

УДК 8: 82-92

DOI: 10.26140/bgз3-2019-0803-0094

ЖАНРОВЫЕ ОСОБЕННОСТИ НАУЧНО-ПОПУЛЯРНЫХ ЖУРНАЛОВ В КОНТЕКСТЕ ИНФОРМАТИЗАЦИИ ОБЩЕСТВА

© 2019

Темникова Лина Борисовна, кандидат филологических наук, доцент,
завкафедрой иностранных языков №1

Соболева Елена Игоревна, кандидат филологических наук, доцент кафедры
иностраннных языков №1

*Кубанский государственный технологический университет
(350072, Россия, Краснодар, улица Московская, 2, e-mail: wissenswert@mail.ru)*

Аннотация. В статье авторы предприняли попытку рассмотрения вопроса перехода большей части печатных изданий в режим онлайн, включая научно-популярные журналы. Этот факт, несомненно, указывает нам на то, что большинство читателей предпочитает извлекать информацию при помощи цифровых технологий. Актуальность работы не вызывает сомнений, учитывая то, что медиа среда сегодня имеет определенную популярность. Цель, поставленная авторами статьи, достигнута путем рассмотрения современных жанров печатной продукции вообще и в научных журналах – в частности. В работе отмечены доминирующие, традиционные и популярные жанры. Авторы ссылались на труды ученых, изучающих жанры современной публицистики и жанры, функционирующие в интернет-среде. Было выяснено, что отличительной чертой текстов интернет-версий является их коммуникативная направленность на реципиента. В интернет-версиях широко используются тематические форумы, интерактивные комментарии к публикациям в форме диалога.

Ключевые слова и фразы: жанры, глобальная сеть, коммуникативное пространство, медиатекст.

GENRE FEATURES OF POPULAR SCIENTIFIC MAGAZINES IN THE CONTEXT OF SOCIETY'S INFORMATIZATION

© 2019

Temnikova Lina Borisovna, Candidate of Philological Sciences, associate professor,
Head of English Language Department №1

Soboleva Elena Igorevna, Candidate of Philological Sciences, associate professor
of English Language Department №1

*Kuban State Technological University
(350072 Russia, Krasnodar, Moscovskaya street, 2, e-mail: wissenswert@mail.ru)*

Abstract. In the article, the authors attempted to consider the issue of switching most print publications online, including popular science journals. This fact undoubtedly shows us that the majority of readers prefer to extract information using digital technologies. The relevance of the work is beyond doubt, given that the media environment today has a certain popularity. The goal set by the authors of the article was achieved by considering contemporary genres of printed materials in general and in scientific journals in particular. The work marked the dominant, traditional and popular genres. The authors referred to the works of scholars studying the genres of contemporary journalism and genres operating in the Internet environment. It was found that the distinctive feature of the texts of Internet versions is their communicative focus on the recipient. The Internet versions widely use thematic forums, interactive comments to publications in the form of a dialogue.

Keywords: genres, global network, communicative space, media text.

Постановка проблемы в общем виде и ее связь с важными научными и практическими задачами. Появление глобальной сети повлекло за собой переход большей части печатных изданий в режим онлайн. На сегодняшний день подавляющее большинство потребителей публикуемого контента предпочитают получать информацию из Интернета с помощью мобильных устройств (смартфона, планшета и т.д.). Будучи самым быстрым средством получения и обмена информацией, Интернет предлагает своим пользователям наиболее оперативную информацию в сочетании с обычно более неформальным стилем изложения, чем в традиционных СМИ. Интернет-СМИ являются отражением особенностей современных информационных технологий: их интерактивный характер предусматривает возможность самовыражения для продуцентов и реципиентов текстов, стирая пространственные и социальные границы между ними, смешивая функциональные стили и видоизменяя жанры.

Отличительными чертами интернет-журналистики являются гипертекстуальность, мультимедийность и интерактивность. В случае отказа от использования этих возможностей медийное издание не может производить продукт, который правомерно было бы назвать интернет-журналистикой, а останется по сути тем же досетевым СМИ, лишь формально размещающим текст, фото или видео в сети. Смена формы подачи материала не означает революции в типологии жанров, и интернет-журналистика восприняла традиционные для печатной журналистики жанры – информационный, аналитический и художественно-публицистический. Логично, что оперативная фиксация явлений и подготовка материала к публикации дополнительно стимулируется той высо-

кой скоростью передачи информации, которая характерна для современных цифровых технологий. Поэтому информационный жанр сохраняет лидирующие позиции в интернет-СМИ. Заметка, корреспонденция, интервью, репортаж, отчет сохраняют свое место среди информационных жанров интернет-журналистики, но приобретают новые формы и вступают в теснейшую связь с прочими жанрами, что обусловлено свойствами Интернета как единого гигантского гипертекста.

