

2. Еженедельник «Красный город» [Электронный ресурс]. Режим доступа – <http://kragrad.ru>.

3. Мангейм Дж.Б., Рич Р.К. Политология: Методы исследования. – М.: «Весь мир», 1997. – 544 с.

4. «Марийская правда» [Электронный ресурс]. Режим доступа – <http://marpravda.ru>.

УДК 070

О.Н. Копытов,
доктор филологических наук, профессор
Дальневосточного федерального университета
г. Владивосток, Россия
© О.Н. Копытов

ФАКТ, ЖАНР, ФОРМАТ КАК ГЛАВНЫЕ ЭКСРАЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ ЭЛЕМЕНТЫ СОВРЕМЕННОГО МЕДИАТЕКСТА

Аннотация. Автор рассматривает категории факта, жанра и формата как взаимосвязанные понятия, касающиеся и отдельного журналистского произведения, и журналистики в целом. Комплекс этих категорий предлагается считать определяющим для функционирования медиатекста. Вводится понятие «функциональной рамки», состоящей из триады «факт-жанр-формат», только попав в которую и только удовлетворив ее сложным (а порой и противоречивым) требованиям, текст (с уровня заготовки, черновика, иносферного текста) становится именно медиатекстом. Автор считает, что самотождественные и самобытные внутренние категории медиатекста можно уточнить, взглянув на его внутреннее устройство через призму функциональной рамки «факт-жанр-формат». Кроме того, в статье прослеживается ряд нерешенных проблем, отдельно связанных с каждым из понятий. В некоторых случаях предлагаются пути для решения этих проблем.

Ключевые слова: факт, жанр, формат, медиатекст, функциональная рамка

Abstract. The author examines the categories of genre, fact, and format as the interconnected concepts related both to a separate work of art in journalism and journalism as a whole. A set of these categories is assumed to be considered as a determinant in mediatext functioning. A concept of

«functioning frame» is introduced consisting of «fact-genre-format» triad. Any text (from the level of a draft or «other-sphere» text) becomes mediate text only if it meets the requirements stated in this triad. The author assumes that original inner mediate text categories can be identified through functioning frame «fact-genre-format». Besides, a set of unsolved issues related to each component of the triad is examined. In some cases, keys to solve these issues are offered.

Keywords: fact, genre, format, functioning frame, mediate text.

Медiate текст стал изучаться совсем недавно – в 1990-х гг. [1, с. 6], но все-таки уже имеет традицию своего исследования. Эта традиция в том, чтобы рассматривать медiate текст не как «вещь в себе», а обязательно в контексте специфики, функций и проблем самой журналистики как особой культурной, социальной и политической сферы. «Специфика медiate текста определяется прежде всего внешними условиями его существования...» [1, с. 11]. Категоризация медiate текстов по типам СМИ ясна, поскольку на тривиальной поверхности. Есть медiate тексты от ТВ, от печатных СМИ и от радио. Интернет-СМИ сущностных отличий от первых типов не имеют, поскольку разные «комменты» и прочее выносим за скобки. Еще различают собственно журналистские медiate тексты, медiate тексты от пиар и от рекламы [1, с. 6–7].

Но категоризация, классификация медiate текстов, исходящая из журналистики как ремесла, не ясна, поскольку не выбраны главные феномены журналистики как профессии, по котором можно эксплицитировать главные категории внутренней структуры медiate текста. «Каковы критерии типологической классификации медiate текстов?» [2, с. 20].

У нас один критерий есть. Это триада **факт-жанр-формат**.

Если поискать какую-то вещь, которая в журналистике объединит три главных начала плана содержания – тему, материал, идею в области функционирования, «работы» внутренней структуры медiate текста, то ей окажется **факт**. Если поискать некую-то вещь, которая в современной журналистике объединит три главных начала плана выражения в области функционирования – композицию, язык и прием, то мы выйдем на уровень **жанра** как типизированной формы, а затем **формата** как условий и среды, в которых эти формы наполняются желаемым содержанием.

А если не забывать о единстве формы и содержания, с одной стороны, а с другой, не теоретической, посмотреть на сами примеры сегодняшнего функционирования медиа, то окажется, что вся триада «факт-жанр-формат» – главная и линия, и система функционирования медиатекста. Введем понятие **функциональная рамкамедиатекста**. И определим ее для начала предельно просто: в нее входят факт, жанр, формат. И добавим: именно функциональная рамка делает текст медиатекстом. Если развернуть на практику: только попав в функциональную рамку и только удовлетворив ее сложным (а порой и противоречивым) требованиям, текст с уровня заготовки, черновика, иносферного текста становится именно медиатекстом.

