

ВИДОЗМІНИ ЖАНРОВИХ МОДЕЛЕЙ ДРУКОВАНИХ ЗМІ

У статті розглянуто жанрову структуру української преси на прикладі окремих видань, досліджено концепції проблем жанрової ідентифікації та трансформацій у сучасній жанрології та визначено перспективи розвитку цього процесу в мас-медійному просторі. Доведено, що причиною появи інновацій у жанроутворенні є не лише соціально-економічні та культурні аспекти розвитку суспільства, але й вагомі зміни в масовій свідомості.

Ключові слова: жанр, жанрологія, преса, трансформаційні процеси, інновація, ідентифікація, жанрова модель, коментар, репортаж, інфографіка.

I. Вступ

Актуальність дослідження полягає в тому, що сучасні реалії та процеси в суспільно-комунікаційному просторі відкрили для сучасної періодики багато можливостей, але разом з тим неминуче впливають на фундаментальні принципи та положення її формування та розвитку. Теорія жанрології, таким чином, стає одним з найактуальніших питань у науково-дискусійному аспекті.

Після подій Революції Гідності роль журналіста в формуванні демократичного ладу та громадянського суспільства збільшилася. Актуальними стали журналістські розслідування. Громадськість бажає правдивих новин, чесних репортажів та якісної аналітики, адже події в країні впливають на життя кожного.

Розглядаючи пресу як суспільну інституцію, можемо зазначити, що вона підвладна викликам часу. Тож концепція видозмін у жанровій палітрі органічно вписується в концепцію друкованих видань. Процеси розмежування та розширення жанрового спектру, що стосуються як форми так і змісту – одна з характерних рис сучасної періодики. Це пов'язано з бажанням редакції якомога ефективніше подати матеріали, донести до читача головну ідею публіцистичного твору й залишитися актуальними в мас-медійному просторі.

Визначальним терміном останніх років стає “редакційний маркетинг”, що означає точну орієнтацію преси на потреби читачів та покупців [2, с. 104]

Концепція трансформаційних змін у пресі передбачає наявність науково виваженого підґрунтя для перепідготовки журналістських кадрів відповідно до вимог та викликів часу: зміни соціально-економічного характеру, формування демократичних цінностей, пошуки оптимальних критеріїв підходу до можливостей сучасних засобів масової інформациі тощо.

Актуальність теми полягає й у тому, що видозміни жанрових моделей національних друкованих ЗМІ в кінцевому результаті впливають на суспільну свідомість, яка набула якісно нових витків розвитку після Революції Гідності.

II. Постановка завдання

Мета статті – проаналізувати процеси видозміни жанрових моделей у пресі на прикладі відомих українських видань: “День”, “Україна молода”, “Сьогодні”, “Країна”, “Український тиждень” та ін.

Для досягнення зазначеної мети окреслено такі завдання:

- проаналізувати науковий досвід вивчення жанрової системи друкованих ЗМІ;
- встановити зв'язок між об'єктивно-суб'єктивними параметрами жанротворчих процесів на прикладі української періодики;
- з'ясувати позитивні риси й тенденції, притаманні інноваційним процесам у просторі друкованих ЗМІ.

III. Результати

На емпіричному матеріалі проаналізовано видозміну жанрової системи національних друкованих ЗМІ в нових соціально-економічних умовах.

Встановлено, що практичні зміни в системі жанротворення української преси залежать як від об'єктивних чинників (розвиток суспільства, соціально-економічні зміни тощо), так і від саморозвитку окремих складових системи.

Виявлено принципово нові й удосконалені, покращені, тенденції розвитку жанрової системи в результаті зміни суспільної свідомості після Революції Гідності.

Вивченню видозміни жанрової палітри преси та трансформаційних процесів у жанрології багато уваги приділяли відомі науковці: М. Василенко, О. Глушко, В. Горохов, О. Гоян, В. Здоровега, В. Іванов, М. Кім, Г. Кривошея, Л. Кройчик, І. Михайлин, Д. Прилюк, І. Прокопенко, Є. Прохоров та ін.