Вместе с тем еще в XX в. наметился процесс диффузии жанров вследствие усложнения отношений человека с окружающим миром, что нашло свое выражение в размывании жестких жанровых границ и переоценке жанровых ценностей. Представляется верным утверждение С.Г. Корконосенко о том, что предтечей унификации жанров стало глобальное расширение коммуникационного пространства вследствие развития новых информационных технологий, в частности, Интернета [5, с. 131]. Контакт с западноевропейской и американской журналистикой позволил российским СМИ перенять ряд наиболее продуктивных их черт, не потеряв при этом своей самобытности [там же].

Вслед за Колесниченко А.В. следует признать, что преобразование всей жанровой системы журналистских текстов, которое уже произошло под влиянием Интернета, трансформирует ее и в будущем, модифицируя старые жанры, порождая новые и создавая прецедент иной востребованности жанров в журналистской практике. При этом наблюдается лишь фрагментарное осмысление данных вопросов. В частности, отмечается, что в Интернете востребованы, прежде всего, оперативно написанные новости и мультимедийные репортажи

[6, с. 80]. Внимание исследователей обращено и на ре-
сайт как главный способ наполнения новостных сайтов
контентом [1, с. 100].

Доминирующими жанрами интернет-журналистики
являются новостные заметки. Это может объясняться
как тем, что почти все попавшие в выборку СМИ — но-
востные, так и технологией журналистской работы в он-
лайновой среде. Производство новостей легко ставится
на поток и требует минимальных усилий и незначи-
тельных затрат времени по сравнению с текстами других
жанров. Так, короткая новость, как правило, пишется
путем компилирования чужой информации, а при под-
готовке расширенной новостной заметки обычно добав-
ляются развернутые позиции сторон (это как дозвон
или списывания с участниками события, так и развер-
нутое цитирование пресс-релиза), пояснения экспертов
(медийные эксперты легко доступны для комментариев)
и статистический бэкграунд (информацию о похожих
событиях можно быстро найти через поиск в Яндекс.
Новости).

Востребованность колонок объясняется с одной
стороны тем, что этот жанр тоже относительно прост в
производстве, а с другой — тем, что современная чита-
тельская аудитория нуждается скорее не в получении
информации как таковой (мы наблюдаем сегодня ее
переизбыток), а в качественном ее анализе, интерпре-
тации и авторитетном авторском мнении. Колонки соз-
даются медиаперсонами на базе имеющихся знаний и
жизненного опыта, что обуславливает разнообразие их
внутренней формы. Оригинальность подачи материала
и кредит доверия колумниста у читателей могут прева-
лировать над глубиной исследования рассматриваемой
им темы. Колонки также хорошо удовлетворяют запрос
аудитории на объяснение происходящего и на выплеск
эмоций. Если же колонка написана знаменитостью, это
повышает внимание к тексту вне зависимости от прочих
характеристик материала.

Аналитическая статья оказалась самым популярным
среди «трудоемких» жанров, хотя и с относительно не-
большой долей в общем объеме исследованных матери-
алов.

Традиционные для печатной прессы жанры интер-
вью и репортаж востребованы в онлайн-среде слабо.
В случае с интервью это может быть связано с трудно-
стью этого жанра для восприятия. Спешащему и склон-
ному переключаться с одного материала на другой, со-
временному читателю онлайн-контента некогда следить
за развитием мысли собеседника, ему нужны ключевые
идеи и цитаты в удобоваримом виде. Репортаж, между
тем, предусматривает выезд на место события или по-
гружение в среду, то есть такой текст с точки зрения
онлайн-журналистики подготавливается очень
долго. Большинство же материалов создаются с опорой
исключительно на Интернет и телефон. Не исключено,
что урезавшие из-за кризиса бюджет редакции не име-
ют возможности часто отправлять корреспондентов на
репортажи и предпочитают занимать их подготовкой
новостей, которых за то же время можно написать зна-
чительно больше.

Впервые наиболее характерные жанрообразователь-
ные признаки были сформулированы в отечественной
литературе исследователем М.С. Черпаховым. Он по-
лагал, что имея свои задачи, средства, законы становле-
ния и развития форм, жанры публицистики невозможно
подвести ни под одно из определений жанров художе-
ственной литературы, живописи, музыки [10, с. 11-12].

