

Типология газетных речевых жанров

ЛИЛИЯ Р. ДУСКАЕВА

(Пермь)

Актуальность рассмотрения типологии газетных жанров обусловлена необходимостью теоретического осмысления тех изменений, которые коснулись современной журналистской практики. Исследователями уже были отмечены такие изменения в ней, как усиление информативного начала, резкая активизация личностной тенденции, утверждение диалогичности как фундаментального качества газетной речи и вообще журналистского творчества, – все это в первую очередь отразилось на жанровой перестройке газеты (Кайда 1992; Какорина 1992; Кожина, Дускаева, 1993; Солганик 1996 и мн.др.). Правда, мнения ученых расходятся в оценке глубины этих преобразований. Если Г.Я. Солганик говорит лишь о некоторых изменениях старой системы (исчезновении одних и о формировании других жанров) (1996), то Л.Е.Кройчик более категоричен: «Вместе со старой системой организации СМИ рухнула и прежняя классификация жанров». И далее: «Прежняя классификация устарела – а что взамен?» (2000: 130). Тем самым актуальность постановки проблемы типологии газетных жанров совершенно очевидна.

Какие изменения в системе жанров отмечены исследователями? С газетных полос прежде всего исчезла передовая статья, поскольку присущие ей директивность, риторичность, лозунговость, менторский дидактизм становятся теперь неуместными. Значительно ослабляют свои позиции такие «сильно воздействующие» жанры, как очерк, фельетон. По замечанию Е.В. Какориной, вследствие общей тенденции к «снижению» стиля фельетонные правила построения текстов становятся справедливыми в отношении всех текстов (Какорина 1992). В

связи с повышением «статуса» отдельных голосов в журналистском общении широко распространяются жанры, в основе которых лежит диалог: беседа, экспресс-интервью, экспресс-опросы, эксклюзивные интервью. Активизация личностной тенденции отразилось в распространении таких жанров, как эссе, комментарий, прогноз, исповедь. Усиление информационной функции в газете способствовало распространению жанров журналистского расследования, версии, связанных со специфическими способами получения информации. В целом отмечается упразднение жанровых перегородок, происходит заметная эволюция системы жанров: одни жанры исчезают, появляются новые, некоторые трансформируются, взаимодействуют и синтезируются. «Жанр фиксирует сдвиги в духовной жизни общества и меняется вместе с ней. Это дает основания увидеть в жанрах и через жанры «движение времени» (Тепляшина 1997: 29)¹.

Справедливым представляется суждение А.Н.Тепляшиной о том, что две взаимосвязанные тенденции – активная эволюция жанров, с одной стороны, и свободная комбинация признаков различных жанров в одном произведении, с другой, создали предпосылки для построения новой теории жанров, т.е. учения, предполагающего необходимость изменения нормы в соответствии с постоянно обновляющейся практикой (там же: 30). «Современное состояние изучения функциональных стилей, в частности публицистического, настоятельно требует надежного лингвостилистического описания системы жанров, составляющих в совокупности публицистический стиль» (Дроняева 2000: 156). Поэтому одна из актуальных проблем стилистики современных СМИ – поиски разноплановых репродуктивных форм текстовой деятельности как образцов оптимального речевого взаимодействия в публицистических текстах. Не отказываясь от традиционной классификации журналистских жанров, используемой практиками, мы предлагаем посмотреть на жанровую специфику социального ориентирования, осуществляемого журналистикой, с

1 Ср.: М.М. Бахтин писал: «В каждую эпоху задают тон определенные жанры» (Бахтин 1979, 271). Д.С. Лихачев, обращая внимание на то, что жанр – категория историческая, утверждал: «Литературные жанры... постоянно меняются и сменяются. Дело не только в том, что одни жанры приходят на смену другим... дело еще в том, что *“меняются самые принципы выделения жанров, меняются типы и характер жанров, их функции в ту или иную эпоху”* (Лихачев 1986: 55).

другой стороны: обосновать принципы классификации газетных жанров в аспекте диалогической теории, рассмотреть типы и характер жанров, определяемые предложенными принципами.

Газетные жанры рассматриваются нами как нормативные формы духовной (воздействующе-коммуникативной) речевой деятельности. При таком, функционально-стилистическом понимании публицистики² самым общим критерием для выделения функциональных стилей становятся основные виды социальной духовной деятельности. Для функционально-стилистической классификации базовым фактором является «форма общественного сознания», соотносительная с соответствующей ей сферой деятельности и общения (Кожина 1968), что «позволяет наметить сущностный параметр типологизации макростилей» (Салимовский 2002). По Бахтину, «языковые, или функциональные, стили есть не что иное, как жанровые стили определенных *сфер человеческой деятельности и общения*» (Бахтин 2000: 254), следовательно, функциональный стиль задает и жанровое своеобразие, а именно общую установку использования языковых средств и способ речевой организации» (Солганик 1978: 7) для отдельных жанров. Поэтому дальнейшие классификационные подразделения речевых жанров В.А. Салимовский предлагает проводить на основе внутренней дифференциации видов духовной социокультурной деятельности с учетом ее разновидностей и целей. По мнению исследователя, основные виды духовной социокультурной деятельности, выступающие экстралингвистической основой соответствующих функциональных стилей, должны рассматриваться как иерархически организованные