Значну методологічну базу для дослідження знаходимо в працях В. Буряка, Г. Вартанова, А. Москаленка, В. Різуна, зарубіжних дослідників Т. Вулфа, З. Вайшенберга, Дж. Гола, Рене Дж. Каппона, М. Халлера, Е. Фіхтеліуса та інших учених-журналістикознавців.

Відповідно до довідника медіа та журналістики, укладеного німецькими вченими, жанрами є історично сформовані, сильно конвенціоналізовані форми журналістських текстів із різними функціями (інформування,

оцінка, розважання), а також спільними формальними, структурними та/або змістовними властивостями [10, с. 492].

На думку І. Михайлина, жанр – це певним чином окреслений зміст, що “відшукав” найбільш зручну форму для свого втілення; це змістовно-формальна єдність [7, с. 368].

Традиційно в теорії журналістики жанри поділяють на три види (інформаційні, аналітичні, художньо-публіцистичні). Цей поділ сформований за одним критерієм, а саме, способом, мірою освоєння жанром життєвого матеріалу [10, с. 144].

В. Шкловський, наприклад, прирівнює класичну систему жанрів у журналістиці до звичаєвого права в юриспруденції, виокремлюючи спільні ознаки [12, с. 27].

Наявність жанрової системи стандартизує та полегшує журналістські творчі пошуки, передбачає певні методи отримання інформації, звужуючи межі поля прийняття рішень. Але кардинальні зміни, що відбулись останнім часом у практичному підході до жанроутворення, стирають межі стабільних стандартизованих форматів. Журналістські твори все частіше піддаються процесам “симбіозу” чи “дифузії”, вони, ніби мандрують у межах системи жанрів у пошуках креативу та ефективності.

Враховуючи наукові здобутки таких вчених, як М. Кіма та М. Василенка, можемо виявити в цьому процесі жанрових видозмін закони спадковості та наступності [3, с. 9–10].

Аналітична група жанрів працювала на підтримку радянської ідеології. “Живий інтерес” до газети зберігався завдяки гостросюжетним матеріалам репортерів з різних кутків великої країни.

Група інформаційних жанрів тяжіє до аналітики. Цей процес відбувається і сьогодні.

Читацька аудиторія як і раніше бажає бачити класично структурований репортаж (“Що? Де? Коли?”). Але разом з тим вимагається подання оптимальних варіантів вирішення проблеми. Таким чином, читач трактує для себе не лише фактичну подію, але й отримує аналітичне бачення для роздумів. У журнально-газетному просторі мас-медіа можемо спостерігати класичну варіативність і її наслідок – появу репортажу-роздуму.

Класична теорія жанрології потребує негайних уточнень і доповнень у сфері інформаційних жанрів, оскільки репортаж інтерв’ю та інформаційні замітки розвиваються швидко й непрогнозовано.

Виникає питання: що ж тоді є класичним репортажем? Відповідь отримуємо в монографії І. Прокопенка. Залежно від збирання фактичного матеріалу, оригінальної стилістики матеріалу репортажного твору, класичним можна вважати особливий вид – художній репортаж, де вагому роль відіграють творчі навички та здібності журналіста [9, с. 67–70].

Такий репортаж є взірцем, мірою оригінальності для наслідування. На думку журналістикознавця М. Василенка, художній репортаж можемо зустріти на шпальтах вітчизняних щотижневиків “Літературна Україна”, “Культура і життя” тощо [3, с. 127–128].

У репортажах вищезгаданих видань використано пейзажні замальовки, особиста оцінка автора.

В громадсько-політичних виданнях сьогодні “День”, “Україна молода”, “Сьогодні” як варіант жанрових видозмін зустрічаємо такі елементи соціології як бліц-опитування тощо.

Подібне явище підтверджує факт частого й ефективного втручання суміжних наук у матеріали сучасних ЗМІ у період трансформаційних зрушень.

