

УДК 070: 7.012 (078)

И.Ю. Мясников**КОММУНИКАТИВНОЕ МОДЕЛИРОВАНИЕ ПРЕССЫ:
ЖАНРОВАЯ СТРУКТУРА ИЗДАНИЯ
КАК КЛЮЧ К СТРУКТУРЕ ЕГО ДИСКУРСА¹**

В статье рассматривается специфика методики коммуникативного моделирования прессы в инструментарии современного медиаработчика, представляющего собой своего рода «режиссуру» издания и практику коммуникативно осмысленного управления содержанием и формой издания. В качестве одного из преимуществ методики выявляется возможность использования в интересах моделирования широко-го спектра коммуникационных теорий: дискурса, речевых жанров, речевых актов и т.д. Структура издания-объекта рассматривается как структура особого типа дискурса, эксплицированная на различных уровнях (тематика, композиция, графика) и в максимальной степени проявленная в жанровой структуре издания в силу когнитивной обоснованности жанровых форм. Жанровая структура издания, таким образом, представлена в качестве одного из важнейших объектов коммуникативного моделирования издания.

Ключевые слова: коммуникативное моделирование, структура дискурса издания.

Коммуникативное моделирование прессы: на пути к описанию языка газетного дизайна

Современная региональная пресса России представляет собой уникальный феномен, отражающий специфику современных социокультурных процессов на территории страны. С одной стороны, очевиден модернизационный характер изменений в практике региональной прессы. Как среда, важным свойством которой является функциональная пластичность, региональная пресса получает новые задачи и вызовы, связанные с новыми реалиями политической, экономической, культурной жизни региона.

С другой стороны, в наступающем десятилетии пресса перестает быть обязательным элементом социокультурной жизни, вытесненная новыми технологиями массмедиа. В этот период важно осмыслить роль и потенциальные возможности прессы региона, перспективно сформулировать ее миссию. Однако важной представляется и разработка методик модернизации самой прессы с тем, чтобы она могла найти свое место в меняющемся медиаландшафте будущего.

Одним из направлений, в котором разрабатываются такие методики, сегодня является моделирование прессы: технология разработки, апробации и внедрения устойчивых, многофункциональных моделей изданий, имеющих различных издателей, аудиторную направленность и цели.

Современное моделирование прессы представляет собой развитый и довольно многообразный инструментарий, доступный широкому кругу пользователей, в качестве которых могут выступать различные группы разработчиков изданий: от сотрудников информационных отделов корпораций, ответст-

¹ Работа выполнена в рамках проект проекта П-734 Федеральной целевой программы «Научные и научно-педагогические кадры инновационной России на 2009–2013 гг.».

венных за выпуск газеты предприятия, до отделов управления проектами крупных издательских структур. В этом инструментарии существует и коммуникативное моделирование прессы: группа практически-ориентированных методик разработки моделей периодических изданий, объединенных подходом к элементам модели в первую очередь как коммуникативно-значимым единицам. Иначе говоря, коммуникативное моделирование оперирует «языком» уровней газетного моделирования, в первую очередь газетного дизайна.

Среди разнообразных подходов, имеющих отношение к моделированию прессы, коммуникативное моделирование носит характер прикладной и интегративно-упрощающий (так, очевидно, например, что практика коммуникативного моделирования может упростить применение методики комплексного (многоуровневого) моделирования, не заменяя последнее, а выполняя роль вспомогательной надстройки, создавая основания для принятия решения на различных этапах проекта по разработке модели).

Вопрос «языка» дизайна перед современной теорией моделирования все еще является открытым. Несмотря на то, что коммуникативное функционирование средств газетного дизайна описано сегодня достаточно подробно (Дж. Эванс, М. Гарсиа, Р. Ризон, Д. Моэн, Р. Локвуд, И. Запатерра, К. Фрост, С. Уайт и др.), его применение в качестве коммуникативно эффективной знаковой системы (что, как правило, и рекомендуют исследователи в сфере газетного дизайна) является ежедневной практикой в редакции далеко не каждой современной российской газеты. Выбор и использование тех или иных дизайн-решений при моделировании издания чаще обусловлены иными факторами – от издательской традиции в лучшем случае до производственной инерции и случайного выбора в худшем. Вместо управления коммуникацией с читателем разработчики заняты созданием производственно-релевантных схем и шаблонов. «Режиссура» коммуникации забывается в пользу «архитектуры» издания. Именно этот дисбаланс и устраняет коммуникативное моделирование, являясь своего рода методологическим ключом к применению прочих приемов, принципов и методик моделирования.