Позже, не здесь станем уточнять через призму этой рамки главные структуры медиатекста уже как собственно словесной ткани и вообще как филологического феномена. Это станет возможным сделать не только нам. Пока все дальнейшие рассуждения посвятим факту, жанру, формату как функциональной рамке.

О двух первых из двух составляющих нашей триады писалось в литературе по журналистике много [3]. В любом случае здесь уместно лишь обозначить наши подходы к дефинициям, признакам и классификациям и сосредоточиться на задаче описания функционирования явлений, терминами факт, жанр и форматобозначаемых.

Непреложная истина мировой журналистики: **факт** неприкосновенен, комментарий свободен. Однако эта истина до сего дня оставляет не до конца закрытыми множество вопросов: как отделить факты от мнений, что считать полностью проверенными фактами и как их проверять, какие факты важнее других для данной темы и проблемы, какой комментарий соответствует собранным фактам, а какой противоречит им. Факт это только объект журналистики или и цель тоже, и инструмент для каких-то обобщений, для каких, в каких именно жанрах? Есть ли факты в развлекательной журналистике? В конце концов, что такое факт и каковы его главные особенности – вопрос, до сего дня тоже не совсем тривиальный. На последний вопрос можно ответить академическим рассуждением. Например, академически развернуто артикулировать пропозицию «факт – это твердое знание журналиста о событии». А на все перечисленные предыдущие вопросы отвечает сам «модус операнди», способ действия современной журналистики: найти факт и поместить его в определенную форму жанра, которая бы отвечала условиям, условностям и иным требованиям формата.

Жанр определяется как «исторически сложившаяся модификация отображения реальной действительности, обладающая набором повторяющихся сходных содержательно-формальных признаков», и азбучной истиной в журналистском образовании стало то, что эти признаки называются «жанрообразующими факторами», основные – «**предмет отображения, целевая установка и метод отображения**» [4, с. 29]. Предмет, функция и способ в книгах по теории журналистики бесспорно считаются жанрообразующими признаками (иногда с синонимами «функция» = «цель», «способ» = «метод»).

В «Журналистском словаре» Э.П. Кессарийского статья «Жанр» продолжается так: «Предметом журналистского отображения может быть практически любое явление... Всегда ли жанр определяется предметом отображения? *Очерк и рецензия* практически всегда имеют одинаковый предмет отображения. Но этого нельзя сказать об очерке и информационной заметке. Предмет изображения у них может быть один и тот же... Предмет отображения как жанрообразующий фактор имеет значение лишь для некоторых жанровых образований, но отнюдь не для всех» [4].

Проф. МГУ Г.Я. Солганик пишет как о насущной о проблеме изучения системы жанров СМИ: «Последняя испытывает серьезные изменения. Исчезают некоторые традиционные жанры (передовая статья, фельетон – в том виде, в каком он существовал ранее). Наблюдается взаимопроникновение жанров. Система находится в развитии» [5, с. 23].

Есть ли выход в теоретическом осмыслении? Пока вспомним, что почти все исследователи, которые пишут о речевых жанрах, начинают свое рассуждение со ссылки на концепцию первичных и вторичных жанров М.М. Бахтина, который считается, помимо всего, основоположником отечественной жанристики. М.М. Бахтин различал простые (первичные) жанры, характерные для непосредственного общения; сложные (вторичные), выделяющиеся в рамках художественного, научного и других форм «культурного общения» [6]. Деление жанров на первичные и вторичные чуть ниже используем для наших целей.

Описать сегодня все журналистские жанры и даже подсчитать их в условиях динамики жанровой системы, появления новых, трансформации старых, креолизации, воздействия на жанры технического прогресса невозможно. Но сегодня уже и жанры – не конечная станция оформления содержательно-формального единства журналист-

ского произведения. Жанр помещен и в среду определенного **формата**. Который, с одной стороны, во многом предопределяет создание произведения, а с другой стороны, задает особенность именно этого жанра этого произведения, с третьей стороны, – в ряду жанров именно этого формата.