2 Термины *публицистический стиль* и *публицистика* мы употребляем как синонимы. Ср.: «В основе различения понятий публицистический стиль – язык публицистики лежит узкое понимание стиля, при котором отношение названных единиц оказывается скорее количественным, чем качественным. Более широкая трактовка стиля, принимающая во внимание два типа показателей (интралингвистических и экстралингвистических. – Л.Д.), оказывается предпочтительнее, поскольку позволяет детально характеризовать языковые сущности и тем самым установить их сходство и отличия, а также специфическое в их составе» (Вешикова 1991: 24). Кроме того, публицистическими считаем как информационные, так и аналитические тексты. Ср.: «Давний спор – является ли публицистикой новостная информация – бессмыслен: любое сообщение, опубликованное в СМИ, рассчитанное на определенное восприятие аудиторией и несущее на себе печать личности автора, – публицистично» (Кройчик 2000: 141).

системы частных деятельностей и образующих их типовых действий, лежащих в основе групп речевых жанров и отдельных жанров (Салимовский 2002). Исследователь в своих выводах опирается на идею М.М. Бахтина о текстах как «идеологическом преломлении бытия», в которых объективируется идеологическое творчество, т.е. духовная социокультурная деятельность коммуникантов. Именно эта идея М.М. Бахтина является одним из методологических принципов функциональной стилистики, изучающей лингвистическое своеобразие социальных разновидностей речи, соотносительных с разными формами общественного сознания, а также – «идеологического» творчества (Кожина 1968; 1970; 1993).

Исходя из сказанного, система жанровых форм газетной публицистики выступает как материализация «иерархически организованной системы частных деятельностей и образующих их типовых действий» в политико-идеологической сфере общения. При этом каждая частная деятельность осуществляется тем или иным способом ради достижения какой-то коммуникативной цели. Если речевой жанр рассматривать как модель реализации коммуникативной целеустановки (Салимовский 2002), то типологию жанровых форм газетной публицистики закономерно представить как реализацию в данной сфере коммуникативных целей журналиста.

Какие же коммуникативные целеустановки являются типовыми в журналистике? Обеспечение функционирования журналистики как специфического социального института предполагает профессиональное осуществление комплекса различных видов деятельности, в основе выделения этих видов деятельности – разновидности выполняемых коммуникативных целей. Публицистический тип творчества направлен на выполнение в первую очередь политико-идеологических задач (Горохов 1975; Скуленко 1986; Политология, 1993; Прохоров 1998; Мисонжников 2000; Соловьев 2001 и мн. др.). Правоммерно при анализе функциональной природы публицистического типа творчества исходить из положения о том, что «журналистика и политика, представляя собой самостоятельные явления, оказываются связанными исторически и функционально» (Кутейников 1999: 6). Вполне обоснованно политико-идеологическая

деятельность рассматривается в функциональной стилистике в качестве экстралингвистической основы публицистического стиля³.

Отечественными психологами политическая деятельность трактуется как сбор, обработка и оценка информации, выработка управленческого, политического решения и его применение (Психология 1999: 547). Как видим, в этом ряду выделяются три этапа: а) сбор информации, б) её обработка для формирования мнения о собранных фактах действительности с целью в) обеспечения управленческого, политического решения и его применения. Причем особенностью прохождения этой деятельности является теснейшая взаимосвязь трех указанных этапов: каждый предшествующий входит в последующий, и последующий не может осуществляться без предыдущих (там же). Этап сбора и обработки информации уже включает оценку сообщений по степени их важности и «интересности» для читателя, но главное для этого этапа – получение сведений о мире. Однако более полная ценностно-познавательная конструкции о мире невозможна без следующего этапа, предполагающего оценочный анализ действительности, который осуществляется на основе сбора и обработки информации, т.е. на основе предыдущего этапа. Третий этап, выработки управленческого решения, уже включает в себя и сбор и обработку информации, и ее оценочное диагностирование. Понятно, что выработка управленческого решения состоится лишь при условии создания информационного поля ситуации и его оценки.

СМИ являются одним из каналов, по которому особым образом осуществляются все три стадии политических действий, результатом которых становится социальная ориентация аудитории, способствующая выработке у нее, с одной стороны, «умения разбираться в окружающей обстановке, понимать и оценивать социальные явления, выявлять их значимость для себя и влияние на протекающие процессы и, с другой стороны, в соответствии с этим определять свое к ним отношение, выработать цели и направления деятельности (Прохоров 1998: 51). Не случайно обычно говорят о двух направлениях в социальном ориентировании – журналисты, стремясь ориентировать в мире событий и людей, сначала собирают сведения об этих событиях и

3 Ср. также квалификацию публицистических текстов в зарубежной лингвистике как явлений политического дискурса.

