

за кошт актыўных інтэрнэт-карыстальнікаў выданне зможа павялічыць сваю чытацкую аўдыторыю, сапраўды, ёсць. Больш за тое, новая назва газеты «Янаўскі край» пераклікаецца з электронным адрасам сайта выдання (janow.by), што таксама садзейнічае прасоўванню інтэрнэт-старонкі ў пошукавых сістэмах. Рэдакцыі ж неабходна працягваць працу над пашырэннем тэматычнай разнастайнасці матэрыялаў, жанравай палітры выдання, а таксама ўдасканальваць знешні выгляд яго друкаванай і электроннай версій.

Літаратура

1. Гуревич, С. М. Газета: вчера, сегодня, завтра: учеб. пособие для вузов / С. М. Гуревич [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://evartist.narod.ru/text10/05.htm#%D0%B7_01. – Дата доступа: 28.08.2016.
2. Рабочая книга редактора районной газеты: опыт, методики, рекомендации / М. И. Алексеева [и др.]; под ред. Я. Н. Засурского. – М.: Мысль, 1988. – 575 с.
3. Тумилович, Н. В. Названия местных газет как фактор привлечения аудитории / Н. В. Тумилович // Журналистика-2010: стан, праблемы і перспектывы: матэрыялы 12-й Міжнар. навук.-практ. канф., Мінск, 8–9 снеж. 2010 г. / Бел. дзярж. ун-т; рэдкал.: С.В. Дубовік (адк. рэд.) [і інш.]. – Мінск, 2010. – С. 60–62.

Татьяна Назарова

*Волгоградский государственный университет
(Россия)*

ЖАНРОВЫЕ ФОРМЫ РЕПРЕЗЕНТАЦИИ НОВОСТИ В ЕЖЕНЕДЕЛЬНИКЕ

Еженедельники ИД «Коммерсант» постоянно находятся в поиске модели, адекватной изменениям социокультурной ситуации, развитию системы СМИ и меняющимся потребностям аудитории. В журнале «Деньги» недавно опубликована программная статья, в которой декларируется новая концепция издания – оно должно развивать услуги аналитиков, консультантов, стать организатором мероприятий, превратиться из поставщика информационных услуг в полноценного игрока финансового рынка [2, с. 20]. Такая установка означает участие издания в процессе третьего обновления журналистики, в формировании системы, которую теоретики определяют в терминах «журналистика соучастия», «коммунитарная», «рефлексивная». Отличия этой системы от предшествующих обусловлены тем, что основной ролью журналиста становится не

«воздействие» и не «информирование», а «модерация диалога» между различными социальными группами, нацеленного на выяснение проблем и совместный поиск решений [1, с. 52–53].

Два других еженедельника этого же издательского дома – «Власть», специализирующийся на политической информации, и массовый универсальный журнал «Огонек» – развиваются в русле той же профессиональной парадигмы. Установка не на предъявление факта или однозначного результата анализа, а на обсуждение явления детерминирует жанровую модель всех трех журналов. Эта интенция выявляется даже при анализе подборки коротких новостей, традиционно открывающей каждый номер еженедельных изданий.

Деловой журнал «Деньги» имеет две новостные рубрики: «Цифры» и «Слова». Первая состоит из коротких заметок, вторая имеет альтернативную традиционным новостям жанровую форму, производную от опроса и комментария. Выбор темы нередко мотивируется широким обсуждением в соцсетях, создается эффект ответа журнала на вопрос аудитории. Первый абзац не только задает границы и направление обсуждения, что соответствует стандартам жанра. В нем двумя способами создаются условия для полемики. В виде цитаты из выступления представителя высшей власти предлагается вариант решения проблемы, создается образ возможного оппонента. Или предъявляются противоположные по смыслу факты из двух источников информации. Такая вводка определяет жанр ответа. С вопросами политико-экономического или социально-политического характера редакция обращается к экспертам, возглавляющим авторитетные исследовательские центры, ученым, руководителям крупнейших компаний и банков. В их ответах присутствуют структурные элементы, характерные для жанра комментария: анализ причин ситуации и прогноз ее развития, сравнение с подобными прецедентами, предложение решения проблемы. Стремясь представить полярные точки зрения, журналисты обращаются к представителям структур, известных постоянной полемикой между собой. Интерпретационное поле проблемы становится разноуровневым за счет включения одного или двух мнений специалистов среднего звена, непосредственно работающих в данной области. Эти цитаты содержат конкретные данные о влиянии ситуации на работу предприятий, в них дается оценка происходящему, альтернативные предложения «снизу».

