ФОРМИРОВАНИЕ ЖАНРОВОЙ СТРУКТУРЫ ПЕЧАТНЫХ СМИ В КОНТЕКСТЕ АКТУАЛЬНЫХ ИНФОРМАЦИОННЫХ ЗАДАЧ

В. В. Коршук

Белорусский государственный университет,
ул. Кальварийская, 9, 220004, г. Минск, Республика Беларусь,
v.v.korshuk@gmail.com

В материале представлены данные контент-аналитического исследования, отражающие редакционные предпочтения в формировании жанровой структуры современных изданий. С учетом объективных условий превалирования в содержании общественно-политических СМИ информационных жанров обоснована необходимость разнообразия публикаций этой группы в контексте социально-экономического развития регионов.

Ключевые слова: жанровая структура СМИ; жанрово-тематический потенциал; областная пресса; районная пресса; городская пресса.

FORMATION OF THE GENRE STRUCTURE OF PRINT MEDIA IN THE CONTEXT OF URGENT INFORMATION TASKS

V. V. Korshuk

Belarusian State University,
9, Kalvariyskaya Str., 220004, Minsk, Republic of Belarus
Corresponding author: V. V. Korshuk (v.v.korshuk@gmail.com)

Data of the content-analytical research are presented in the material, which reflect editorial preferences in the formation of the genre structure of modern publications. Taking into account the objective conditions for the prevalence of information genres in the content of social and political media, the necessity of a variety of publications of this group in the context of the socio-economic development of regions is substantiated.

Key words: genre structure of mass media; genre and thematic potential; regional press; district press; city press.

В настоящее время значительное количество аналитических, художественно-публицистических материалов остается признаком качества изданий. Однако уменьшение их доли является и объективным процес-

сом. Рост доли информационных жанров в современных СМИ связан с повышением уровня образованности общества. Многие факты читатели могут сопоставить и оценить без помощи журналистов. В современных условиях важен аналитический подход при самом определении тематических приоритетов информационных публикаций, чтобы читатель мог получить полное представление о политической и социально-экономической ситуации в стране, у населения сформировалось мышление, необходимое для реализации государственных приоритетов развития, появилась мотивация к участию в данном процессе.

С целью рассмотрения того, насколько современная жанровая структура печатных издания позволяет в полной мере реализовать редакции актуальные информационные задачи, связанные с социально-экономическим развитием регионов, было проведено контент-аналитическое исследование более 6 627 публикаций 22 изданий. Предложенная Б. В. Стрельцовым классификация стала методологической основой при определении жанровой структуры изданий. В ходе работы выделены жанры информационной, аналитической и художественно-публицистической групп, остальная часть материалов – постановления, тексты документов и т. п., относящиеся к вопросам социально-экономического развития.

Контент-анализ печатных изданий показал, что процессы социально-экономического развития регионов действительно отражаются преимущественно посредством информационных жанров (69–89 %, таблица). Высокий процент обусловлен и количественным перевесом публикаций данной группы небольшого объема.

Таблица

Информационные жанры прессы
(данные за первое полугодие 2019 г.)

СМИ	Заметка	*Анонс	Репортаж	Зарисовка	Интервью	Отчет	Всего
Сельская газета	47 %	2 %	5 %	0 %	14 %	4 %	69 %
Витебские вести	65 %	1 %	7 %	1 %	7 %	9 %	88 %
Гомельская праўда	71 %	2 %	1 %	0 %	6 %	5 %	84 %
Гродзенская праўда	56 %	5 %	5 %	1 %	9 %	14 %	84 %
Заря	69 %	2 %	8 %	0 %	4 %	5 %	86 %
Мінская праўда	47 %	2 %	9 %	0 %	11 %	8 %	76 %