людях, в них участвующих, и сообщают об этом аудитории, затем, оценивая и анализируя события и деятельность людей, «диагностируют» действительность. Осуществляя проблемный анализ и вырабатывая управленческие решения, они ориентируют аудиторию на действия в определенном направлении (Грушин 1979; Прохоров 1998).

Как первый (ориентирование в окружающей обстановке), так и второй (ориентирование на определенные действия) виды журналистской деятельности осуществляются через систему более частных коммуникативно-воздействующих установок.

Ориентирование в окружающей обстановке происходит благодаря репрезентации в журналистике диагностирующего этапа социального ориентирования, цель которого – «описание неповторимой, стихийной логики повседневности» (Соловьев 2001: 435). Ориентирование же на какие-либо действия происходит в результате репрезентации в журналистских публикациях его второго этапа. Каждый из названных этапов журналистского ориентирования представлен рядом стадий, которые реализуются в разных типах текстов, при этом тексты, эксплицирующие один и тот же фрагмент социального ориентирования, типологически сближаются тем, что они репрезентируют один и тот же способ достижения целеустановки, а следовательно, имеют общую логику её достижения. Тем самым объективация социального ориентирования в журналистике предстает в виде целостной системы жанрообразующих интенций. Под влиянием этой системы интенций формируется совокупность речевых жанров газетно-публицистического стиля, призванная осуществлять социальное ориентирование аудитории с целью стимулирования ее активности. Не случайно функциональный стиль понимается в функциональной стилистике как «определенный принцип, способ прохождения деятельности» (Гаузенблас 1967). Публицистический стиль сформировался как способ осуществления политической деятельности, которая в журналистике предстает рационализацией и описанием стихийной логики повседневности, т.е. через социальное ориентирование, осуществляемое с разных идеологических позиций.

Таким образом, каждое из направлений ориентирования эксплицируется в своих группах журналистских жанров: две первых группы – **информационные и оценочные (диагностирующие)** – ориентирующие в мире событий и людей. Данные жанры, призванные ответить на вопрос,

в каком обществе мы живем, и эксплицирующие первый блок социального ориентирования, способствуют созданию идеологической ценностно-познавательной конструкции (картины мира). Третья группа жанров, **императивные**, способствующие выработке определенного поведения у аудитории⁴, – эксплицируют процесс выработки управленческого решения, когда определяется система требований, выдвигаемых к различным политическим институтам и социальным силам и передаются представления о системе политических акций, ведущих к достижению поставленных целей. С помощью такой системы жанров и осуществляется деятельностное функционирование журналистики, которое, по мнению Б.А. Грушина, проявляется в двух ипостасях: отражающей (моделирующей, описывающей, фиксирующей) и управляющей (направленной на преобразование этой действительности) (1979: 3-5). Исходя из этого, три традиционно выделяемые в психологии общения функции последнего (осведомительная, оценочная и регулятивная) своеобразно преломляются в газетной публицистике: тексты с доминирующей осведомительной функцией фиксируют события и ситуации и сообщают о том, что происходит в действительности, тексты с доминирующей оценочной функцией квалифицируют проявления динамики и статики с целью выработки отношения к ним читателей, тексты с доминирующей регулятивной функцией способствуют ориентации читателей на действия.

Исследование газетных речевых жанров показало, что в разных классах текстов информационное, оценочное и побудительное начала проявляются в разной степени и с разной коммуникативной целью и неодинаковы по стилистико-речевым средствам. Если текст имеет цель – познакомить аудиторию с какими-либо фактами, ведущим становится мотив сообщения о новости, при этом два других компонента оказываются вспомогательными: оценочный компонент в жанровой целеустановке представлен стремлением к тому, чтобы

4 Данная классификация перекликается с классификацией жанров Т.В. Шмелевой (1997), в исследованиях которой выделены четыре группы жанров. В публицистике четвертая группа, этикетных жанров не востребована. Ср.: в семисоциопсихологическом исследовании материалов районной газеты М. Луаристин дифференцирует их на описательные, предписывающие и оценочные (Луаристин 1986).

соответствующий рассказ вызывал доверие читателя, волевой же компонент здесь выражен в незначительной степени и представлен стремлением вызвать у адресата интерес к сообщению. Если задача текста – передать не просто впечатление о случившемся, но дать ему свое объяснение, сформулировать мнение о нем, то соотношение компонентов в целеустановке изменяется: ведущим оказывается оценочный компонент; при этом в своей оценке журналист опирается на познавательный, от него отталкивается. Побуждение же здесь направлено на активизацию мыслительной деятельности у читателя, на изменение у него смыслового поля. В этом случае сообщение подчиняется логике передачи оценки, познавательный и волевой компоненты становятся вспомогательными и т.д. Чтобы воплотить в тексте в качестве основного поведенческий компонент целеустановки – призвать к гражданской активности в решении важной общественной проблемы, необходимо осуществить когнитивное (добиться понимания события, сформулировать проблему) и эмоционально-оценочное воздействие («заразить» читателя высокой степенью убежденности в правоте собственной позиции). Значит, логика представления всех дополнительных аспектов воздействия подчинена логике достижения основной цели. Следовательно, в целеустановке практически любого текста можно выделить один доминантный компонент и ряд вспомогательных, в данной статье газетные тексты разделены по доминантному компоненту целеустановки, и этот доминантный компонент дифференцирует жанры: в одних текстах доминирует цель – сообщить новость, в других – высказать свою оценку, в третьих – побудить к действиям. Этим обусловлено деление жанров на информирующие, оценочные и побудительные. Критерий выделения доминантности – стилистико-речевая системность.