Что же такое формат, если не просто модное слово? Если сказать упрощенно, формат – это сама газета, журнал, СМИ-сайт, радио- или телепередача. Обязательно добавим, что есть и *формат «два»* – это несколько, чаще два, похожих по предмету, форме и по духу регулярных продуктов медиа. В 2015 г., например: ежедневные информационные программы «Вести» и «Время» телеканалов «Россия 1» и «Первого канала», «Литературная газета» и газета «Культура», новостные ленты «Мейл.ру» и «Яндекса» (то есть дайджесты с практически одинаковым принципом отбора первичных СМИ новостной ленты); радио «Ностальжи» и «Натали», и т. д.

А внутри передачи как формата, газеты или интернет-газеты как формата функционируют креолизованные, преобразенные, искаженные и т. д. традиционные жанры. Жанровая трансформация и дает большое количество жанровых «новаций». А вообще традиционных СМИ-жанров не так много. И, скорее всего, по сути они не меняются столетиями. Здесь можно сказать, по аналогии с теорией речевых жанров М.М. Бахтина, о «**первичных**» **СМИ-жанрах** (медиажанрах) и «**вторичных**» **СМИ-жанрах** (медиажанрах). Именно внутри среды формата первичные жанры дополняются, видоизменяются, преобразуются, скрещиваются, креализуются, искажаются (порой до неузнаваемости), и т. д. Так, фельетон и памфлет превращаются в жанр стёба и провокации, новость – в «расширенную заметку», аналитическая статья – в гибрид аналитической статьи, отчета и зарисовки, нередко – с включением цитат писем читателей, с присутствием «рамочных элементов» – врезов самоцитаций ключевых абзацев, где текст сопровождается изорядом в форме коллажа, фотографий, инфографики.

Как разновидностей, дериватов, вариантов, трансформаций и приращений «первичных», «вторичных» жанров сегодня может быть несколько сотен. Но, по сути, в журналистике сегодня используются 8–10 первичных (архаичных, канонических) жанров. Мы бы выделили 8: 1. **Новость** (заметка); 2. **Статья** (в большом разнообразии предметно-функциональных видов, здесь же корреспонденция как переходный жанр от заметки к статье); 3. **Репортаж** (и отчет); 4. **Ин-**

тервью; 5. Очерк (здесь же зарисовка); **6. Расследование** (в отличие от остальных, это не архаический, а относительно новый первичный жанр, возникший на стыке XIX и XX веков); **7. Обзор** (здесь же разного рода дайджесты, отзывы, отклики, рецензии и т. п.); **8. Фельетон** (памфлет, юмореска; и далее – огромный ряд их современных дериватов).

Особое место среди «первичных» медиажанров занимает интервью. Для того чтобы превратиться произведение, интервью может таковым и остаться, а может внутри формата быть преобразованным в монолог – в репортаж, статью, новость, во что угодно, но вначале журналист добывает информацию, что-то у кого-то спрашивая, даже тогда, когда он сам является свидетелем события.

Лексема «формат» в современном употреблении – частотная, но, при всей модности, как понятие оно размытое. «Формату» посвящен целый номер научного журнала [7]. Начало разговора о «формате» отмечает именно разбросанность употребления этого слова в журналистике. Первоначальное значение этого слова весьма конкретное – размер печатного листа: например: книга большого формата, формат А4. Сегодня же форматными/неформатными могут быть истории (сюжеты), темы, модели поведения и аксессуары к платьям и костюмам, речи политиков и способы проведения встреч, от саммитов до тривиальных алкогольных возлияний... Лексеме «формат» открываются поистине широкие горизонты. Г.Я. Солгник, пишущий о формате как медиатермине, делает вывод, что «можно предложить такое толкование: «Совокупность характеристик, признаков, определяющих соответствие норме, правилам какого-либо мероприятия, события, явления и т. п.» [7, с. 23]. Академическому исследователю, пишущему о СМИ, одному, без практиков, трудно и вряд ли вообще до конца возможно понять, а значит и сформулировать, что такое формат. Т.И. Сурикова опирается на практиков. «Претендуя на терминологичность и упорядочивающую, системообразующую роль в дискурсе СМИ, понятие не может долго сохранять <...> смысловую расплывчатость и неопределенность. И сейчас можно говорить о том, что начинается и процесс его специализации, конкретизации, отделения от <...> жанра, стиля, типа. В ряде контекстов оно уже употребляется в значении *стандарт СМИ, обусловленный их типом, каналом распространения, объемом и полиграфическим форматом или хронометражем, особенностями аудитории, периодичностью, редакционной политикой*. Список дефинирующих признаков можно

продолжить. Вот свидетельство одного из профессионалов-журналистов: *Мне близко определение формата как внутреннего стандарта СМИ, материализованного в оригинал-макете издания на основе правил, норм, традиций редакционной политики* [7, с. 27–28]. В понятие «формат» входят множество «мелочей», которые, однако, надо учитывать, например, сегодняшнее отношение, эмоцию конкретного губернатора к конкретному региональному СМИ. Или сегодняшний угол и градус молодежной моды на нонконформизм. То есть формат не может быть по своей природе рафинированным внутренним стандартом. Во-первых, он условно и ограниченно «внутренний» и зависит от аудитории, во-вторых, – он весьма условный – с текучими границами, «стандарт».