Одним из плюсов коммуникативного моделирования изданий представляется возможность использования в интересах моделирования широкого спектра коммуникационных теорий (например, лингвистических, таких как теории речевых актов и речевых жанров языка). Так, применение этих теорий позволяет наряду с другими приемами моделирования использовать:

- 1) интенционное описание элементов в структуре издания;
- 2) описание жанрово-неопределенных элементов (таких, как, например, различные формы анонсов и навигационных элементов);
- 3) включение в описание разных по основанию выделения элементов, для которых вводится новое основание, например, коммуникативной роли: анонсы, цитаты, сайдбары, акценты, промо, различные типы врезок, комментарии и подписи к фотографиям и т.д.;
- 4) описание на единых основаниях вербальных, невербальных и поликодовых элементов, игры с кодами, такими как свободная замена текста на графику, типографику, фотографию в анонсе;

5) включение в модель таких важных для коммуникации характеристик, как стиль, манера, настроение, аллюзии и т.д.

Упомянутая выше «режиссура» издания есть именно коммуникативно осмысленная практика управления содержанием и формой издания (термин, впервые употребленный в отношении газетного моделирования Д. Георгиевым [1]).

Однако что является продуктом режиссуры? Модель, т.е. обобщающая будущий опыт издания конструкция или его конкретные номера, которые попадают в руки читателю? Очевидно, что в качестве результата действий проектировщика необходимо рассматривать и первое и второе. Однако если принципы того, как «режиссура» действует непосредственно на ход коммуникации, более или менее понятны (например, по аналогии с театром, кинематографом, шоу-режиссурой), то как «режиссировать» модель, протекание коммуникации в которой не наблюдается, а лишь предполагается (в модели коммуникация желаемая и даже планируема, но не действительна)? Эта двойственность вполне объяснима: с точки зрения коммуникативной лингвистики работа с дискурсом как с объектом предполагает обращение и к моделям коммуникации, и к ее непосредственному протеканию. Таким образом, коммуникативное моделирование вынуждает нас понимать конкретное издание как особый (специфический, локальный) тип дискурса.

Структура дискурса печатного издания: в поисках описательной модели

Каким же образом структурируется этот дискурс? В каких измерениях он обретает форму, какими единицами измеряется? Принимая во внимание объектность дискурса в коммуникативном моделировании прессы, можно сформулировать этот же вопрос так: работа с какими элементами позволяет нам целенаправленно менять характер этого дискурса?

Вопрос о структуре дискурса в отношении периодических изданий является весьма непростым. Рассматривая единицы дискурс-анализа, предлагаемые исследователями (Т.А. ван Дейк [2] и др., например, в достаточно обширном обобщении М.Л. Макарова [3]), можно отметить, что, несмотря на отсутствие четких представлений о границах этих единиц, на зыбкость самих их определений, все они оказываются применимы в первую очередь к дискурсу, который представляет собой линейную текстуальность, т.е. заданную инвариантную последовательность высказываний, что характерно и единственно правильно для устного дискурса или для тех типов письменного дискурса, в которых подразумевается линейный обмен сообщениями (например, частная или деловая переписка).

Такой подход неприменим к текстам СМИ, взятым в определенной совокупности, так как на самом деле невозможно определить, в какой именно последовательности производятся и воспринимаются сообщения, содержащиеся в периодическом издании. Эта неопределенность позволяет сделать один из двух взаимоисключающих выводов. Либо сообщения в тексте печатного СМИ находятся вне последовательности, а значит, и вне определенной структуры, либо последовательность сообщений и их взаимоотношения

определяются имплицитными категориями, не в той степени и не в том качестве, что в ином, линейном дискурсе.

Первый вывод означает признание энтропичности текста печатного издания, относительности любых структурных категорий, применяемых к тексту печатного СМИ; второй вывод предполагает поиск определенных представлений о структуре дискурса, которая будет определяться отлично от структур линейного дискурса. Изучение практики моделирования, а также корпуса работ по теории моделирования прессы позволяет признать за дискурсом периодического издания многомерную структурность, т.е. прийти ко второму выводу.