Особенностью выделенных трех групп жанров является иерархия отношений между ними, отражающая иерархию целеустановок, реализующих цели и задачи газетно-публицистического функционального стиля: например, информационная функция из доминирующей в соответствующих (информационных) жанрах становится вспомогательной, «обслуживающей» в оценочных и побудительных жанрах. Действительно, для вынесения оценки и выражения побуждения необходима фактологическая база. Оценочная функция становится вспомогательной в побудительных жанрах, поскольку для

того чтобы ориентировать на выполнение тех или иных действий, необходимо квалифицировать факты и осмыслить их. «Подача» фактов в более сложных жанрах организуется по тем моделям, которые выработаны на этапе информирования. Но информационные модели преобразуются, поскольку дополняются иной, оценочной модальной рамкой. На третьем этапе, выработки побуждения, преобразуются уже оценочные жанры, дополняясь императивной модальной рамкой. Так по принципу «матрешки» выстраивается система жанров газетной публицистики. Это соответствует и особенностям политической деятельности, которую эксплицирует публицистический стиль.

При этом анализ авторской деятельности журналиста нельзя осуществлять в отрыве от анализа влияния фактора адресата на эту деятельность, поскольку именно им (фактором адресата) определяется формирование коммуникативных задач и процесс их решения. Иначе говоря, авторской интенцией задается специфическая для каждого жанра форма взаимодействия с предполагаемой жанровой гипотезой адресата. Поэтому другим классифицирующим параметром в нашей концепции выступает жанровая гипотеза адресата.

Учет когнитивной стороны гипотезы адресата информационных жанров приводит к необходимости для предвосхищения возможного недопонимания прояснять, уточнять отдельные позиции информирования. Отсюда – фактологичность, информативность, стандартизированность изложения. Большую роль для адекватного понимания играет акцентирование наиболее важных моментов содержания. Учет эмоционально-волевой стороны гипотезы адресата при информировании требует от журналиста устранять недоверие к сообщению, а значит усиливать достоверность, объективность изложения. Это, в частности, достигается речью от третьего, компетентного лица. Чрезвычайно важно заинтересовывать читателя сообщением важных подробностей, фактов. Как известно, «переживание интереса характеризуется чувством любопытства, желанием исследовать и познать объект» (Изард 2002: 182), а следовательно, способствует эффективности общения. Прагматическая адекватность газетных сообщений предполагает учет эмоционального опыта аудитории, поэтому информационные сообщения содержат и эмоциональные краски: иногда они бывают проникнуты эмоциональным тоном ощущений (отношением к качеству ощущения), в них

содержится эмоциональный отклик (оперативная эмоциональная реакция на текущие изменения действительности). Так протекает процесс осведомления в новостной журналистике. Разумеется, влияние параметров гипотезы адресата отражается и в двух других группах жанров.

Характер воздействия в оценочных жанрах предполагает особые качества в гипотезе адресата (или alter ego автора), основное в нем — способность не только к сомышлению, но и к сопереживанию. Следовательно, в адресате журналист рассчитывает встретить человека, способного менять отношение к тем или иным сторонам своей жизни, такой адресат необходим для выработки общего с адресатом мнения о ситуации. Мнение партнера по диалогу – читателя – дается в тексте предположительно. Журналист учитывает различие позиций по данному вопросу, существующее в общественном мнении и формирующее проблему, возможные возражения из-за несовпадения оценок, поэтому убеждает в правильности своей позиции, стремится вызвать доверие к себе, изменить сложившиеся стереотипы в сознании читателя, для этого автор как бы моделирует возможные вопросы о причинах, целях или механизме формирования ситуации и отвечает на них. Значит, диалогичность этих жанров направлена на то, чтобы побудить адресата включиться в активную мыслительную деятельность, вызвать сочувствие у реципиента, но эта особенность целеустановок определяет разнообразие проявления диалогичности во всех её формах, таких как адресованность, ответственность, рефлексивность авторского изложения и т.д. – иначе говоря, всех тех форм, которые требуются для достижения взаимопонимания между автором и читателем.

Адресат побудительных жанров двусторонний: с одной стороны, это массовая аудитория (или отдельный читатель), а с другой стороны, это социальные институты, призванные решать насущные проблемы. По степени воздействия эти жанры самые активные, публицистический накал в них особенно высок. Вызываемая журналистом когнитивная активность читателя в этих жанрах предполагает адекватное освещение проблемных ситуаций, информации о проблеме, анализа путей и способов решений. Отсюда – фактологичность и аналитичность изложения. Эмоционально-поведенческий аспект гипотезы адресата предполагает предупреждение возможного недоверия читателей к излагаемому, возможного равнодушия к восприятию проблем. Отсюда – повышенная эмоциональность, страстность, риторичность, предупреждающие, с одной

стороны, возможную пассивность компетентных социальных институтов, с другой стороны, равнодушие читателей. Для того чтобы вызвать сочувствие в читателе, часто изложение и в оценочно-аналитических, и в побудительных жанрах интимизируется.