Обсуждение вопросов социальной сферы и социально-психологического состояния общества организуется с респондентами двух категорий. Люди разных специальностей выражают субъективное мнение с

опорой на свой жизненный опыт, их ответы по жанру можно отнести к короткой житейской истории. Представители творческих профессий комментируют явление в плане социологии повседневности, в исторической динамике. Жанровая форма рубрики выражает стремление журнала представить как можно более широкое интерпретационное поле проблемы, поскольку целевая аудитория издания – люди, обладающие навыками критического мышления, для которых мультидиалог – норма общения.

Еженедельник «Власть», адресованный более широкой аудитории, предлагает тот же принцип репрезентации новостей. Издание открывает рубрика «Вопрос недели». Используется форма, которую можно назвать аналитическим блиц-опросом. Число респондентов значительно больше – 10-12 человек, вводный абзац и ответы в два раза короче, чем в журнале «Деньги». Проблематику рубрики проясняет анализ вводного абзаца: заданный вектор всегда один – предлагается оценить действия власти. Используются три варианта. Первый – указываются конкретные мероприятия власти, даже если вопрос предлагает оценить события в спорте. Второй – упоминание о действиях власти формально отсутствует, но ньюсмейкер общеизвестен. Третий – делается прозрачный намек на последствия, к которым приводят действия правительства. Респондентами становятся известные полемикой между собой сторонники и оппоненты правящей власти, политики, руководители крупных общественных организаций или экспертных центров и 1-2 респондента – представители мира искусства или СМИ. Ответы тех и других по жанру – краткий комментарий, содержащий тезис и аргумент. Но аргументы первых основаны на политическом или экономическом анализе, аргументы вторых следуют из наблюдений социально-бытового плана, более эмоциональны. Журнал демонстрирует, что предоставляет право на информационное участие не только интеллектуальной элите.

Вопрос может касаться не актуальных, а давно прошедших событий. В этих случаях ответы-комментарии имеют усложненную структуру. Респонденты обычно переформулируют вопрос и комментируют не ситуацию, а закономерности общественно-исторического процесса. Выдвигаемый тезис содержит две-три идеи, они поочередно аргументируются. Повторяющаяся логизированная схема ответов демонстрирует работу журналистов, редактирующих полученные в ходе опроса материалы. Рядом с рубрикой «Вопрос недели» располагается еще один короткий блиц-опрос «Вопрос недели / 18 лет назад» (число прошедших лет меняется). Такое использование архива журнала свидетельствует о

задаче предложить аудитории осмыслить деятельность власти в контексте событий последнего двадцатилетия. Система вопросов демонстрирует намерение авторов артикулировать отсутствие у власти доверия и поддержки со стороны населения.

В рубрике «Эпицентр», открывающей массовый журнал «Огонек», используется несколько жанров. Основной, на полосу, материал может иметь три жанровые формы, имеющие признаки статьи, отчета или рецензии, но по структуре представляет собой реферат. Краткие суждения журналистов только обозначают аспекты и этапы анализа, все тезисы формулируются и обосновываются с помощью цитат из выступлений или научных работ авторитетных специалистов и ученых. Каждая цитата обозначает новый поворот в развитии главной концептуальной линии. Анализируются только явления, касающиеся повседневной жизни рядового человека, и исключительно в социально-этнографическом аспекте. Любой факт рассматривается как отражение национальных норм мышления и поведения в связи с исторической динамикой ценностей. Однозначных выводов не делается. Основной материал сопровождают три комментария (социолога, культуролога и специалиста, занятого в данной сфере) под общим названием «Брифинг» и представленные в виде диаграмм результаты двух опросов крупнейших социологических центров (ВЦИОМ, ФОМ) по теме максимально близкой к рассматриваемой в рубрике. Завершает обсуждение материал с названием «Экспертиза» – это развернутый комментарий авторитетного специалиста или эссе известного писателя. Организация рубрики в виде многопланового обсуждения выражает стремление редакции показать читателю путь к пониманию сути повседневных явлений.

Трансформация новостных жанров в трех журналах холдинга связана с единой коммуникативной задачей – превратить критическое осмысление происходящего в широком социокультурном контексте в норму, что должно стать основой социальной активности аудитории.

Литература

1. Дзялошинский, И. М. Современное медиапространство России / И. М. Дзялошинский. – М.: Аспект Пресс, 2015. – 312 с.
2. Рувинский, В. Новости останутся с плюсом / В. Рувинский // Деньги. – 2016. – № 1090. – С. 20–21.