Стійкий інтерес читацької аудиторії можемо помітити й до матеріалів прогностичного репортажу, репортажу-застереження. Використання детально розроблених колажів робить подібні матеріали актуальними (“Фокус”, “Країна”).

Досить цікавим є факт перевтілення класичного репортажу в агітаційний під час передвиборчої кампанії в країні. Такий вид репортажу розвинувся від описового й обов’язково має містити в собі елементи аналізу, без якого матеріал не матиме відповідної сили переконання.

Політичний репортаж дає життя матеріалам з брифінгу політика чи дебатів опонентів у короткому інтерв’ю чи в репортажному тексті. Звичайно, він має місце бути, проте для сьогоднішнього розвитку масової свідомості, є один негативний момент – високий ступінь заангажованості подібних матеріалів.

Так, використання базових звичних форм та типів текстів дає змогу сконцентруватися на новому контенті.

Наприклад, колумністи, “Газета по-українськи”, “Сьогодні”, навівши на початку колонки один-єдиний інформаційний факт у формі замітки, коротко коментують його в подальшому тексті. Подібне поєднання замітки й коментаря у вигляді спеціальної газетної чи журнальної колонки, певною мірою сприяє емоційному засвоєнню матеріалу. Ефект підсилюється, якщо матеріал подається від публічної особи.

У такому випадку аудиторія визнає за підписом компетенцію автора, довіряючи свій час, і читає коментар саме тому, а не через розглянуту ним проблему.

“Менш суперечливий і ближчий до фактів коментар не втратив свого права на публікацію; він відіграє свою роль у протистоянні ідей, необхідних для функціонування демократії”, – зазначає французький вчений Ів Аньєс.

Варто зазначити, що як вид аналітичного жанру коментар дуже часто з’являється на сторінках української періодики.

Наприклад, у журналі “Український тижень” знаходимо поєднання аналітичного матеріалу та коментаря. На думку О. Надточій, такий симбіоз пояснюється частковим збігом завдань вищезазначених жанрів, а саме: розширенням контексту, в якому автор здійснює розгляд коментованої проблеми, що наближає коментар до аналітичної статті [8, с. 149].

Можна зазначити, що часте звертання до цього жанру чи приєднання його до інших пояснюється тим, що коментар більш живий (здаємо вплив соціальних мереж при цьому), особистий. Робота з ним більш варіативна, ніж, приміром, з інтерв'ю чи звітом. У кінцевому результаті, на сьогодні коментар – досить дієвий гнучкий інструмент у боротьбі за увагу читача.

Значущими для сучасних друкованих ЗМІ є фотоматеріали. На сьогодні каталізатором для прочитання матеріалу фотографія може послугувати в такій самій мірі, як вдало підібраний заголовок і, навпаки, невдало підібрані фотоматеріали можуть “вбити” навіть дуже хороший текст.

Інтернет і телебачення навчили людей “читати” ілюстрації краще за текст. Трансльована “смерть” і події з гарячих точок візуально сприймаються куди сильніше за слова.

Як говорить відомий газетний дизайнер Тимур Юсупов: “Сучасні новини вже давно перестали бути просто текстом. Розміщення матеріалу на смугі зовсім не гарантує, що читач зробить над собою зусилля і прочитає його від початку до кінця. Його треба зацікавити, зачепити: надати всі зручності для отримання інформації, красиво розповісти історію, створити правильне емоційне тло для сприйняття” [4].

Важливу роль ілюструванню матеріалу приділяють “День” та “Країна”.

Крім того характерною ознакою для сучасної преси є використання інфографіки при подання матеріалу як результат впливу тенденції в мас-медійному просторі до візуалізації інформації, посилення впливу якості дизайну на вибір читача в кінцевому результаті.

Так, Гейл Грін, керуючий редактор газети National Post (Канада), ще п'ять років тому писав: “Ілюстрації, дизайн – частина розповідання історій. Редактори та дизайнери працюють добре, коли разом думають про найкращу візуальну реалізацію проекту” [4].