Отличие дискурса печатного издания (возможно, относящееся и к другим видам массовой коммуникации) от линейных дискурсов представляется принципиальным. Именно поэтому вопрос о формах реализации типа дискурса как вопрос о его специфике и рамках возможностей представляется ключевым в описании этого типа дискурса. Задача исследования дискурса периодического издания обособлена тем, что в издательской практике, специфику которой приходится учитывать при исследовании подобного рода, действуют сложившиеся правила и принципы структурирования, вытекающие из различных установок издателя – маркетинговых, производственных, творческих и т.д. Практически любое издание имеет скрытую или эксплицированную структуру, которая может соответствовать, не соответствовать структуре дискурса или находиться в регулятивных отношениях.

Одним из направлений издательской теории, рассматривающей структурность издания как его характерную черту, является моделирование периодических изданий. С точки зрения изучения типичного в дискурсе печатного издания, общих принципов образования целого издания интерес вызывают именно закономерности структурообразования, открывающие природу и специфику структуры издания.

Представление о структурности является необходимым для любого моделирования или конструирования. Создание модели издания предполагает появление концептуальной конструкции, свободного от любого рода варьируемого от номера к номеру издания наполнения, содержащего только устойчивые внутренние связи и наименования типов элементов. Иными словами, модель издания эксплицирует структуру издания, которая в той или иной степени присутствует в каждом номере издания, сохраняя стабильность и стабильно организуя дискурс издания.

Исследователи выделяют четыре основных свойства структуры издания, содержащих как институциональные, так и сущностные характеристики этой категории.

1. Тематическая стабильность. Структура издания отражает определенное количественное и качественное постоянство в тематической принадлежности текстов, содержащихся внутри издания. Это позволяет предположить, что в коммуникации активную роль играет относительно постоянный набор широких фреймов сознания читателя. Таким образом, тематическая структура издания оказывается некоторым образом связана с фреймовой организацией сознания, однако эта связь вряд ли может считаться принципиальной.

2. Стабильность использования графических средств. Структура издания эксплицируется не только на уровне модели, в которой различные структурные элементы имеют обозначение, но и на уровне ее визуализации в каждом номере издания. Гипотетически эта визуализация имеет значение более глубокое, нежели маркированность содержательных различий, однако на данном этапе важной является констатация наличия еще и визуальной структуры.

3. Индивидуальность композиции и графики каждой отдельной газеты. Это утверждение дает почву для следующего допущения: насколько индивидуальность и стабильность структуры может обозначать единство типа дискурса, настолько справедливо, что издания различных названий представляют собой различные типы дискурсов, эпизодических по отношению к дискурсу периодики в целом. Таким образом, неминуем исследовательский переход от изучения типа дискурса периодического издания к типу дискурса каждого издания, обладающего индивидуальной структурой.

4. Отражение в структуре особенности типа изданий, к которому относится данное издание. С точки зрения исследования дискурса это весьма важное свойство структурности изданий. Е.И. Корнилов, а вслед за ним и целый ряд других исследователей, утверждают, что структура обусловлена метахарактеристикой издания – его типом.

По мнению Е.И. Корнилова, исторический тип издания предусматривает три типоформирующих фактора, соответствующих родовым элементам журналистики – издателю, целевому назначению (функции издания), аудитории (группе) [4]. Каждый тип издания задает определенные «черты типа». К ним Е.И. Корнилов относит особенности содержания, сферу отражаемой действительности, программу издания, авторский состав, отделы и рубрики (внутреннюю структуру), жанры, периодичность, объем, тираж, оформление» [4. С. 17].

Современная типология изданий отличается динамичностью – но в рамках, обладающих чертами исторической закреплённости различных типов и социальной функциональностью. Анализируя основные типоформирующие факторы, можно обнаружить в них и черты факторов дискурсообразующих – прежде всего, это ориентация на участников коммуникации и целевые параметры².

Отчасти функцию описания дискурса несет и вербализация структуры – как в силу весьма очевидных параллелей со структурностью дискурса, так и в силу самого представления о вербализованной структуре как о составной части модели. «Моделирование любого объекта есть не что иное, как фиксация того или иного уровня познания этого объекта, позволяющая описывать не только его строение, но и предсказывать (с той или иной степенью приближения) его поведение» [5. С. 11].

Моделирование периодических изданий, исторически начавшееся с рассмотрения вопроса о постоянстве внешней формы издания, в настоящий мо-

² Эта взаимосвязь «тип – структура – дискурс» вряд ли является случайной, однако автоматически принимать ее за прямую взаимоозначаемость довольно опасно. Так, при описании типа, как правило, называются не реальные коммуниканты, а, скорее, инициаторы коммуникации, что, естественно, связано, с чертами дискурса, но не описывает его.

