

Принципы формирования новой системы жанров журналистики

Антонов Юрий Павлович

Аспирант Волгоградского государственного университета, Волгоград, Россия

Процесс размывания жанровых границ был отмечен еще в середине 1970-х гг. В.В. Ученовой [Ученова], которая отмечала, что диффузия жанров способствует их взаимообогащению, что она является объективным результатом усложняющихся отношений человека с окружающим миром, поскольку отражает изменения, происходящие в сознании творца, что взаимопроникновение элементов одних жанров в другие способствуют внутренним преобразованиям, происходящим в публицистических текстах.

В современной журналистике эта тенденция стала особенно заметной, что находит осмысление в трудах А.А. Тертычного, который описывает принципиально новые жанровые разновидности, такие как анонс, аннотация, мини-рецензия, мини-история, а также различные виды синкретичных жанров: аналитическое интервью, аналитическая корреспонденция, мониторинг, рейтинг, журналистское расследование, версия, легенда и т. д. [Тертычный]. Отмечается актуализация так называемых «второстепенных» жанров (эссе, мемуаров, житий, апокрифов, летописей, комментариев, трактатов, палимпсестов и т. д.), сливающихся с «ведущими» литературными жанрами и между собой. Отмечены также «мутации» жанров высокой и массовой литературы.

Усложнение жанровых структур современных изданий, а также специфические черты этого усложнения, могут быть объяснены, если соотнести их с основными признаками постмодернизма: деканонизацией; ироничностью; гибридизацией, карнавализацией. Особенно важной именно для характеристики изменений жанровой системы в связи с этим представляется интертекстуальность, которая покрывает всю шкалу возможных виртуальных обоюдонаправленных отношений между текстами или их частями. В самом общем виде интертекстуальность – это полилог разных языков, культур, текстов, созданных предыдущими поколениями.

Традиционно к прямым проявлениям интертекстуальности относят стилизацию, пародию, продолжение, прямое и косвенное цитирование и т. п. – случаи, где из одного текста в другой переходят мысли, образы, стилистические приемы. Вместе с тем до сих пор не привлекал внимания исследователей тот факт, что заимствоваться могут не только идеи и образы, но и жанровые формы. В связи с этим формирующаяся в настоящее время новая система жанров с более подвижными границами, основанная на понимании того, что для современных изданий характерно использование жанров почти всех жанровых систем (литературы, статистики, делопроизводства, устной речи), может быть охарактеризована как результат действия интертекстуальности, которая проявляется не только в текстовых заимствованиях и аллюзиях, но также и в использовании жанровых форм, свойственных другим видам словесности.

Как представляется, в настоящее время наиболее активными формами проявления интертекстуальности в системе жанров могут быть названы следующие:

1. Самая общая форма интертекстуальности вытекает из особенности современной прессы, отмечаемой всеми исследователями: журналист работает в режиме диалога с аудиторией. Диалогичность рождает многоголосие, возникает эффект субъективности. Диалог с аудиторией предполагает ее отклик на предложенный текст, интерес к нему. Создавая соответствующий материал, журналист использует высказывания других людей, при этом заимствует не только мысли и образы, но и жанровые формы высказывания.

2. Вторая разновидность заимствования отчетливо проявляется в современной тенденции создавать врезки и вставки в традиционные жанры, когда, например, в очерк в виде отдельных высказываний в соответствующем жанре вставляются мнения экспертов, письма читателей, мини-интервью с интересным человеком. Такие вставки обогащают не только содержание материала, но и делают его форму более разнообразной.

3. Наконец, основной случай проявления интертекстуальности жанровых форм состоит в прямой стилизации материала под специально выбранную журналистом

жанровую форму.

Наиболее отчетливо эта особенность проявляется в рекламе, которая сплошь состоит из заимствованных жанровых форм: здесь используются жанры журналистики (интервью, репортаж, зарисовка, комментарий), художественной литературы (сказки, пьесы, загадки), ораторики (агитационная речь, презентация, мнение, консультация, совет). Здесь важно отметить, что мы здесь не имеем в виду настоящие интервью с целью популяризации деятельности какого-либо учреждения (например, интервью с директором ресторана о преимуществах именно его заведения), которые всегда находятся за пределами рекламного блока, объемны по содержанию и должны рассматриваться отдельно (в рамках PR-жанров). В данном случае речь идет именно стилизации под интервью, когда один персонаж телерекламы берет интервью у другого персонажа.

Эта тенденция стала проявлять активность и в PR-сфере, где весьма активно используются стилизации под интервью, консультации и пр., когда сотрудник фирмы сам сочиняет и вопросы, и ответы, поскольку понимает, что диалоговая форма лучше воспринимается читателями, чем просто статья.

Наконец, в последнее время и в активной журналистике наметилась тенденция заимствования жанровых форм из других видов словесности. Так, в прессу проникают непублицистические формы информации – официальные, литературно-художественные, справочно-рекламные жанры, которые в структурах изданий могут играть весьма значительную роль. Нельзя обойти вниманием также заимствования жанров из зарубежной печати. Фактически не отражены в традиционном представлении и интегративные, трансвидовые связи, жанровый синтез, трансформации традиционных жанров в новаторские формы. Естественно, что учет всех этих процессов в пределах одной системы требует введения дополнительных критериев жанровой дифференциации и новых жанровых признаков.

Литература

Тертычный А.А. Жанры периодической печати. М., 2000.

Ученова В.В. Современные тенденции развития журналистских жанров // Вестник Моск. ун-та. Серия 10. Журналистика. М., 1976. № 4. С. 66–73.