СМИ	Заметка	*Анонс	Репортаж	Зарисовка	Интервью	Отчет	Всего
Магілёўскія ведамасці	75 %	2 %	1 %	1 %	6 %	4 %	86 %
Лідская газета	59 %	3 %	4 %	3 %	13 %	8 %	86 %
Маладзечанская газета	60 %	1 %	3 %	0 %	6 %	6 %	76 %
Новы дзень	74 %	4 %	1 %	2 %	5 %	5 %	88 %
Аршанская газета	72 %	6 %	4 %	1 %	4 %	7 %	87 %
Веснік Глыбоччыны	56 %	4 %	7 %	2 %	9 %	9 %	84 %
Голас Касцюкоўшчыны	60 %	11 %	4 %	7 %	8 %	5 %	85 %
Крупскі веснік	68 %	8 %	4 %	0 %	4 %	3 %	78 %
Ляхавіцкі веснік	56 %	10 %	3 %	5 %	3 %	11 %	79 %
Праца	64 %	17 %	5 %	1 %	4 %	12 %	87 %
Хойніцкія навіны	67 %	8 %	3 %	4 %	5 %	11 %	89 %
Бабруйскае жыццё	49 %	6 %	10 %	0 %	10 %	7 %	75 %
Віцьбічы	61 %	7 %	4 %	0 %	3 %	11 %	80 %
Жодзінскія навіны	76 %	4 %	1 %	0 %	3 %	5 %	85 %
Наш край	57 %	10 %	3 %	0 %	9 %	6 %	75 %
Гомельские ведомости	66 %	7 %	4 %	1 %	8 %	10 %	89 %

Однако в целях обеспечения более качественного информирования СМИ важно придерживаться баланса не только в соотношении информационных материалов, аналитики, художественной публицистики, но и жанрового разнообразия внутри этих подгрупп. С помощью информационных жанров редакции оперативно рассказывают о событиях, предоставляют аудитории для размышления факты о социально-экономическом развитии города, района, области, сельской местности. Тем не менее, сосредотачиваясь на заметках и пренебрегая другими формами этой группы, назначением которых является «оперативно, точно и емко сообщать о новых фактах, событиях и явлениях действительности» [1, с. 83–84], редакции порой несколько упрощают эту реальность, избегают насущных проблем.

Вопрос разнообразия информационных жанров является принципиальным при формировании контента для отдельных изданий. Пре-

жде всего это относится к центральным СМИ. Так, в «Сельской газете» представлено множество интервью, где раскрываются успехи субъектов хозяйствования, показывается роль личности при этом. Также часто журналисты готовят репортажи, что отражает стремление редакции не просто констатировать факт, а раскрыть суть процессов социально-экономического развития. Практически все областные редакции активно работают в жанрах репортажа, интервью, отчета. Реже это делают журналисты газеты «Магілёўскія ведамасці» 1–6 % публикаций в данных жанрах (таблица).

Редакция «Лідскай газеты», находящаяся в крупном районном центре, активно работает в жанрах репортажа, интервью, зарисовки. Примечательно, что у других изданий данной категории («Маладзечанская газета», «Новы дзень», «Аршанская газета») больше ресурсов для повышения качества материалов, чем у редакций небольших районов (профессиональные кадры, значительное число информационных поводов) – 1–6 % (таблица). Например, «Веснік Глыбоччыны», «Голас Касцюкоўшчыны» превосходят по этому критерию данный сегмент изданий (таблица). Насыщенность этих газет репортажами, интервью, зарисовками отражает творческое стремление к эффективной коммуникации со своей аудиторией. Резервы для улучшения качества работы есть и у городских изданий. Газету «Бабруйскае жыццё» (одну из немногих) отличает жанровое разнообразие информационных публикаций (10 % репортажей, 10 % интервью). Интервью в значительной степени представлено в изданиях «Наш край», «Гомельские ведомости» (8 и 9 % соответственно, таблица).