мент рассматривает структуру издания достаточно многосторонне, развивая вопрос и о стабильности внутренней формы, т.е. содержания, и текстового наполнения. А.П. Киселев придает модели в основном формоописательные свойства, характеризуя ее как схематическую конструкцию, включающую «главную тематику газеты, ее структуру, формы организации и подачи материалов и способы графического выражения всех содержательных компонентов газеты» [6. С. 29]. И. Табашников описывает модель издания как наложение взаимозависящих структур – содержательной и визуальной. По определению И. Табашникова, «структура есть присущая газете внутренняя, относительно устойчивая организация содержания, все элементы которой взаимообусловлены» [7. С. 86].

Д. Георгиев, применяя термин «графическая концепция», значение которого близко термину «модель», включает в понятие представления о тематической структуре, типологии материалов организацию и взаимоорганизацию текстов и их облика [1].

Термин «структура» относится к организации тематико-жанровой составляющей издания. Термин «композиция», нередко используемый как синоним термину «структура», в основном относится к формообразованию, построению внешнего образа, «архитектуре». Однако полностью разрывать эти два понятия нецелесообразно. Так, С. Галкин приводит ряд доказательств того, что зачастую объемы понятий «структура» и «композиция» сопоставимы [8. С. 34]. В то же время противопоставление этих двух понятий позволяет увидеть принципиальное разделение в представлении о структуре издания на уровне модели. Это разделение пропорционально соотношению вербального и невербального, визуального облика и текстового наполнения, жанрово-тематического и композиционно-графического построения издания. Это связано не только с тем, что моделирование изначально было наукой о дизайне изданий, т.е. о построении внешней формы, для которой содержание является моделирующим фактором; очевидно, что в контексте моделирования с общими основаниями, общими задачами протекают одновременно два процесса – образование формы, визуального образа, и построение особой формы текстуальности.

Существование в газете и неочевидность взаимовлияния текстового и внетекстового компонентов издания наводит на мысль об определенных параллелях с затрагиваемой лингвистами, в том числе Т.А. ван Дейком, проблеме сосуществования вербального и невербального в коммуникации. В традиционном анализе дискурса внетекстовым элементам, как правило, отводится роль данности, они отображаются своего рода «судьбой» коммуникации: их значительная, а то и решающая роль констатируется, однако системное, методологически осмысленное рассмотрение эти факторы получают крайне редко. Это диктует необходимость осмысления протекания коммуникации с читателем как минимум в двух измерениях – текстовом и визуальном.

Противопоставление этих измерений видится неэлементарным. Представив все уровни структуры издания в качестве уровней, имеющих различную степень доминирования языковых либо неязыковых средств, мы получим

условную линию «содержание – композиция – графика». Композиция, среднее звено этой цепочки, представляет собой конструктор, иллюстрирующий не только текстовую или внетекстовую организацию издания. Композиция представляет собой «построение материалов в газете, порядок их размещения по номерам, полосам и на каждой полосе с учетом размерных характеристик разделов» [7. С. 17–18]. Представляя собой конструктор иной природы, нежели содержательная структура или графический проект, композиция в то же время подвержена влиянию тех же факторов, что и остальные уровни существования структуры: «Формат и объем газеты, порожденные ее спецификой, ее содержанием и назначением, диктуют и содержанию, и оформлению определенные размерные нормы, которые нельзя нарушить, не нарушив всей конструкции газеты» [6. С. 7–8].

Эта совокупность структур отражает то, что в исследованиях принято называть внутренней и внешней формой издания. К внешней форме относятся, прежде всего, линейное, тоновое построение, ритм, принципы симметрии и асимметричности, конфигурация расположения элементов. Эти параметры так или иначе связаны с протеканием коммуникации. Даже если отрицать влияние на коммуникацию чисто эстетических функций, которые, безусловно, несет внешняя форма, можно, принимая во внимание предельную функциональность газетного дизайна, увидеть и регулятивный характер этих чисто оформительских параметров. Так, размерные характеристики материалов, характер цветового оформления, наличие иллюстраций и особенно конфигурация различных материалов на полосе не только создают внешний облик полосы, т.е. комплекса материалов, сообщаемых коммуникатору одновременно, но и особым образом регулируют последовательность восприятия этих материалов, т.е. задают способ конвертации нелинейной последовательности материалов в линейную – совокупность материалов разворачивается в линейный текст.