Исследователь выдвигал свою точку зрения диффе-
ренциации жанров по следующим критериям:

- характер объекта отображения. Объект описания
определяет жанровую композицию. Например, в замет-
ке могут освещаться: открытие нового торгового центра,
прибытие в город известного политика или представи-
теля шоу-бизнеса, новинка в мире науки и техники и
т.д. Корреспонденция, репортаж, отчет, фельетон пове-

ствуют о непосредственных событиях, сопровождаемых
анализом и комментарием. Основу очерка и зарисовки
составляют образы.

- Конкретное назначение, своеобразие творческой за-
дачи, требующей конкретного разрешения. Конкретное
знание о способе изложения информации вкупе с пони-
манием своей творческой задачи позволяют автору лег-
ко принять решение в пользу того или иного жанра

- Жанрам свойственен определенный масштаб охва-
та действительности. Будучи текстом малой формы, за-
метка ориентируется на сообщении одного конкретного
факта, в то время как в корреспонденции содержится
уже совокупность нескольких фактов, как правило, в со-
четании с их анализом и выявлением закономерностей.
Статья же расширяет охват описываемой реальности до
рассмотрения причинно-следственных связей, объясне-
ния значимости протекающих процессов и является ос-
новой для порождения новых идей.

- Жанры дифференцируются по характеру литера-
турно-стилистических средств, по способам отражения
действительности (заметка отличается лаконичностью и
четкостью в изложении материала, в очерке присутст-
вует образность, фельетон характеризуется сатирическим
изложением, статья — публицистической научностью и
т.д.).

*Анализ последних исследований и публикаций, в кото-
рых рассматривались аспекты этой проблемы.* В интер-
нет-среде представлены и развиваются традиционные и
сетевые жанры (интернет-жанры). Изучением жанров
современной публицистики и жанров, функционирую-
щих в интернет-среде, занимаются многие ученые: Е.Н.
Вавилова, Е.И. Горошко, Е.А. Жигалина, Е.В. Какорина,
А.А. Калмыков, Л.Ф. Компанцева, Л.А. Коханова,
Л.Е. Кройчик, М.М. Лукина, О.В. Лутовинова, С.С.
Распопова, О.А. Сасенко, Г.Я. Солганик, А.А. Тертычный
и другие. Мы считаем нужным рассмотреть жанры, ко-
торые встречаются в медиасреде, выделить их из пуб-
лицистического стиля, который доминирует в интернет-
версиях периодических материалов.

Жанры определяют содержательную модель изда-
ния. Анализ медиатекстов предусматривает их иден-
тификацию с точки зрения функционально-жанровой
принадлежности. Несмотря на значительное разноо-
бразие стилистических различий между жанрами, а
также их трансформацию и диффузию жанровых гра-
ниц, они представляют собой систему, чья структура
обусловлена особенностями публицистического сти-
ля. Формирование интернет-жанров происходит под
влиянием коммуникации в виртуальном пространстве.
Интернет-дискурс представлен блогами, чатами, фо-
румами, анкетами, мессенджерами, комментариями.
Дистанционное общение является естественной средой
функционирования интернет-жанров, и виртуальное вза-
имодействие участников коммуникации осуществляется
в рамках их интересов, а также сфер их профессиональ-
ной деятельности (правовой, экономической, политиче-
ской, научной, религиозной, эстетической и др.). В отли-
чие от традиционных каналов массовой коммуникации,
интернет-сообщения могут быть адресованы отдельным
реципиентам с конкретными информационными по-
требностями. Коммуникативный фокус на реципиента
является характерной особенностью текстов интернет-
версий, а равноправие отправителя и получателя сооб-
щений, свойственное интернет-среде, позволяет широко
использовать в интернет-версиях тематические форумы
и интерактивные комментарии к публикациям в форме
диалога. «Интернет-версии становятся средой для осу-
ществления официальной и межличностной коммуни-
кации, средой бытования текстов массовой коммуникации
и межличностного общения» [7, с. 104-106].

Интернет-версии журналов могут содержать как
тексты печатного аналога, так и материалы, подготов-
ленные непосредственно для соответствующего сайта.
Обогащение содержания и жанровой палитры интернет-

версий достигается путем вовлечения потребителей контента в его создание и стимулирования активности читателей, а также за счет размещения ссылок на внешние источники. Тексты интернет-СМИ несут на себе отпечаток всех характерных особенностей Интернета. Их свойства определяются ключевыми параметрами типологии издания, его маркетинговой направленностью, предполагаемой целевой аудиторией, кругом поставленных редакцией задач. Претерпев изменения под влиянием гипертекстуальной среды, основу интернет-версий, тем не менее, составляют тексты-аналоги печатного издания с традиционными жанровыми характеристиками. Однако сетевые жанры, присутствующие в интернет-версиях, обладают не только свойствами традиционных досетевых жанров, но и особенностями жанров электронных СМИ. Среда Интернета содержит текстовые формы, способные функционировать только в ней, с присущими этой среде интерактивными, мультимедийными и гипертекстуальными характеристиками. Информеры, интерактивные анкеты, тесты, фото- и видео/аудио-галереи и прочие интернет-жанры являются специфическими текстовыми формами виртуального пространства.

