

ГИБРИЗИДАЦИЯ КАК ФАКТОР РАСШИРЕНИЯ ПОНЯТИЯ ЖАНРА

А. А. Александрова

*Московский международный университет,
Ленинградский пр., 17, 125040, г. Москва, Россия,
aalexandrova@yandex.ru*

Сегодня особенно актуален вопрос осмысления системы жанров современных медиатекстов. Дигитализация и новая цифровая эпоха позволяют говорить о феномене диффузии жанровых форм и их конвергенции. Поиск новых форм подачи информации приводит к возникновению гибридных жанровых форм, многие из которых набирают популярность благодаря развитию технологий.

Ключевые слова: жанр; медиатекст; гибридизация; формат; технологии.

HYBRIDIZATION AS A FACTOR OF EXPANDING THE CONCEPT OF GENRE

A. A. Aleksandrova

*Moscow International University,
17, Leningradsky Av., 125040, Moscow, Russia
Corresponding author: A. A. Aleksandrova (aalexandrova@yandex.ru)*

Today, the question of understanding the system of genres of modern media texts is especially relevant. Digitalization and the new digital age allow us to talk about the phenomenon of diffusion of genre forms and their convergence. The search for new forms of presenting information leads to the emergence of hybrid genre forms, many of which are gaining popularity due to the development of technology.

Key words: genre; media text; hybridization; format; technology.

Жанры современных медиатекстов представляют собой стабильную систему. С одной стороны, она устойчива, с другой – подвижна, поскольку на нее влияют новые технологические разработки, аудиторные характеристики и способы репрезентации автора. Теперь СМИ функционируют на основе интеграции различных видов коммуникации, гибридизации форм и каналов передачи информации и смешения жанровых структур. Как справедливо замечает А. Н. Тепляшина, «жанр фиксирует сдвиги в духовной жизни общества и меняется вместе с ней» [1].

Сегодня динамика речепотребления влияет на постоянные изменения внутри жанровой системы, лишая ее признака устойчивости. По мнению современных медиаисследователей, ранние классификации не могут быть актуальными. Общеизвестной в настоящее время является мысль о том, что система медиатекстов чрезвычайно динамичная и изменчивая, рамки жанров становятся размытыми. Публикации в современных СМИ все чаще приобретают универсальные черты, что позволяет профессионально оформленному медиатексту функционировать в разных типах массовой коммуникации.

СМИ стремятся расширять репертуар, транслируя информацию разного типа – фактуальную, концептуальную, развлекательную. Обращение прессы к новым темам и жанрам подстегнуло журналистов создавать принципиально новые тексты, искать речевые эквиваленты, адекватно передающие новое содержание [2, с. 85].

В вопросе жанровой конвергенции необходимо затронуть важный аспект – смешение жанров и форматов репрезентации контента.

Прежде всего, стоит разделить понятия «формата» и «жанра». Формат – относительно новое понятие в отличие от традиционного, широко распространенного «жанра».

Жанр – «исторически сложившийся вид того или иного рода духовного творчества, обусловленный предметно-объективным многообразием действительности, многообразием потребностей общества и несущий в себе память о средствах, подходящий для отображения соответствующего предмета и удовлетворения соответствующей потребности» [3, с. 15]. В контексте данного определения традиционно выделяют шесть видов журналистского творчества: новостная, проблемно-аналитическая, очерковая, смеховая, культурно-просветительская и интерактивная журналистика.

Представляет интерес типология жанров медиатекста, предложенная Л. М. Майдановой и С. О. Калгановой, в основе которой лежит «технический прием» создания текста [4]. Так, различают пять групп медиатекстов: жанры, объединенные целью «констатации факта» (заметка, репортаж, информационная корреспонденция); жанры, объединенные целью «анализа факта» (статья, комментарий, расследование); жанры, объединенные целью «создания текста о тексте» (рецензия, радиоверсия журнала); жанры, объединенные целью «создание диалога» (интервью, ток-шоу, пресс-конференция); жанры, объединенные целью «создание образа предмета» (эссе, зарисовка, очерк, фельетон).

Приведенная выше классификация рассматривает медиатекст во всем многообразии форматов, однако не исчерпывает вопрос полностью. Одна из главных особенностей современного медиатекста – это постоянная диф-

фузия жанровых форм и их конвергенция. Так появляются новые интегрированные жанры – «инфотейнмент», «эдьютейнмет», «хисторитейнмент» и др.