Во многих печатных изданиях наблюдается тенденция к констатации фактов посредством заметок. У отдельных газет («Магілёўскія ведамасці», «Гомельская праўда», «Новы дзень», «Аршанская газета», «Жодзінская навіны») их доля составляет порядка 50 % (таблица). В данных СМИ часто встречаются блоки новостей, не представляющие особой актуальности. Многие информационные поводы для заметок могли бы перерасти в хороший репортаж, интервью. Так, заметка «Ведро вместо умывальника» о неудовлетворительном состоянии одного из сельхозпредприятий Буда-Кошелевского района, составлена по результатам мониторинга, проведенного представителями Гомельского облисполкома (ГомП, 30.03.2019). С учетом необходимости усиленной борьбы с бесхозяйственностью и налаживания деловых контактов со своим же учредителем, редакции стоило бы опубликовать на данную тему проблемную статью. А вот публикация «Беспорядок налицо» (АГ, 30.03.2019) – удачный пример того, как СМИ подвергает критике негативный опыт работы предприятий и организаций. В сотрудничестве с

контролирующими органами журналист направляется проверить ситуацию на объекте хозяйствования.

Многие редакции слишком активно анонсируют приемы граждан, прямые линии. Так, в газете «Праца» доля материалов в общем объеме доходит до 17 % (таблица). Задача таких публикаций – продемонстрировать открытость власти и готовность к диалогу. С другой стороны, издание больше становится посредником, чем реальным субъектом решения социально-экономических проблем.

Таким образом, прослеживается тенденция к констатации фактов посредством заметок, что чревато негативными последствиями с учетом небольшого числа поводов для интересных сообщений в местном масштабе. Редакциям районных и городских газет важно учитывать необходимость разнообразия информационных публикаций.

Современная пресса зачастую пренебрегает качеством информационных материалов и видовым разнообразием отдельных жанров. Так, репортаж отличает от отчета то, что автор стремится создать «эффект присутствия» читателя на месте события. Однако зачастую репортажи в рассматриваемых изданиях по формату изложения очень близки к отчетам. Динамика повествования передается недостаточно эффективно, событие описывается в прошедшем времени («Вясна–2019: усе – на генеральную ўборку!», ВГ, 03.04.2019).

С. М. Гуревич выделяет событийный (рассказывающий о каком-то событии) и познавательный репортаж (не связанный с каким-либо событием, выполняющий познавательную функцию) [2]. В региональных изданиях недостаточно материалов второго вида. Противопоставить данному опыту можно подход «Сельской газеты», которой свойственно тематическое разнообразие репортажей, читателям предлагаются качественные познавательные материалы в этом жанре («Всегда под напряжением», СГ, 19.01.2019; «Жим цели», СГ, 19.03.2019).

Значительное число интервью в изданиях обуславливается стремлением отразить опыт компетентного в конкретной отрасли специалиста, раскрыть характер успешного в какой-либо сфере человека. Тем не менее журналисты региональных редакций чаще избегают острых вопросов на социальные и экономические темы.

Самой распространенной разновидностью интервью в прессе выступает простой разговор с собеседником. «Роль интервьюера здесь сводится к умелому построению хода беседы» [3]. Часто издания обращаются к такому виду интервью, как монолог. Журналист остается здесь «за кадром», суть разговора передает связным рассказом интервьюируемого. К коллективному интервью большинство редакций обращаются заметно реже.

В отличие от многих изданий, в «Сельской газете» журналисты часто прибегают к опросу читателей, известных лиц, что обеспечивает плюрализм мнений (рубрики «Комментарии дня», «Слово – лауреатам» и др.). Важно отметить, что подготовка таких материалов не требует большого количества времени. «Сельская газета», «Віцьбічы» зачастую организовывают прямые линии с читателями, когда на вопросы отвечают компетентные собеседники.