Наиболее распространенными и востребованными видами текстов информационных жанров как ядра оригинального журналистского контента являются новостные жанры – информация (элемент «бегущей строки»), заметки, информационная корреспонденция, репортажи, брифинг-опрос и т. д. Их популярность обуславливается спецификой интернет-версий, средой Интернета – оперативностью в подаче материала, возможностью быстрого, практически мгновенного обновления информации. Новостной материал креолизован, интерактивен и гипертекстуален – дополняется фоторепортажем, видеороликом, имеет тематические ссылки, дает аудитории возможность проголосовать, оставить комментарии. Новостной материал на сайте охватывает значительный спектр текстов: это анонсы, краткие сообщения информационных агентств, сообщения собственных корреспондентов, RSS-потоки («лента новостей») о событиях в России и за рубежом, обычно размещенные в определенной хронологической и тематической последовательности. Жанр новости – лаконичный, концентрирующий внимание на факте – наиболее гармонично вплетается в логику гипертекста и является визитной карточкой первой страницы.

Тексты информационных жанров отличаются конретизацией, высокой степенью организации материала, тщательным выстраиванием межтекстовых связей. Структурирование текста достигается за счет текстовых блоков, а компьютерные технологии позволяют двигаться при восприятии текста от общего к частному и от частного к общему, если взять за отправную точку интересующий факт, лицо, событие. На «поверхности» страницы, в «ленте новостей», в архиве может быть представлен только заголовок или заголовочный комплекс, первый абзац. Последующее развертывание текста осуществляется в результате гипертекстовой организации.

Большинство новостных текстов в Интернете представляет собой обзор общественно-политической, деловой прессы, ориентируется на удобство зрительного восприятия, что достигается, в частности, за счет броских, привлекающих внимание заголовков новостных текстов. Отмечается распределение текстов по тематическим группам. Так, в интернет-версиях общероссийских газет «Известия», «Комсомольская правда», «Российская газета», «Труд», «Коммерсантъ», «Новые Известия» заметки посвящены событиям в обществе, политике, культуре, экономике, спорте. Об объеме и тематике информации, например, можно судить по заголовкам информационных заметок из рубрики «On-line» («Коммерсантъ»), обновляемых в режиме реального времени: «Microsoft удалила крупнейшую базу данных фотографий знаменитостей», «Козак: репутация России не пострадала из-за загрязнения нефти в «Дружбе»,

«Роскомнадзор обратился в Instagram из-за утечки данных», «ФАС возбудила дело против дилера Philips из-за цен на смартфоны». Главной особенностью новостного жанра является то, что текст состоит из заголовка (или заголовочного комплекса), содержащего основную, главную информацию сжатого повествования.

Анализ контента интернет-версий позволяет сделать вывод об усилении информационной функции новостного жанра. Основным критерием при отборе фактов является их актуальность, сенсационность, негативизм, драматизм.

Что касается особенностей жанровой структуры научно-популярных журналов, то их основу составляют колонки, проблемные и аналитические статьи и новости. Рассмотрим некоторые известные отечественные и зарубежные научно-популярные журналы.

«Вокруг света» начал выходить в свет в 1861 г. и является самым старым среди российских научно-популярных журналов с акцентом на страноведение. С 2001 г. журнал начал выходить в жанре массового иллюстрированного еженеделника. Он относится к трезвепериодике и освещает новые подходы к интерпретации известных исторических событий, публикует рассказы о судьбах знаменитых людей, размещает информацию о научных и географических открытиях и технических достижениях. Ядро журнала составляет страноведческая информация, публикации содержат аналитическую информацию, а большая часть материалов формируется из репортажей, подготовленных специально для журнала. Наиболее часто используемыми жанрами в журнале выступают колумнистика и интервью, а тематика статей лежит в сфере географии, биологии, этнографии, истории, культуры, медицины, астрономии, искусства и др. Популяризация наук и общекультурное развитие человека являются приоритетными задачами журнала на современном этапе. Помимо печатной версии с 2014 г. журнал начал выходить в виде электронного издания. На сегодняшний день его можно считать одним из наиболее успешных журнальных бизнес-проектов.