Рассматривая печатное издание как феномен, Б.Я. Мисонжников вкладывает в понятие «текст печатного издания» представление о многомерном наложении формальных и содержательных структур и знаковых комплексов [9].

В этом исследовании формулируется отличительная особенность теории журналистики, которая в основном сводит рамки объекта конкретного изучения либо к отдельному журналистскому тексту (отдельному материалу), либо к их неопределенной общности (журналистика в целом), словно не существует заслуживающих рассмотрения единиц, находящихся между элементарным и макроуровнем. Так, издание как единица исследования получила более или менее детальное рассмотрение лишь в теории моделирования, генетически связанной с теорией дизайна и типографикой. Основная же масса исследований журналистики ставит во главу угла литературоведческий или исторический подход, которые неприменимы в качестве универсальных при изучении печатных изданий как сложных комплексов.

Б.Я. Мисонжников пишет о необходимости исследования внешней формы в контексте изучения содержания издания в целом: «Разумеется, при исследовании отдельного вербального журналистского текста применима и литературоведческая модель, так как законы текстовой формализации журна-

листского и литературно-художественного произведения... как общие законы словотворчества, в принципе не различаются. В отношении текста всего печатного издания, неоднородного в своем предметном проявлении, включающего в себя различные системные знаковые комплексы, столь специально суженное и дробленое понимание формы не очень удобно» [9. С. 200].

Структура организации внутренней формы рассматривается в моделировании также в различных аспектах. Принципиальным как для журналистского труда, так и для исследования коммуникации является разделение тематической и жанровой структуры издания. В приведенном выше определении И.Н. Табашникова структура (в противовес композиции) воспринимается как организация тематики и жанров издания. Эти два критерия построения не разделены, поскольку, по его наблюдениям, в структуре (представленной, например, в виде сетевых графиков публикаций и расписания секций, разделов, рубрик газеты) принципом дифференциации содержания могут быть как тематика, так и жанровая принадлежность материала (а в некоторых случаях – географические, временные, аудиторные аспекты).

Для практического ориентирования журналистов и непосредственно целей планирования, атрибутируемых в моделировании созданию жанрово-тематической структуры, этот подход в целом кажется целесообразным. В то же время с точки зрения описания коммуникации через СМИ принципиально важным кажется разделение тематической и жанровой организаций издания, так как первая связана, прежде всего, с предметно-понятийной сферой коммуникации, а вторая, в соответствии с теорией жанров публицистики, – со способами познания и отображения действительности, т.е. с характеристиками когнитивных механизмов коммуникации.

Таким образом, структура дискурса печатного издания организована наложением многих структур. Это в первую очередь четыре структуры, наличие и специфика которых констатированы и исследуются в моделировании периодического издания и получили своего рода обобщение в методике комплексного моделирования периодики:

- 1) тематическая структура;
- 2) жанровая структура;
- 3) композиция;
- 4) графическая структура [10].

Эти структуры могут восприниматься и как элементы общей модели издания, и как модельные конструкции, которые, каждая на своем уровне, отображают следующие параметры издания:

- 1) общий набор и типология элементов, которые относительно стабильно используются в издании; частота, характер, функции использования тех или иных элементов;
- 2) установленный характер связности элементов и сами связи, принципы установления связности и построения целого; иерархия элементов, специфика функционирования составного целого.

Можно констатировать, что в этих диалектически связанных структурах, которые состояются из накладывающихся или включающих друг друга множеств элементов, отображаются лишь различные исследовательские

подходы (включая подходы исследователя-создателя или исследователя функциональных особенностей издания) к структурированию издания, а не различные совокупности элементов. Несмотря на то, что эти структуры содержат как текстовые, так и внетекстовые и поликодовые элементы, можно отметить, что для целостного представления об издании, которое необходимо для любых гипотез и выводов относительно его дискурса, необходимо представление о совокупности, взаимопроникновении взаимовлиянии этих структур.

Жанровая структура издания как когнитивная основа структурирования дискурса печатного издания

В контексте коммуникативного моделирования особый интерес вызывает жанровая структура издания. Прежде всего, это уровень структуры, непосредственно связанный с языковой стороной существования издания, в прямом виде отображающий не только условия возникновения и функционирования текста, но и параметры самой текстуальности.

