске факта, но и напрямую зависит от авторской способности найти оптимальную, нестандартную форму его подачи. Кроме этого постоянно растущий поток информации, актуальная публицистическая проблема экономии речевых средств приводит к активизации малых жанров, позволяющих постоянно увеличивать объем информации на полосах издания.

Формирование глобального информационного пространства, растущая конкуренция со стороны электронных средств информирования требует от газетной периодики поиска новых форм обработки и подачи информации. Такими, по нашим наблюдениям являются пресс-релизы, различные жанры гибриды – информационное эссе и др., все активнее проникающие в региональные СМИ.

Следовательно, проблематика жанровой классификации информационных текстов находится в фокусе постоянного изучения, а опыт зарубежных научных журналистских школ вызывает все больший интерес.

Список литературы

1. Антонова В. И. Трансформации типологической и жанровой систем в современной журналистике (по материалам печатных изданий поволжского региона) : автореферат диссертации на соискание ученой степени доктора филологических наук (специальность 10.01.10 – журналистика) / В.И. Антонова. – Казань, 2006.
2. Ворошилов В.В. Журналистика / В.В. Ворошилов. – М., 2009.
3. Добросклонская Т. Г. Вопросы изучения медиатекстов (опыт исследования в современной английской медиаречи) / Т.Г. Добросклонская. – М., 2005.
4. Ким М.Н. Жанры современной журналистики / М.Н. Ким. – С. 17-19
5. Колесниченко А.В. Прикладная журналистика [Учебное пособие] // А.В. Колесниченко. – М., 2008.
6. Лихачев Д.С. Система литературных жанров Древней Руси // Лихачев Д.С. Исследования по древнерусской литературе. – Л., 1986.
7. Смелкова З.С. Риторические основы журналистики. Работа над жанрами газеты / З.С. Смелкова. – М., 2002.

8. Солганик Г.Я. Стилистика текста / Г.Я. Солганик. – М., 2002.
9. Тертычный А.А. Жанры периодической печати / А.А. Тертычный. – М., 2000.
10. Тертычный А.А. Трансформация жанровой структуры современной периодической печати / А.А. Тертычный. // Вестник МГУ. Сер. 10. Журналистика. – 2002. – № 2. – С. 54-83
11. Штыкова Н.В. Лингвопрагматическая модель общегородской газеты (на материале газеты «Речь» г. Череповца Вологодской области). Автореф на соиск ..кад. фил наук. Спец. 10.02.01 – русский язык / Н.В. Штыкова. – Череповец, 2011.
12. Эллиот А. Современные технологии влияния и убеждения. Эпоха пропаганды / Аронсон Эллиот. – М., 2008.
13. Lüger H.H., Hartmut E.H., Sandahl L.D. Textmuster als Dispositivtypen. Deutsche und schwedische harte Nachrichten und Hintergrundberichte im Vergleich / H.H. Lüger, E.H. Hartmut, L.D. Sandahl. – Landau, 2008.
14. Schmidt J. Text, Sprache, Information und Emotion: eine Untersuchung zum Zusammenwirken der Sprache und des Bildes sowie deren Aussagekraft in Nachrichtensendungen des deutschen Fernsehens; am Beispiel der Hauptnachrichtensendungen von ARD, ZDF, RTL, Pro7 und BR. Würzburg, Univ., Diss., 2008.
15. Электронный ресурс : http://www.unesco.kz/massmedia/pages/4_1.htm. – Дата доступа : 02.04.2012.
16. Электронный ресурс : http://www.journ.bsu.by/index.php?option=com_remository&Itemid=108&func=startdown&id=194 – Дата доступа 08.05.2012.

Лавицькі А.А. Питання сучасної жанрової типології інформаційних газетних текстів (на прикладі регіональних видань Білорусі і Німеччини) // Ученіє запіскі Тавричеського національного університета ім. В.І. Вернадського. Серія «Філологія. Соціальні комунікації». – 2012. – Т.25 (64). – № 4. Частина I. – С.259-264.

Визначальна роль у формуванні мовної культури належить сьогодні ЗМІ. Ключовим компонентом, що відображає мовну форму буття, залишаються друковані періодичні видання, в першу чергу газети. Зміни внутрішньої структури газетного матеріалу виявляються не лише в мовних, але і стилістичних і композиційних особливостях подачі інформації. Ми пропонуємо розглянути актуальні підходи класифікації інформаційних газетних текстів з точки зору вітчизняної і зарубіжної журналістських шкіл і проаналізувати їх особливості на матеріалах регіональних видань Білорусі і Німеччини.

***Ключові слова:** ЗМІ, жанри журналістики, інформаційні газетні жанри, регіональні газети, лід, жорстка новина, м'яка новина.*

Lavitski A.A. Questions of modern genre typology of informative newspaper texts (on the example of regional editions of Belarus and Germany) // Uchenye zapiski Tavricheskogo Natsionalnogo Universiteta im. V.I. Vernadskogo. Series «Filology. Social communications». – 2012. – V.25 (64). – № 4. Part I. – P. 259-264.

The defining role in formation of language culture belongs to mass media today. The key component, reflecting a language form of life, is printing periodicals, first of all newspapers. Changes of internal structure of a newspaper's material are shown not only in language, but also in stylistic features of submission of information. We suggest to consider actual approaches to classification of informative texts of newspaper from the point of view of domestic and foreign journalistic schools and analyse their features on materials of regional editions of Belarus and Germany.

***Key words:** mass media, genres of journalism, informative genres of newspapers, regional newspapers, lead, hard news, soft news.*

Поступила в редакцію 25.09.2012 г.