В триаде **факт-жанр-формат** определяющими структуру, качество и иллюкативный знак – политический, мировоззренческий, вообще «агитационный», то есть общественно мнение формирующий – публикации являются все три составляющие. Но **приоритет у формата**. От формата – редакционной политики, традиций редакции и ее этики, стандартов и трендов развития формы и других особенностей самого СМИ – будет зависеть, как именно будет болеть и на что вообще реагировать «социально-публицистический нерв» [8], в каком именно жанре, какие именно факты будут отбираться, от какого мировоззрения и какого автора (заказчика) исходить, какие оценки событий прозвучат, какую позицию будут доказывать как правильную. Можно собрать безупречные факты, структурировать их в рамках самого традиционного жанра, – всё с точки зрения единственного и неповторимого «провиденциального», судьбой данного журналисту-автору адресата, но не факт, что эти факты войдут в формат. Мало того, если согласимся с А.А. Волковым, вообще в эпоху массовой информации отдельного потребителя СМИ не существует, и групп, «алкающих только истины», среди адресатов СМИ не существует, каждый индивид (почти каждый, скажем от себя) встроен в массу. И СМИ на это заточены и говорят примерно об одном и том же, и примерно одинаково отбирают факты, и сообщают о них лишь с некоторой мировоззренческой и стилистической разницей (мы скажем: исходя из своего формата). И если все будут недостоверны, сообщая о каком-то событии или явлении, причем с точки зрения самого бытия неактуальном, но найдется одно СМИ или один автор, который скажет актуально и правду, то ему, в эпоху массмедиа, – никто не поверит, все (почти, скажем мы) сочтут недостоверным именно его

[9, с. 42–44]. Работу же на истину, а не на восприятие А.А. Волков называет информатикой, в отличие от массовой информации (правда, мы сомневаемся в продуктивности термина «информатика» в таком почти сакральном значении) [9, с. 42].

Итак, кроме собственно формата (одно СМИ), «формата точка два» (2–3 СМИ), есть и «интеграл-формат» (все СМИ).

В финале наших рассуждений вернемся к предмету, способу, функции, к вопросам что? как? для чего? Сегодня они уже не жанрообразующие (и тем более не жанроразличающие) признаки, а драйверы работы всей триады «факт-жанр-формат».

Система работает и линейно и системно-взаимовлияюще.

Факт отвечает за предмет, отвечает на вопрос **что?**

Факт – твердое (проверенное журналистом, лучше – из двух, а то и трех-четырех источников) знание о событии. Событие – либо кратковременный слом долговременных и устойчивых связей, ведущий к неустойчивости какой-то мини-системы, тот есть результату (футболист забил гол – факт, ведущий к напряжению в мини-системе, в матче; футболист не забил гол – не событие, а стало быть, не факт, поэтому спортивным комментаторам приходится очень долго не молчать ни о чем). Либо факт – это фрагмент какой-то базы данных, статистики, говорящей о сегодняшнем состоянии общества, например, ответ на вопрос, по какому виду преступлений в 2014-м году было 70% заседаний по уголовным делам N-ского краевого суда.

Журналист отбирает факт и «передает» его жанру. Жанр отвечает за способ, отвечает на вопрос **как?** Что делать с фактом, на какие уровни – простой констатации, комментария, сложного рассуждения, сильного или слабого воздействия определить, с каким эффектом самопрезентации – автора или целиком СМИ, еще на уровне интенции медиавысказывания и замысла публикации – решает жанр. Факты можно просто перечислить (новость), перечислить «оживленными» (новость с «фиче», «оживляжем», она же – «расширенная заметка»), перечислить по хронопунктам (хроника, от «исторической» до актуальной и «в режиме онлайн»), перечислить и прокомментировать (в стиле «точка зрения журналиста», «с комментарием эксперта», «дискуссия» и т. д.) – статья-комментарий с разными жанровыми эпитетами; просто «вынуть» из собеседника (информационное интервью), «вынуть» из собеседника с одновременным внешним и внутренним портретом собеседника и его комментарием актуальных общественных событий и явлений (телеинтервью с известной персоной, ток-