Таким образом, жанровую стилистику газетной речи составляют способы предупреждения читательского сопротивления когнитивному и эмоционально-волевому воздействию, причем гипотеза «сопротивляющегося адресата» журналиста – это закономерность речевого воздействия именно в журналистском тексте. Чем это обусловлено? Прежде всего отличием от гипотез адресата других книжных стилей. Адресат журналистских публикаций обладает наибольшей степенью, так сказать, свободы выбора (в отличие, скажем, от адресата официально-делового стиля): аудитория вольна выбирать, покупать ей газету или не покупать, читать ей или не читать, принимать информацию к сведению или не принимать, стараться понимать текст или не понимать, соглашаться с высказываемой журналистом оценкой или не соглашаться, выполнять действия, к которым побуждается или не совершать. В отличие от адресата научного текста, образ которого, по словам Т.Г. Винокур, «однородный и адекватный адресующемуся», аудитория газет довольно разнородна по уровню образования, по особенностям восприятия и т.д. При этом журналист, безусловно, заинтересован в налаживании таких взаимоотношений с аудиторией, при которых потенциальная информация максимально полно будет принятой, а значит, затем станет реальной.

Для прагматической адекватности своих публикаций журналист вынужден осуществлять текстовую деятельность с учетом имеющейся у аудитории «свободы выбора» и с учетом ее разнородности, следовательно, именно преодолеть, предвосхищая все возможные возражения, преодолевая все коммуникативные помехи, предупреждая всякое «сопротивление», причем это активно акцентируется в текстовой ткани. Таким образом, «образ сопротивляющегося адресата» – это гипотеза не только полемически заостренного оценочного, но и даже информационного газетного материала.

Исходя из предлагаемой концепции диалогичности публицистической речи и ее экстралингвистических оснований, с учетом особенности типовых коммуникативных целей, выполняемых в публицистической сфере общения, система газетных жанров может

быть представлена тремя большими группами: информационными, оценочными и побудительными. Следовательно, журналист в процессе информационного воздействия осуществляет взаимодействие с адресатом по крайней мере по трем типам «сценариев». Эти сценарии аналогичны выделенным Н.Д. Арутюновой типам диалога – информационным, оценочным и прескриптивным (1999).

Дальнейшая дифференциация внутри групп на жанры, а затем на жанровые разновидности осуществляется на основе различий жанровых гипотез (моделей) адресата, которые определяют предметный аспект жанровой целеустановки. Первая группа жанров, направленных на отражение действительности, далее дифференцируется в зависимости от того, какой «участок» действительности предусматривается отразить в ответ на запрос читателя. Вторая группа – оценочные жанры – дифференцируется на основе того, какого рода оценки предполагается с адресатом согласовать. Последняя группа – императивные жанры – дифференцируется на основе того, какую активность в адресате предполагается вызвать жанровой моделью. Отметим сразу, что мы анализируем жанры, представленные в качественной газете, и не рассматриваем, например, гедонистические жанры.

Классификация газетных речевых жанров. Все жанры имеют бинарную композицию и дифференцируются под воздействием жанровой гипотезы об адресате, моделируемые вопросы которой определяют предметный аспект целеустановки. Первая группа жанров, информирующие, направленная на отражение действительности, далее делится на основе «содержательных ожиданий адресата», т.е. в зависимости от того, о ЧЕМ предполагается информировать. Вопрос о том, что является эмпирическими объектами журналистского дискурса, в научной литературе рассматривается по-разному: одни в качестве таких объектов называют различные ситуации жизни (Горохов 1975; Прохоров 1984), другие – события и персонажи (Чепкина 2000). Думается, что среду погружения журналиста в действительность составляет не только *статика* (а рассмотрение лишь ситуации в качестве эмпирического объекта затрагивает именно этот аспект), не только *динамика* (анализ событий затрагивает только эту сторону актуальной действительности), но и то и другое, поэтому мы эмпирическими объектами журналистики считаем как динамику, так и статику. Это

соответствует точке зрения А.А. Тертычного, который в качестве предмета отображения, кроме того, рассматривает *лица* (2000: 13-23)¹⁵.

Совершенно правомерно сообщения в СМИ представляют как удовлетворение запросов аудитории, которые формулируются в виде набора жанрообразующих вопросов: 1) какое событие и как, где, почему, с какой целью происходило и каков его результат? 2) что и как, где, почему сложилось? 3) кто действующие лица в событиях, каковы их действия, каковы их мнения и позиции, каковы они? В ответ на имплицитно (в монологах) и эксплицитно (в диалогах) выраженные вопросы адресата сообщаются новости (1) о событиях и происшествиях; 2) о сложившихся ситуациях и наблюдаемых явлениях; 3) о персонажах (их действиях, деятельности, мнениях, характеристиках). На основе перечисленных жанровых вопросов нами выделяются такие жанры, как «Ход события», «Причина события», «Результаты события» и т.д. (см. табл. ниже).