Важно отметить, что для обсуждения современных жанровых структур изданий необходим выход за рамки традиционного для журналистики разговора о жанрах. В журналистике существует самостоятельная система жанров, включающая информационную, аналитическую и художественно-публицистическую видовые группы, которые составляют множество элементов, используемых в жанровом структурообразовании. Однако сам подход к жанру в этой системе близок, скорее, к подходу литературоведческому, чем коммуникативному (лингвистическому). Критерии определения жанров в этой системе (объект отражения, целевое назначение, масштаб и характер выводов и обобщений, языковые особенности) хотя и содержат некоторые существенные для лингвистики категории, являются скорее руководством для журналистов-практиков в выработке рабочего подхода к тексту. Кроме того, данная система отражает специфику создания журналистского текста как индивидуального творчества, в то же время журналистика определяется исследователями как творчество индивидуально-коллективное. Система журналистики, скорее, характеризует работу журналиста, а не издания. Так, в этой системе пока нет места для типов текстов иной сложности, нежели линейно разворачивающийся журналистский материал – к таким можно отнести малые тексты СМИ и, наоборот, сложные, композитные текстовые формы. Сложившаяся система жанров, конечно, претерпевает изменения, корректируется, но является носителем многолетнего опыта данной сферы применения языка и в настоящее время не в достаточной мере отражает многообразие жанровых процессов в СМИ.

Под воздействием каких объективных факторов формируются жанровые структуры? Исследователи выделяют целый ряд факторов, которые для разных изданий могут иметь различное значение.

Типологический фактор и фактор концепции. Е.И. Корнилов, а вслед за ним и целый ряд других исследователей утверждают, что структура обусловлена метахарактеристикой издания – его типом. Жанры, их специфика в

системном взаимодействии внутри одного издания, становятся не только схемой, основой издания, но и в большой мере являются вариантом жанровой реализации типа издания, отвечая интересам издателя, функциям издания и запросам аудитории [4].

Влияет на жанровую структуру и концепция издания. Глубокое рассмотрение и понимание понятия «концепция» было предложено Д. Георгиевым. Целевая концепция газеты, в его понимании, состоит из четырех частей: 1) формулы газеты, определяющей задачи и общественную миссию; 2) типологической концепции, которая разъясняет содержание и литературно-художественные формы газеты (жанры газеты, очевидно, принадлежат к этой части); 3) графической концепции, охватывающей композицию и оформление газеты – ее «архитектуры»; 4) организационной концепции (принципы редакционной работы) [1. С. 37]. Из этого представления в моделировании приходит идея целостного взгляда на содержание и структурно-композиционную форму газеты.

«Части концепции», по Д. Георгиеву, во многом можно соотнести с уровнями и факторами комплексного моделирования – типологическим уровнем, тематическим, жанровым, композиционным, графическим уровнем модели. И. Табашников, не ставя непосредственной цели исследовать жанровое моделирование, обращает внимание на сходства и различия в «жанровых палитрах» изданий одного типа (утренние общественно-политические газеты «Уральский рабочий» и «Челябинский рабочий») за один период. Вот как описывается это сопоставление: «...в обеих газетах сразу обнаруживается превосходство информационных и аналитических жанров над всеми остальными, что и свидетельствует об их несомненной принадлежности к ряду общеполитических утренних газет... Но, обнаруживая признаки своего типа, обе газеты демонстрируют свои индивидуальные особенности. Так, «Уральский рабочий» заметно больше отдает места информационным жанрам... здесь мы сталкиваемся с вполне осознанной линией редакции – заботой о всесторонней информированности своих читателей...» Далее анализируются соотношения материалов в жанрах других групп (аналитические, официальные, художественно-публицистические, литературно-художественные, справочно-рекламные). Выводы, к которым приходит исследователь: «...для газетного содержания жанровый аспект структуры так же важен, как и аспект тематический... При всем жанровом своеобразии конкретной газеты видовое соотношение жанров в ней складывается в пределах, ограниченных ее типом; нарушение этих пределов в конечном итоге сказывается на эффективности работы печатного издания» [7. С. 36].

Данный анализ иллюстрирует важную функцию жанровых структур – одновременно решать типологические и конкретные задачи издания. Поэтому среди главных факторов формирования жанровых структур можно выделить фактор типологический и фактор концепции, который, если соотносить взгляды Д. Георгиева и Е.И. Корнилова, можно назвать типологическим самоопределением. Различие между понятиями можно обозначить так: тип издания есть понятие историческое, определяемое местом издания в системе СМИ. Типологическое самоопределение издания, или его концепция, есть

форма конкретизации представления о функциях, аудиторной направленности издания, его миссии и определяющих особенностях.

