

Секция «Журналистика»

Жанровое своеобразие научно-популярного журнала «GEO»

*Федорова Карина Николаевна*

*Студент*

*Филиал Казанского (Приволжского) федерального университета в городе  
Набережные Челны, Факультет филологии и журналистики, Набережные Челны,  
Россия*

*E-mail: superstudentksu@gmail.com*

Научно-популярные журналы распространяют основы научных знаний среди читателей всех профессий и специальностей, с различной степенью подготовки. При создании текста для подобного рода изданий особенно важным моментом является выбор жанра будущего материала. Это обуславливается возрастающей конкуренцией научно-популярной периодики с другими СМИ: телевидением, радио, Интернет-СМИ. Технология выпуска данного вида печатной продукции обрекает журналы на дискретность, низкий уровень оперативности. Это отражается на жанровом наполнении изданий, которое активно изменяется: появляются одни жанры, исчезают другие, смываются границы между жанрами и т.д. В данной работе исследованы авторские материалы научно-популярного журнала GEO на предмет их жанрового своеобразия. Актуальность научного исследования состоит в необходимости проследить изменения жанровых аспектов научно-популярной периодики.

\*\*\*

Тексты журнала GEO не обошла стороной тенденция диффузии жанров: жанры в «чистом» виде в данном издании практически отсутствуют. Был проведен контент-анализ авторских текстов периода с декабря 2010 года по июль 2011. Авторские материалы GEO представлены классическим жанровым набором, чаще всего встречаются очерки, аналитические корреспонденции, статьи. Однако журналистские тексты, несмотря на преобладание какого-то одного жанра, имеют общие жанровые черты.

Во-первых, в большинстве материалов крупных жанров (статьях, журналистских расследованиях, обзорах и т. д.) есть элементы очерка. Если автор вводит в повествование нового героя, то он зачастую описывает его внешность, судьбу, место, в котором он находится. Такие приемы обусловлены желанием вызвать доверие у читателя к тому, что описывается. При анализе того или иного явления, авторы GEO делают акцент на определенной детали. С помощью образных выражений автор вскрывает противоречия тех или иных явлений. Это необходимое условие конкурентоспособности научно-популярного издания, так как в отличие от радио, телевидения, Интернет-СМИ, печатная журналистика не может использовать аудио и видео средства. Даже графическое сопровождение текста не всегда решает проблему создания образа. В таких ситуациях образная трактовка фактов в тексте необходима. В журнале GEO она встречается в 22% случаях.

Во-вторых, авторы GEO могут при подаче информации использовать методы художественной литературы. Чтобы удержать внимание читателя, в журнале допускается использование художественных методов, которые делают его близкими к произведениям художественной литературы. В очерках на историческую тему авторы применяют

метод домысла, в путевых очерках — метод драматизации событий, вымысел. Последний тезис хорошо иллюстрирует смертельно опасный эксперимент, описанный Фредди Лангером в материале «Рандеву с подводным хищником». Журналист отправляется в воды Французской Полинезии, где сотни рифовых акул собираются в поисках пищи. Здесь под действием сильного течения мелкая живность устремляется к хищным рыбам. Журналист решает посмотреть, *«устоит ли под этим напором человек»*[1]. Повествуя о своих действиях, автор использует метод драматизации. В момент кульминации, когда поток воды несет журналиста вместе с группой ныряльщиков навстречу хищникам, автор вдруг переключает внимание читателя на описание истории прилива Рангирао, где происходит действие, и только затем наступает развязка: *«...мы вливаем в лагуну, где в ослабевшей приливной волне резвятся скаты, а вокруг снова бурлит жизнь. Сон закончился. Наверху ждет надутая лодка»*[1].

Третьей чертой жанрового наполнения ГЕО является *репортажность*, она свойственна журналистским расследованиям, проблемным и путевым очеркам, статьям и др. Последовательное описание события с наглядно-образным воспроизведением деталей позволяет передать читателю атмосферу, в которой оно происходило: *«Александр закуривает, открывает бутылку пива и берет в руки гитару. «Эх, Якутия! Что за страна! Сопочки – словно груди якуточки. Не нужна мне другая ничуть сторона, когда нравится мне вот туточки! Здесь морозец жмет, губы-щёки жгёт, да привыкли к нему, вот и нравится! Бедновато только народ живет, однако и это исправится!»*[2].

В-четвертых, авторские материалы имеют преимущественно *аналитический характер* (52,5% текстов). Аналитическое начало проявляется и в материалах художественных жанров. Однако аналитика журнала ГЕО имеет социальную направленность. Когда автор пишет текст на ту или иную тему, он поднимает определенную общественно-значимую проблему, что дает право называть ГЕО научно-популярным и общественным журналом одновременно.

В-пятых, *стиль* авторских материалов ГЕО типично *научно-популярный*. Нет преобладания строго научной лексики. Информация научного характера дополняется специальными конструкциями, облегчающими читательское восприятие. Встречается оценочная лексика, которая не свойственна научным текстам: *«Жизнь – это, конечно, круто, считает ученый Дрю Энди»*[3], *«А зелень, скажу я вам, это очень-очень-очень крутая штука»*[3], *«Вальсы Штрауса или оперетты Кальмана – что круче?»*[4].

В качестве доказательной основы материала журналисты ГЕО чаще используют обыденные факты – 71% в противовес научным – 29%. Первые позволяют раскрыть проблемы глобального масштаба через человеческие судьбы, они способны оказать более сильное эмоциональное воздействие, нежели вторые. Если бы журналист написал, что в России 3/4 древесины лучшего качества идет на экспорт и только 1/3 древесины самого низкого качества остается в стране, это возможно оказало бы меньшее воздействие, чем то, как показал это Даниил Литвинцев в проблемном очерке «Как вырастить из шишки доску»: *«Оператор качества Екатерина Соблакова может с расстояния в метр разглядеть в доске трещину толщиной с волос. За одну минуту перед ней по ленте транспортера проезжает четыре десятка досок. Каждую она успевает осмотреть, присвоить сорт и отправить в соответствующий карман накопителя, нажав нужную кнопку на пульте. Сортów четыре, а кнопок под рукой оператора пять. Пя-*

*тая называется «внутренний рынок», и ее нажимают лишь тогда, когда доска не соответствует никаким нормам»[5].*

Итак, журналисты исследуемого периодического издания используют наиболее воздействующие на читателя приемы из разных жанров: образность из очерков, динамичность из репортажей, глубокий анализ из статей и даже приемы художественной литературы. Иными словами, жанровому содержанию журнала GEO свойственна жанровая диффузия, доминантами которой являются образность и аналитичность.

### **Литература**

1. Лангер Ф. Рандеву с подводным хищником // GEO. 2011. No. 1. С. 60-69.
2. Литвинцев Д. Сезон золотой Якутии //GEO. 2011. No. 1. С. 106-125.
3. Шредер Й. Божественная машина // GEO. 2011. No. 1. С. 38-51.
4. Чайковская А. Столичный вопрос // GEO. 2011. No. 6. С. 130-145.
5. Литвинцев Д. Как вырастить из шишки доску // GEO. 2011. No. 6. С. 108-121

### **Слова благодарности**

Благодарю научного руководителя Галину Владимировну Анциферову за открытие новых путей для Мысли и авторов журнала GEO - за вдохновение!