«Наука и жизнь» — российский и советский еженесячный научно-популярный иллюстрированный журнал широкого профиля. Журнал был основан в октябре 1934 года и в советское время обладал статусом крупнейшего научно-популярного издания с главной целью – популяризацией науки в обществе, однако реализация рекреационной функции изначально не предполагалась, и на старте журнал отличали академичность и ангажированность. В ходе изменений за счет смены руководства журнал стал обретать черты массового научно-популярного издания с широким охватом тем, интересных различным возрастным и профессиональным группам. На протяжении нескольких десятилетий журнал считался семейным в силу своей универсальности. Однако в постсоветское время актуальность семейного типа журнала была утрачена, а интерес к науке в обществе не только снизился, но и стал скорее потребительским. Тем не менее, журнал по-прежнему предлагает широкий диапазон материалов в области астрофизики, биологии, истории, химии, космонавтики, медицины и т.д. Журнал публикует не только научно-популярные статьи и новости научной и технической мысли, но и постоянно поддерживает такие рубрики, как «Дела домашние», «Ваше свободное время», «Советы домашнему мастеру», «Маленькие хитрости», «Лингвистические задачи», «Любителям фантастики» и многое другое. Постоянным разделом для школьников с 2007 г. является «Ума палата». Существуют печатная и онлайн версии журнала.

“New Scientist” — британский научно-популярный журнал, основанный в 1956 г. Особенностью публикационной политики этого еженеделного журнала является возможность размещения в нем статей, не прошедших рецензирование, что отличает его от, например, “Science” или “Nature”. Журнал публикует материалы о результатах новейших научных исследований, освеща-

ет новости научной мысли и размещает статьи и эссе на технические и философские темы. С 1996 года активно развивается и сайт журнала, на котором в популярной форме публикуются актуальные исследования в науке и технологии для массового читателя.

“BBC Focus” — ежемесячный британский научно-популярный журнал, размещающий материалы, посвященные технологиям будущего, открытиям в области природы и освоения космоса, результаты исследований в сфере биологии и медицины, информацию о событиях в мире техники и многое другое. Целевой аудиторией журнала в соответствии с современными тенденциями является массовый читатель, однако предлагаемые материалы могут представлять интерес и для специалистов.

На основании исследования содержания вышеперечисленных журналов, можно сделать вывод о том, что все они, относясь к научным изданиям, рассчитаны на широкую целевую аудиторию, имеют разнообразные рубрики, предлагают ссылки на социальные сети, обладают печатными и электронными версиями и развивают интернет-порталы, что является неотъемлемой частью издательского процесса научно-популярных текстов в век глобальной сети [9, с. 100]. Главным содержанием журналов являются статьи и новости. Наряду с ними довольно распространены материалы репортажей.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Амзин А.А. Новостная интернет-журналистика: учеб. пособие для вузов. М., 2011. 142 с.
2. Антонова В. В., Антонова В. И. Проблемы дифференциации жанровых форм медийных текстов в современной теории журналистики.
3. КиберЛенинка: <https://cyberleninka.ru/article/n/problemy-differentsiatsii-zhanrovyyh-form-mediynyh-tekstov-v-sovremennoy-teorii-zhurnalistiki>
4. Бахтин М.М. Эстетика словесного творчества. М., 1986. 445 с.
5. Колесниченко А.В. Востребованность жанров журналистских текстов в онлайн-СМИ. Вестник Московского университета Серия 10. Журналистика. <http://vestnik.journ.msu.ru/books/2018/1/vostrebovannost-zhanrov-zhurnalisticheskikh-tekstov-v-onlaynovykh-smi/>
6. Корконосенко С.Г. Основы творческой деятельности журналиста. СПб.: Знание, 2000. — 272с.
7. Лукина М.М., Фомичёва И.Д. СМИ в пространстве Интернета. М., 2005. 89 с.
8. Сергеев А.А. Газета и её читатели в эпоху Интернета: Монография. / Под ред. В.М.Березина. — М.: Институт повышения квалификации работников телевидения и радиовещания, 2012. — 150 с.
9. Тертычный А. А. Жанры периодической печати. - М.: Аспект Пресс, 2000. - 351 с.
10. Темникова Л.Б., Вандышева А.В. Жанровые системы в современном медиа и интернет-пространстве. Вестник Пятигорского государственного университета. 2018. № 1. С. 97-100.
11. Черпахов М. С. О приметах газетных жанров // Вестн. Моск. ун-та. Историко-филологическая серия. - 1959. - № 1. - С. 11-12.

Статья поступила в редакцию 09.07.2019

Статья принята к публикации 27.08.2019