«Системный» фактор. На методологическом уровне жанровое моделирование предполагает выработку конкретной концепции жанровой структуры газеты с учетом современных тенденций развития системы жанров публицистики, традиций данного издания и потенциальных творческих возможностей кадрового состава редакции [10. С. 86]. Моделирование жанровой структуры издания с этой точки зрения выглядит как проекция задач издания на современное состояние системы жанров, ее тенденций. И хотя очевидно, что сама система жанров отражает изменения другого порядка (общесекторные, социальные и др.), ее состояние напрямую влияет на жанровую структуру изданий. Во-первых, через особенности творческих задач, стоящих перед журналистами; во-вторых, в виде «предоставления» изданию жанровых ресурсов, подход к использованию которых и выражает жанровая структура. Поэтому факторами ее формирования выступают еще и актуальное состояние системы жанров, теоретические разработки, осмысление их современного состояния, прогнозы дальнейшего развития.

Языковой фактор. В контексте концепций моделирования следует отметить еще одну сторону изучения жанров, которая в ранних исследованиях этого направления была, на наш взгляд, представлена недостаточно. Это изучение жанрово-стилевых процессов, языковых особенностей жанров. Изучение жанровой структуры в этом аспекте для моделирования пока является дефицитом – стиль, языковые особенности различных изданий изучаются, однако не моделируются, в практике их принято относить к общим особенностям публицистического стиля либо к творческой манере журналиста. В то же время языковую, в частности стилистическую, детерминированность жанров подчеркивал еще М.М. Бахтин: «Это изучение будет правильным и продуктивным лишь на основе жанровой природы языковых стилей и на основе предварительного изучения разновидностей речевых жанров» [11. С. 244].

Позднее Г.Я. Солганик, исследуя жанры публицистики и публицистический стиль, отмечает: «Любой функциональный стиль реально существует лишь как совокупность жанров... Общие языковые и речевые черты функционального стиля проявляются во всех его жанрах, модифицируясь в зависимости от индивидуальных особенностей того или иного жанра» [12. С. 5].

Эта широко рассматриваемая взаимосвязь языка и жанра позволяет делать выводы о том, что жанровый набор издания – это вариант использования возможностей публицистического стиля; следовательно, жанровая структура является проявлением языковой реализации.

Выделенные факторы, на наш взгляд, являются основными, однако список можно было бы расширить. Так, при поиске жанровых решений издания учитываются еще и творческие предпочтения, и возможности редакции. Однако эти факторы вряд ли можно считать объективными, скорее они относятся к возможностям творческого выбора при моделировании.

Основные факторы хорошо демонстрируют, в контексте каких условий происходят изменения в жанровых структурах изданий.

Жанровая структура, хотя и рассматриваемая только как элемент тематико-жанровой структуры, признается организующей, служит задачам оптимизации содержания и оформления, облегчает процессы планирования. Место жанровой структуры среди других уровней модели газеты, ее участие в реализации типологических функций издания определяется исследователями как весьма важное. «Состав и характер жанровой структуры непосредственно отражается на внешнем виде издания» [6. С. 95]; «существенно влияя на композицию периодических изданий в зависимости от их типа, жанры в то же время конкретизируют свою собственную графическую форму» [7. С. 30–31].

Существуют и более глубокие аспекты значения жанровой структуры. П.П. Лахтунов в своих работах, рассуждая о структуре печатного издания, рассматривает ее с точки зрения процесса производства. По его мысли, активность формы (в издательском смысле этого слова) по отношению к содержанию обеспечивает их тесную связанность – не в риторическом смысле, но через временную организацию процесса чтения посредством оформления и структурирования текста, через связь нелинейного плоскостного восприятия содержания с процессом мышления. Управление этим восприятием связано и с логическим конструированием структуры печатного издания. Процесс чтения в таком представлении становится процессом активного осмысления текста, находящегося во множественной связи с другими текстами. Оперируя понятием логического конструирования, П.П. Лахтунов указывает: «Подход к книге со стороны «открытой классификации» позволяет определить произвольный структурный элемент («точку») издания. Определенность точки обусловлена ее связями («пи») с другими точками... На языке структурных схем «конструирование» означает: установление связности! В одной и той же книге может быть заложена возможность реализации различных связей – различных «пи»-наборов: переход от одной системы классификации к другой. Это соответствует развертке материалов по другой (параллельной... или существующей одновременно с основной) логической оси...» [13. С. 261].