Вторая группа – оценочные жанры. Исходя из того, оценки ЧЕГО предполагается согласовать с адресатом, эта группа делится на две подгруппы: 1) оценивающие действительность; 2) оценивающие чужие мнения. В первой подгруппе выделяются жанры, направленные на оценку динамики происходящего и наблюдаемой статике. Динамика происходящего отражается в двух классах текстов: 1) оценка результатов динамики и их предполагаемых последствий; 2) оценка последовательности действий, совершающихся под влиянием тех или иных причин. Оценка наблюдаемой статике осуществляется тоже в двух классах текстов: 1) оценка свойств явлений; 2) оценка ситуации. Оценку чужих мнений воплощает один жанр. Таким образом, группу оценочных жанров в нашей классификации составляет следующий набор: «Оценка и прогноз общественных изменений», «Оценка последовательности и причин происходящих изменений», «Оценка явления», «Оценка ситуации», «Оценка чужих высказываний».

Третья группа жанров – побудительные – дифференцируется в зависимости от того, к КАКИМ ДЕЙСТВИЯМ побуждается адресат, какую активность у него предполагается вызвать. В модели выработки управленческого решения, созданной в трудах по психологии, теории управления, логике, политологии, выделяют несколько стадий:

5 В лингвистической семантике в качестве категорий, организующих сообщение, рассматриваются такие, как событие, процесс, состояние, факты (см., например: Арутюнова 1988).

определение цели действий, выбор способа решения, программирование, исполнение действий и его текущую корректировку – оценку (Афанасьев 1981; Берков 1997; Еникеев 1999 и др.). Процесс принятия и согласования решений в журналистике проходит через эти же стадии, каждая из которых становится основой для формирования жанровых целеустановок и жанровых моделей, таких как «Определение целей и задач общественной деятельности», «Предложение способов решения проблемы», и т.д. (см. Табл.). Подводя итоги, обобщим в таблице все сказанное о классификации газетных речевых жанров⁶.

Таблица

Группы жанров	Назначение
1. Информационные жанры	
Сообщение о динамике происходящего	«Ход события»; «Пространство события»; «Причины события»; «Последствия события»
Сообщение о наблюдаемой статике	«Разъяснение факта»; «Ситуация во взаимодействии сторон»; «Место развития ситуации»; «Причина ситуации»
об участниках общественной жизни	«Действия лица»; «Деятельность лица»; «Высказывание лица»; «Характеристика человека»
2. Оценочные жанры	

6 Все названия жанрам были даны по той доминирующей коммуникативной целеустановке взаимодействия автора и читателя, которая определяет формирование жанра, поэтому были предложены, например, такие названия, как «Ход событий», «Пространство действий», «Причины события» и т.д. Мы пошли по такому пути, опираясь на традицию, сложившуюся в лингвистическом жанроведении, где деление жанров осуществляется на основе ведущей коммуникативной целеустановки. Данная традиция устойчива, уже неоднократно апробирована. В частности, в отношении разговорной речи по иллокутивной цели выделяются жанры приветствия, благодарности, извинения, комплимента, совета, шутки и т.д. В результате проведенного нами исследования были выявлены типовые иллокутивные целеустановки, значимые для газетно-публицистического стиля, и на этой основе были даны названия выделенным речевым жанрам. В работе был сделан первый этап – жанры обнаружены, описаны. Думается, что, когда последующие исследовательские задачи потребуют корректировки названий описанных жанров, эта работа будет в дальнейшем осуществляться.

Группы жанров	Назначение
Оценка динамики	«Оценка и прогноз общественных изменений»; «Оценка последовательности общественных изменений»
Оценка статичности	«Оценка явления»; «Оценка состояния дел»
Оценка высказываний	«Оценка чужих высказываний»
3. Побудительные жанры	
Стимулирование практической активности	«Определение целей и задач общественной деятельности»; «Предложение способов решения проблемы»; «Обоснование программы действий»
Стимулирование выбора	«Побуждение к выбору варианта решения общественной проблемы»; «Побуждение к выбору варианта программы действий»
Стимулирование коррекции действий	«Побуждение к коррекции предпринятых действий»; «Побуждение к коррекции неверной модели управленческой деятельности»

Таким образом, нами предлагается трехчленная классификация жанров газетной публицистики на основе тех творческих целеустановок взаимодействия журналиста и адресата, которые формируются в процессе осуществляемого журналистикой социального ориентирования. Выделенные целеустановки выступают не изолированно, а взаимодействуют друг с другом и представляют систему, в которой реализуется социальное ориентирование в журналистике. Жанры газетной речи различаются структурными разновидностями, поскольку тот или иной авторский замысел реализуется в разных формах – монологической, диалогической, межтекстовой, где реплики циклов, организующих жанр, представлены по-разному. В жанре, монологическом по форме, основная часть циклов однокомпонентная, т.к. вторая реплика не эксплицируется, а лишь учитывается, подразумевается. В собственно диалогической структуре жанра разные реплики принадлежат разным лицам. В межтекстовом варианте жанра реплики циклов представлены отдельными текстами, но, объединенные целеустановкой, они, тем не менее, составляют жанровую целостность. Дифференциация газетных речевых жанров осуществляется на едином основании, по двум направлениям: «по вертикали», когда жанры делятся на группы, и по «горизонтали», когда