Редко обращаются редакции и к такому виду интервью, как «круглые столы», когда несколько собеседников, компетентных в определенной теме, обсуждают актуальные вопросы. Такие примеры встречаются в издании «Гродзенская праўда» – «Бизнес. Курсом развития» (ГрП, 09.01.2019), в «Сельской газете» – «Помоги, не мешай и действуй» (СГ, 28.03.2019), «Наш край» – «Конкуренции быть!» (НК, 16.01.2019). Публикации данного формата требуют большой организационной подготовки, достаточно высокой квалификации журналистов. В условиях кадровых проблем для многих редакций это не всегда представляется возможным.

Нечастый на страницах изданий жанр зарисовки (как правило, 0–3 % публикаций). Отличительным признаком зарисовки является образность, поэтому иногда этот жанр относят и к художественно-публицистической группе [1]. Лишь в газетах «Голас Касцюкоўшчыны», «Ляхавіцкі веснік», «Хойніцкія навіны» значительное количество зарисовок (4–7 %, таблица).

Журналисты региональных газет часто обращаются к отчету, акцентируя внимание читателей на важных моментах различных встреч, конференций, совещаний (3–14 %, таблица). Сегодня неслучайно отдельные исследователи рассматривают отчет и как аналитический жанр журналистики [4]. А. А. Тертычный отмечает, что цель аналитического отчета – «показать взаимосвязь тех или иных суждений, оценок, выводов, предложений, содержащихся в речах выступавших, с реальными проблемами, ситуациями, процессами, существующими в данный момент в жизни города, района, страны» [4]. Изучая озвучиваемую на официальном мероприятии информацию, журналист действительно проделывает огромную работу, отбирая самые важные факты. Однако порой официально озвученный фактический материал представлен в виде неинформативного безэмоционального повествования с канцеляритами и языковыми штампами. Оценочность, выводы делают отчеты более информационно выразительными. В данном случае в качестве примера можно привести материал «Покой им только снится» (МП, 22.03.2019), где автор выражает свое мнение в отношении госслужащего: «Мне понравилось, как Казимир Брониславович задал тон не формальному, а

живому разговору по существу…» [5, с. 3]. Еще один яркий пример отчета «Проверка на деловитость» (МВ, 15.01.2019) о встрече председателя Могилевского облисполкома с руководством Осиповичского района: «Складывалось впечатление, что губернатор хотел четко уяснить, насколько руководство района понимает сложность выполнения тех задач, которые нынче стоят перед его экономикой и как представляет их выполнение» [6, с. 2]. Однако таких примеров в практике редакций не так много.

Таким образом, жанровая структура печатных изданий формируется в соответствии с современными тенденциями уменьшения доли аналитики и художественной публицистики. В прессе превалируют информационные публикации, с помощью которых СМИ демонстрируют достаточно успешную практику решения актуальных коммуникативных задач. Тем не менее в редакционной работе необходимо стремиться к разнообразию публикаций информационных жанров. В СМИ не хватает актуальных репортажей, интервью, отчетов, исчезает и некогда популярный жанр зарисовки. Кроме того, необходимо обратить внимание на уровень профессионально-творческого мастерства при работе над отчетами, репортажами, интервью, учитывая их потенциальный коммуникативный эффект.

Библиографические ссылки

1. *Стрельцов Б. В*. Основы публицистики. Жанры: учеб. пособие. Минск : Университетское, 1990. 240 с.
2. *Гуревич С. М.* Газета: вчера, сегодня, завтра: учеб. пособие. М., 2004 [Электронный ресурс]. URL: http://evartist.narod.ru/text10/01.htm (дата обращения: 15.04.2014).
3. *Тырыгина В. А.* Жанры в информационно-массовом дискурсе. М. : Прометей, 2007. 359 с.
4. *Тертычный А. А*. Жанры периодической печати: учеб. пособие. М. : Аспект Пресс, 2000. [Электронный ресурс] URL: http://evartist.narod.ru/text2/01.htm (дата обращения: 19.04.2015).
5. *Солонец Г.* Покой им только снится. Мін. праўда. 2019. 22 марта. С. 3.
6. *Кубека В*. Проверка на деловитость Магілёўскія ведамасці. 2019. 15 янв. С. 2.