С одной стороны, вряд ли можно автоматически переносить концепции, выработанные при анализе книжных структур, на практику прессы. С другой стороны, ценно наличие методологического подхода к структурности в издании вообще. Так, очевидно, что в номере газеты или журнала между элементами существуют не только логические связи, но и связи другого порядка. Однако выводы П.П. Лахтунова позволяют представить (при наличии любых, даже визуальных связей элементов) любую структуру печатного издания как определенный контекст, который играет роль, прежде всего, для мышления читателя: «Организация издания на уровне логического конструирования – в установлении связности элементов «текста» (имеется в виду весь текст издания. – И.М.), но... «связность» устанавливается только при чтении. Возникающие здесь «неоднозначности» носят принципиальный характер. Связности... «стягиваются» к некоторому определенному образу, который реализуется в сознании читателя». [13. С. 266–267]. Для нашей темы особо ценным являются описанные автором механизмы трехсторонней зависимости: мышление – структура – плоскость (т.е. форма, композиция, дизайн и т.д.).

Но если, например, совокупность тем свидетельствует о наличии связи (пусть и умозрительной) объектов действительности, то жанры будут свидетельствовать о связях не только между объектами, но и между методами их познания, осмысления и отображения. Таким образом, жанрово-тематическая структура издания как единое целое представляет не только картину отображаемой реальности, но и «дорожную карту» методов познания реальности, причем процесс познания не конечен – он продолжается при чтении и в мышлении читателя. Однако отображение этой гносеологической картины происходит в некоторых устойчивых и историчных формах.

Соотнося информацию о значении жанровой структуры издания с представлением о когнитивной определенности дискурса, можно предположить: структуру дискурса печатного издания можно изучать как систему устойчивых когнитивно обусловленных коммуникативных форм, каковые представляют собой жанры газеты. Повторим, что речь идет не только о системе жанров журналистики. Для описания современной жанровой структуры периодического издания требуется более сложный инструментарий, который в рамках коммуникативного моделирования прессы еще предстоит разработать.

Однако уже сейчас можно констатировать: жанровая структура издания крайне важна для понимания процесса коммуникации с читателем, лежащего в основе моделирования прессы. Это понятие, позволяющее получить базу для системных представлений о дискурсе печатного издания, необходимый для коммуникативного моделирования ключ к управлению этим дискурсом.

Литература

1. *Георгиев Д.* Режиссура газеты / пер. с болг. М.: Мысль, 1979. 261 с.
2. *Дейк Т.А. ван.* Принципы критического анализа дискурса // Перевод и лингвистика текста. М., 1994. С. 169–217.
3. *Макаров М.Л.* Основы теории дискурса. М.: Гнозис, 2003. 230 с.
4. *Корнилов Е.А.* Типология периодической печати: основные понятия и категории // Типология периодических изданий / отв. ред. Е.А. Корнилов. Ростов н/Д: Изд-во Ростов. ун-та, 1984. С. 7–31.
5. *Глушков В.М.* Гносеологическая природа информационного моделирования // Вопросы философии. 1963. № 10. С. 13–18.
6. *Киселев А.П.* От содержания к форме: Основные понятия и термины газетного оформления. М.: Изд-во Моск. ун-та, 1975. 50 с.
7. *Табашиников И.М.* Газета и дизайн. Тюмень: Софт-Дизайн, 1994. 152 с.
8. *Галкин С.И.* Оформление газеты и журнала: от элемента к системе. М.: Изд-во Моск. ун-та, 1984. 152 с.
9. *Мисонжников Б.Я.* Феноменология текста: (Соотношение формальных и содержательных структур печатного издания). СПб.: Изд-во С.-Петербур. ун-та, 2001. 490 с.
10. *Мясников Ю.Н.* Комплексный анализ газет и матричный метод их моделирования. Томск: Учеб.-эксперим. изд-во ФЖ ТГУ, 2009. 48 с.
11. *Бахтин М.М.* Эстетика словесного творчества. М.: Искусство, 1979. 424 с.
12. *Солганик Г.Я.* Синтаксическая стилистика. М.: Высш. шк., 1991. 182 с.
13. *Ляхунов П.П.* Структура книги: Размышление художественного редактора об издательском процессе // Рукопись – художественный редактор – книга / сост. Е.Б. Адамов. М.: Книга, 1985.