жанры делятся внутри групп. Каждый из выделенных нами вторичных жанров представлен большим числом разновидностей. Все исследователи в области лингвистического жанроведения отмечают отсутствие четких границ между жанрами (см., в частности, работы: Баранов 1993; Федосюк 1997; Шмелева 1997 и мн.др.), тем более это присуще журналистскому творчеству, характерной особенностью которого является переплетение стереотипного и творческого. Вследствие частой повторяемости коммуникативных действий в журналистике творческие находки быстро переходят в разряд стереотипных коммуникативных действий, в результате чего в этом стиле складывается очень сложная жанровая система.

Действительно, при реализации индивидуального авторского замысла образуются классы текстов, в которых наблюдается пересечение, наложение жанров или субжанровых циклов одной группы, такие жанровые модели называются гипержанрами. При пересечении разных жанровых групп происходит качественная перестройка жанров: вторичный жанр (например, информационный) входит в состав более сложного (например, оценочного), преобразуясь в нем. Например, для реализации более сложной целеустановки изменяется модальность жанра (из информационной она становится оценочной), жанровая схема обогащается аналитической рамкой. Вот почему различен объем жанровой модели: она может иметь статус целого текста, может, будучи субжанром, функционировать как часть гипержанра. Кроме того, жанровая схема может актуализироваться в макродиалогичности, когда реплики хотя бы одного из циклов развернуты в разных текстах; в непосредственной диалогичности, когда интерпретирует не журналист, а другое лицо, и, наконец, может быть передана во внутренней диалогичности, когда интерпретация осуществляется одним лицом – журналистом. Таким образом, хотя без жанровых стереотипов творчество тоже невозможно⁷, сама же творческая журналистская деятельность, конечно, гораздо богаче стереотипов.

7 Ср. с высказываниями М.М.Бахтина: «мы говорим только определенными речевыми жанрами» (1979, 257); «Если бы речевых жанров не существовало и мы не владели бы ими, если бы нам приходилось их создавать впервые в процессе речи, свободно и впервые строить каждое высказывание, речевое общение было бы невозможно» (1979, 258).

В статье была предложена классификация жанров газетной публицистики на основе тех типовых творческих целеустановок, которые формируются в процессе осуществляемого журналистикой⁸ социального ориентирования. Выделенные жанрообразующие целеустановки взаимодействуют друг с другом и представляют систему, в которой реализуется социальное ориентирование в журналистике. Причем каждая целеустановка корректируется жанровой гипотезой адресата и воплощается во взаимодействии с ней – в этом проявляется диалогическая природа жанровых моделей.

Каким образом соотносится представленная в статье типология с традиционной классификацией журналистских жанров? Представляется обоснованным утверждение, высказанное А.Н. Тепляшиной о том, что «классификации жанров могут быть разными, построенными на разных методологических основаниях» (1997). В статье и описана другая типология жанров, как возможный вариант их систематизации. Классификация позволяет увидеть жанрообразующую функцию диалогичности в журналистике. Жанровая система, построенная с учетом фундаментального качества журналистских текстов, более развернуто и системно представляет технологию построения журналистского текста во взаимодействии автора и адресата, она показывает, какими приемами и способами выстраивается указанное взаимодействие в разных жанрах.

Увязать предлагаемую в статье классификацию речевых жанров публицистики с относительно противоречивой, но естественно и давно сложившейся традиционной классификацией жанров-текстотипов не всегда возможно, поскольку наша типология построена на едином основании, традиционная же система жанров выстраивалась постепенно, по мере осознания каких-то значимых для журналистики тех или иных жанровых черт (в традиционной классификации в основу положены разные принципы). Выявленные нами жанры могут соотноситься с какими-то из традиционной системы (например, заметкой), а могут тексты, относящиеся к одному и тому же классу в традиционной классификации, например интервью, статьи, оказаться в нашей системе разными жанрами.

8 Более подробно об этом см.: *Диалогическая природа газетных речевых жанров*, Пермь 2004. – 276 с.

По мнению А.Н. Тепляшиной, увидеть журналистику как особый вид коммуникации позволяет лишь системный подход к анализу жанров. Именно такой подход был осуществлен в статье, благодаря этому журналистские тексты предстают как отражение особого вида коммуникации с присущими ему специфическими функциями, которые выполняются в устойчивых жанровых схемах. Думается, что описанная здесь типология открывает новые ракурсы видения журналистского текста, поскольку уточняет и обогащает представления о выражении традиционно выделяемых в журналистике жанров.