Інфографіка – це інтегрована платформа, що об'єднує різні напрями діяльності. У вузькому розумінні, інфографіка є способом подання інформації, що надає можливість для інтеграції різних складових у єдине ціле, у широкому, – це принципово новий спосіб організації даних в умовах постійно мінливого інформаційного поля [11, с. 290].

Інфографіка – це особливий спосіб подання інформації: текст з'являється лише як “оздоблення” малюнка. Вона може бути прив'язана до статті, як і будь-яке інше зображення або бути засобом висвітлення

якоїсь окремої теми: тоді цей журналістський жанр вкладається в категорію суто інформації. Інформативне збагачення та значущість є первинними якостями, заради яких звертаються до інфографіки. Як і різні види статей вона може “розповідати” [1, с. 422].

У науковому просторі погляди на інфографіку неоднозначні: спір виникає в межах визначення самостійності чи належності її до інформаційних жанрів.

Незважаючи на відсутність єдиної думки щодо тлумачення терміна, розглядатимемо інфографіку як жанр самостійний.

Поєднання двох слів “інформація” та “графіка” призвело до появи у 80-х рр. ХХ ст. неологізму “інформаційна графіка”. Цей жанр виконує функцію покращення розуміння та спрощення сприйняття новин чи фактів, тенденції розвитку процесів тощо.

Проте в газеті “День” можемо виокремити й естетичну функцію інфографіки. Матеріали не тільки інформативно наповнені, але й виглядають привабливо та зрозуміло.

Важливим акцентом у наданні пріоритету цьому жанру Ів Аньєс вважає і підсилення довіри до видання; інформація подається як “наукова”, такою і сприймається [1, с. 423].

На сьогодні питання інфографіки потребує детального наукового обґрунтування, а сам феномен актуальності “графічної інформації” в системі жанроутворень періодики має посісти чільне місце.

IV. Висновки

Підводячи підсумки, констатуємо той факт, що нові реалії відкрили для сучасної преси багато можливостей, але разом з тим неминуче впливають на базові положення її формування та розвитку. Процеси видозмін в жанровій палітрі друкованих ЗМІ мають творчий та спадковий характер. Вони постійно розвиваються у відповідь викликам часу, змінам у суспільно-комунікаційному просторі, запитах думок громадськості. Вплив цих факторів “точково” діє на окремі компоненти системи в її саморозвитку.

Наукова новизна роботи полягає в тому, що авторка дослідила процеси видозмін жанрових моделей друкованих ЗМІ на прикладі періодики “День”, “Сьогодні”, “Український тижень”, “Фокус” тощо.

Авторка показала зв'язок між видозмінами жанрової стилістики та творчими пошуками окремих журналістів, редакційних колективів тощо.

Проте проблема наукового обґрунтування питання гальмується складністю свідомого регулювання перебігу жанрових трансформацій у сучасній періодиці.

Небажання допустити до хаотичного розвитку лежить в інтересах журналістів, редакторів, так і самих читачів у ситуації, коли, з одного боку, довіра громадськості виникає до традиційних елементів шпальти, з іншого

– постійно виникає потреба в креативності подачі матеріалу.

Прискіпливість наукового бачення і постійний моніторинг дасть змогу методологічно спостерігати за процесом і виокремити позитивні риси та корисні інновації для формування теоретичної бази та розширення можливостей періодичної преси на сучасному етапі.