шоу). В очерке и фельетоне возможны даже факты-вымыслы. Это когда реальные события при отражении обобщаются до образа вообще и до гиперболы или литоты в частности (образ Артемия Троицкого в одной из передач одного музыкального радио: русский рок родился в 1970-х гг. в Питере, заехал в Москву, потом перебрался в Уфу, потом в Свердловск (Екатеринбург), потом – во Владивосток, потом в Магадан, если экстраполировать ситуацию – в XXI-м веке утонет в северной части вод Тихого океана...). Только достигнув формата, жанр, который до этого момента был всё ещё «вещью в себе», становится «вещью для всех». Превращается из академической абстракции в инструмент практики.

Формат решает, для чего освещается объект журналистского высказывания. Формат отвечает за функцию. Но он напрямую воздействует на жанр. Для этого у него предданные пространства жанров (жанр новости одного СМИ хоть в чем-то, но не похож на жанр новости на ту же тему и по тому же предмету освещения другого СМИ). За эти заданные форматом ограничения автор выйти не может.

Взаимовлияющие связи в системе «факт-жанр-формат» проходят по всем направлениям. И «снизу вверх» и «сверху вниз». Есть влияние формата на отбор фактов. С другой стороны, очевидности фактов – на умолчание о них формата или искажение их форматом (например, освещение западными СМИ «войны 08.08.08»). Или перевод форматом фактов из серьезных жанровых рамок в иронические. Существует влияние жанра на расширение формата. Пример – включение авторских программ как относительно автономных композиционных отступлений, в основном «Однако» М. Леонтьева, в тот или иной выпуск весьма традиционалистской программы «Время» («1-й канал»). Реже – но это в принципе возможно, существует влияние жанра на сужение формата, это когда более узкий жанр в силу обстоятельств более удобен, например, когда аналитическое вэб-издание (типа «Эксперт-онлайн») не успевает за бурным и многотемным новостным потоком (скажем, сентября 2014-го) своим тонким и многотрудным аналитическим инструментарием и дает только актуальный комментарий, прямой и узкий. Расширяют формат и не столько жанры, сколько «третичные», как правило, визуальные способы усиления или облегчения восприятия информации, или усиления воздействия, например, инфографика, коллаж, фрагменты художественных фильмов в новостных ТВ-передачах. И т. д.

Линия и система функционирования «факт-жанр-формат» в современной журналистике – как российской, так и мировой, – сложились не так давно. Пожалуй, в самом начале XXI века. Во всяком случае, термин «формат» в означенном смысле появился именно тогда. Тогда же заговорили о бурном росте медиажанров. На непреложность медиафакта сегодня теоретически никто не покушается. Но практика СМИ, когда, например, чудовищные факты многотысячных жертв мирного населения во время гражданской войны–2014 на Восточной Украине несколько месяцев замалчивались американскими и западноевропейскими СМИ, говорят о том, что сегодня факту мало быть актуальным самому по себе, ему необходима санкция выхода в свет. Формата. Но, скорее, чего-то выше.

Литература:

1. Социология журналистики / С.М. Виноградова, С.Г. Корконосенко и др. М., 2004.
2. Добросклонская Т.Г. Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ. М., 2008.
3. См., например, о факте в соответствующих разделах или сквозной темой: Ким М.Н. Технология создания журналистского произведения. СПб, 2001; Шишкин Н.Э. Введение в теорию журналистики. Тюмень, 2004; Социология журналистики / С.М. Виноградова, С.Г. Корконосенко и др. М., 2004; и т. д.; и о жанре: Тертычный А.А. Жанры периодической печати. М., 2000; Лукина М.М. Технология интервью. М., 2003; Смирнов В.В. Жанры радиожурналистики. М., 2002; Тепляшина А.Н. Сатирические жанры современной публицистики. СПб., 2000; и т. д.
4. Кессарийский Э.П. Журналистский словарь. Нижний Новгород, 2002.
5. Согланик Г.Я. Формат и жанр как термины // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. 2010. № 6.
6. Бахтин М.М. Проблема речевых жанров // Бахтин М.М. Собр. соч. М, 1996. Т.5: Работы 1940–1960 гг. С.159–206.
7. Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. 2010. № 6.
8. Новиков В.Свобода начинается с литературы // Новая газета. 16.10.2014.
9. Волков А.А. Курс русской риторики. М., 2001.