Литература

- Афанасьев В.Г., 1981, *Социальная информация и управление обществом*, Москва.
- Арутюнова Н.Д., 1999, *Язык и мир человека*, Москва
- Баранов А.Г., 1993, *Функционально-прагматическая концепция текста*, Р. н/ Д.
- Бахтин М.М., 2000, *Проблема речевых жанров. – Автор и герой. К философским основам гуманитарных наук*, СПб.
- Берков В.Ф., Яскевич Я.С., Павлюкевич В.И., 1997, *Логика*, Минск.
- Винокур Т.Г., 1980, *Закономерности функционирования языковых единиц*, Москва.
- Гайда Ст., 1986, *Проблемы жанра. – Функциональная стилистика: теория стилей и их языковая реализация*, Пермь.
- Гаузенблас К., 1967, *К уточнению понятия «стиль» и к вопросу об объеме стилистического исследования*, «Вопросы языкознания», № 5.
- Горохов В.М., 1975, *Закономерности публицистического творчества*, Москва.
- Грушин Б.А., 1979, *Эффективность массовой коммуникации: понятие и проблемы измерения*, Москва.
- Дроняева Т.С., 2000, *Констатация факта (семантика и прагматика информационного текста). – Публицистика и информация в современном обществе*, Москва.
- Еникеев М.И., 1999, *Общая и социальная психология*, Москва.
- Изард К.Э., 2002, *Психология эмоций*, СПб.
- Кайда Л.Г., 1992, *Авторская позиция в публицистике*. Дис...доктора филол. наук., Москва.
- Какорина Е.В., 1992, *Стилистические изменения в языке газеты новейшего времени (трансформация семантико-стилистической сочетаемости)*. – Дисс... канд. филол. наук, Москва.

- Кожина М.Н., Дускаева Л.Р., 1993, *Лингвостилистические изменения русской газеты последнего десятилетия*, "Stylistyka" II.
- Кожина М.Н., 1968, *К основаниям функциональной стилистики*, Пермь.
- Кожина М.Н., 1970, *Проблемы специфики и системности функциональных стилей речи*. – Автореф. д-ра филол. наук, Москва.
- Кожина М.Н., 1993, *Стилистика русского языка*, Москва.
- Кройчик Л.Е., 2000, *Система журналистских жанров – Основы творческой деятельности журналиста*, СПб.
- Кутейников А.Е., 1999, *Журналистика в системе политики*, СПб.
- Лазутина Г.В., 2000, *Журналистское познание мира. – Основы творческой деятельности журналиста*, СПб.
- Политология: Энциклопедический словарь*, 1993, Москва.
- Прохоров Е.П., 1998, *Введение в теорию журналистики*, Москва.
- Психология*, 1999, Москва.
- Мисонжников Б.Я., 2000, *Отражение действительности в тексте. – Основы творческой деятельности журналиста*, СПб.
- Салимовский В.А., 2002, *Жанры речи в функционально-стилистическом освещении (научный академический текст)*, Пермь.
- Солганик Г.Я., 1978, *Введение*. – Вакуров В.Н., Кохтев Н.Н., Солганик Г.Я. *Стилистика газетных жанров*, Москва.
- Солганик Г.Я., 1996, *Газетные тексты как отражение важнейших языковых процессов в современном обществе (1990-1994 гг.)*. – *Журналистика и культура русской речи*, Вып. I., Москва.
- Соловьев А.И., 2001, *Политология: Политическая теория, политическая технология*, Москва.
- Скуленко М.И., 1986, *Убеждающее воздействие публицистики*, Киев.
- Стюфляева М.И., 1982, *Образные ресурсы публицистики*, Москва.
- Тепляшина А.Н., 1997, *Методологические основы жанрообразования в масс медиа – Логос, общество, знак (к исследованию проблемы феноменологии дискурса)*, СПб.
- Тертычный А.А., 2000, *Жанры периодической печати*, Москва.
- Федосюк М.Ю., 1997, *Нерешенные вопросы теории речевых жанров*, "Вопросы языкознания", № 5.
- Шмелева Т.В., 1997, *Модель речевого жанра*, "Жанры речи", Саратов.
- Чепкина Э.В., 2000, *Русский журналистский дискурс*, Екатеринбург.

The Typology of Newspaper's Speech Genres

The paper deals with the genre typology of the publicistic functional style. The speech genres are interpreted as a three-part system reflecting the interaction of the semantic po-

sitions both of the writer and the addressee. For the first time there has been characterized the system of the reader's genre needs which are normally taken into consideration by a reporter when creating the text of this or that particular genre. As a result of the study into the problem it has been stated that various informational needs of the audience determine the compositional and thematic genres' peculiarities, as well as the communicative requirements and set the stylistic parameters of the patterns. In the paper there is proposed the solution of the disputable issued in linguistics concerning the primary and secondary genres and are revealed the regularities in the different genres' interactions.

Key words: *publicistic functional style, the speech genre, the typology of newspaper's speech genres, the principles of this typology, the communicative aim of the genre, the hypothesis about addressee of the genre.*

[e-mail: duskaeva@km.ru]