Список використаної літератури

1. Аньєз І. Підручник із журналістики: Пишемо для газет / І. Аньєз. – Київ : Вид. дім "Києво-могилянська Академія", 2013. – 544 с.
2. Вайштенберг З. Журналістика та медіа : довідник / Зіґфрід Вайшенберг, Ганс Й. Кляйнштойбер, Бернгард Пьорксен ; пер. з нім. П. Демешко та К. Макєєв ; за заг. ред. В. Ф. Іванова, О. В. Волошенюк. – Київ : Центр Вільної Преси : Академія Української Преси, 2011. – 529 с.
3. Василенко М. К. Історичний репортаж, парадокси жанру, методика підготовки і написання / М. К. Василенко // Наукові записки Інституту журналістики. – 2001. – Т. 3.
4. Дубина Н. С. Составляющие хорошей газеты: дизайн, верстка, контент [Електронний ресурс] / Н. Дубина. – Режим доступу: <http://www.compuart.ru/article.aspx?id=24444&iid=1128>.
5. Ким М. Н. Жанры современной журналистики / М. Н. Ким. – Санкт-Петербург : Изд-во Михайлова В. А., 2004. – 329 с.
6. Копистянська Н. Х. Жанр, жанрова система у просторі літературознавства : монографія / Н. Х. Копистянська. – Львів : ПАІС, 2005. – 368 с.
7. Михайлин І. А. Основи журналістики : підручник / І. А. Михайлин. – 3-тє вид. – Львів, 2003. – 283 с.
8. Надточій О. Жанрова специфіка коментаря на сторінках журналу "Український тиждень" / О. Надточій // Радіо- та тележурналістика. – Київ, 2013. – № 12. – С. 148–153.
9. Прокопенко І. В. Репортаж в газеті / І. В. Прокопенко. – Київ : Вид-во КДУ, 1959. – 110 с.
10. Різун В. В. Нарис з історії та теорії українського журналістикознавства : монографія / В. В. Різун, Т. А. Трачук. – Київ, 2005. – 232 с.
11. Рябинина В. Интерактивная инфографика как способ социокультурной коммуникации в современном обществе / В. Рябинина // В мире научных открытий. – Красноярск, 2013. – № 11.6 (47). – С. 288–294.
12. Шкловский В. Тетива. О несходстве сходного / Виктор Шкловский. – Москва : Сов. писатель, 1970. – С. 337.

Стаття надійшла до редакції 29.10.2015.

Рыженко Л. М. Видоизменения жанровых моделей печатных СМИ

В статье рассмотрено жанровую структуру украинской прессы на примере отдельных изданий, исследованы концепции проблем жанровой идентификации и трансформаций в современной жанрологии и определены перспективы развития данного процесса в масс-медийном пространстве. Доказано, что причиной появления инноваций в жанрообразовании является не только социально-экономические и культурные аспекты развития общества, но и существенные изменения в массовом сознании.

Ключевые слова: жанр, жанрологии, пресса, трансформационные процессы, инновация, идентификация, жанровая модель, комментарий, репортаж, инфографика.

Ryzenko L. Modification of Print Media Genres

Genre modification of the Ukrainian print media is reviewed in the article. Issues of genre identity and genre transformation are explored, and development prospects are defined on the example of some publications. It is proved that the cause of innovation in the genres formation is not only socio-economic and cultural aspects of society, but also significant changes in the public consciousness. The dramatic changes that have occurred recently in the practical approach to the genre's formation erase the framework established formats. Journalistic materials began to be subjected to a process of "symbiosis", "diffusion", and so on.

Analyzing the Ukrainian periodicals relatively modern times, we can identify the following points: relevance combination of commentary and notes, the active use of infographics, quality collages, reportage-reflection materials, using elements of applied sciences, such as opinion-polls.

The modern periodicals should be creative, include journalistic high quality materials to perform its functions full extent. Social and economical changes, formation of democratic values ultimately influence the public consciousness that acquired a qualitatively new stage of development after the Revolution of Dignity.

Therefore to keep interest of the readership is more difficult, and this process required new tools. Creative editorial search is increasingly going beyond the genre theory.

This issue is actual both for editors, journalists, and for the theory of genres in general, and requires scientific justification.

Thus, the theme of modification of print media genres is relevant for the research and scientific debate.

Key words: genre, theory of genres, media, transformation processes, innovation, identification, genre model, commentary, reportage, infographics.