В современной журналистике жанровая гибридизация заключается во взаимопроникновении разных жанрообразующих факторов в один медиатекст. Исходные формы текстов теперь применяются и в сочетании, что приводит к возникновению новых форматов.

В актуальной эпохе принято считать, что формат характеризует текст, прежде всего, с точки зрения внешних параметров: упаковки, способа распространения, дизайна и стоимости. «Формат – способ презентации продукта журналистской деятельности в тех его особенностях и характеристиках, которые ориентированы на коммерческий успех и определяются вкусами массовой аудитории» [5, с. 64]. Так, формат текста ориентирован на определенный жанр, но складывается, кроме этого, из разных способов «упаковки» с учетом потребностей аудитории, возможностей «продажи» формата и т. п.

На фоне конвергенции понятий жанра и формата появляются новые виды медиатекстов: статья-инфографика, пост в социальных сетях, пост в мессенджере и др. Подобное взаимопроникновение жанровых и форматных характеристик текста позволяет вносить элемент новизны, избавляться от клише, организовывать информацию в рамках новых черт аудиторного восприятия текста. Так, это позволяет поместить традиционную журналистскую идею в совершенно нетипичную «упаковку».

Т. В. Шмелева рассматривает новость как один из самых «чистых» жанров, несмотря на возможную оценочность и интенцию воздействия [6, с. 11]. Они в наименьшей степени отягощены субъективизмом ввиду отсутствия в них ярко окрашенных экспрессивных средств речевого воздействия на аудиторию из-за невозможности выразить авторскую позицию в мини-формате.

Новостные медиатексты имеют ряд особенностей. Они характеризуются антикреативностью (дефразеологизация), размытием четких границ стиля («инфотейнмент»), лингвистическим аскетизмом, наличием ссылок, фраз-связок, аббревиатур, «глагольности», топонимов, описательных предикатов. Так формируется новый тип медиатекста – мультимодальный новостной текст. Он всегда состоит из отдельных сообщений, каждое из которых раскрывается в той или иной мере. Зачастую для увеличения веса новостного медиатекста и усиления его влияния на аудиторию СМИ применяют прием повторяемости информации.

В новой реальности новостная журналистика претерпевает серьезные перемены, связанные с переходом медиатекста в интернет. Так, Артемий

Лебедев «упаковывает» традиционные новости в формат блога (<https://www.youtube.com/channel/UCsKiNBoIWLpIxU6vsAv3v3w>). Тут сохраняются жанровые характеристики новостной журналистики – точность, актуальность, достоверность. При этом платформа распространения и автор стремятся расширить жанр, выходя за его рамки – медиатекст становится авторским, дополняя и уточняя факт, звучащий в новости.

Новостной Телеграм-канал SHOT (t.me/shot_shot) так же меняет жанр новостей. Тут информация воспринимается сквозь призму авторства, «упаковки» контента, видеоматериалов и использования аудиторией «реакций» на посты.

Современное развитие технологий позволяет говорить о размывании и расширении понятия жанра журналистики. Все чаще текст складывается на основе типичных жанровых характеристик в новой «упаковке» контента, новых форматах медиатекстов и их коммерческом применении. Так, мы можем говорить о смешении жанра и формата и их взаимодействии внутри глобального медиатекста. Теперь необходимо не только информировать, но и развлекать, занимать читателя с помощью различных средств.

Библиографические ссылки

1. *Тепляшина А. Н.* Жанрообразование в современной журналистике [Электронный ресурс]. Сайт Алтайского госуниверситета. URL: https://jf.spbu.ru/upload/files/file_1396871580_6008.pdf (дата обращения: 10.12.2022).
2. *Сметанина С. И.* Медиа-текст в системе культуры. СПб., 2002. 176 с.
3. *Лазутина, Г. В., Распопова С. С.* Жанры журналистского творчества. М.: Аспект Пресс, 2012.
4. *Майданова Л. М., Калганова С. О.* Практическая стилистика жанров СМИ: уч. пос. Екатеринбург: Гуманитарный ун-т, 2006. 336 с.
5. *Магай И. П.* Материалы межкафедрального семинара «Динамика жанров и форматов» факультета журналистики МГУ им. М. В. Ломоносова [Электронный ресурс]. URL: <http://www.mediascope.ru/node/520> (дата обращения: 10.12.2022).
6. *Шмелева Т. В.* Современные медиатексты в лингвостилистическом аспекте. СПб., 2021. 120 с.