

Жанрово-стилистические особенности ювенильной прессы (на примере газеты «LYCEUM»)

Научный руководитель – Треногина Алина Рестамоновна

Треногина Ирина Евгеньевна

Абитуриент

Пермский государственный национальный исследовательский университет,
Филологический факультет, Пермь, Россия
E-mail: ira.trenogina@gmail.com

В последние годы во всем мире отмечается активное развитие журналистики, в том числе и *ювенильной*. По данным Пермского отделения Лиги юных журналистов, на сегодняшний день в городе Перми и Пермском крае выходит более четырехсот детских и подростково-молодёжных изданий. Ювенильная журналистика, которую мы можем определить как коммуникативную и социальноадаптивную деятельность детей и подростков по сбору, обработке и периодическому распространению личностно-окрашенной информации, имеет свои характерные черты.

Для выявления стилеобразующих компонентов и основных жанров, которые используются в ювенильной прессе, нами были проанализированы выпуски газеты «LYCEUM» (МБОУ «Лицей №1 г. Перми) за 2013-2016 годы.

Чтобы понять механизм формирования стилистики, необходимо было выявить экстралингвистические основания этого процесса - информационной политики, что позволило сделать некоторые выводы.

Учредитель современной школьной газеты рассматривает её как инструмент создания положительного имиджа образовательного учреждения, управления его деятельностью, что позволяет нам говорить о школьной прессе как корпоративной, служащей интересам своей организации. Степень финансовой и моральной зависимости от учредителей в ювенильной прессе весьма высока, а потому важнейшими типоформирующими факторами являются учредитель, определяющий направления и цели газеты, аудитория, и журналист, творчество которого протекает с учетом целевого назначения издания.

Газете «LYCEUM» свойственна позитивно-утверждающая направленность, которая обусловлена не только традиционностью этой газеты, но и зависимостью газеты от учредителя - администрации Лицея (помещая негативную информацию редакция рискует потерять возможность выпуска газеты).

Поскольку главным жанрообразующим признаком является целевая установка, исходя из которой журналист определяет тему и реализует ее в определенной жанровой форме, то в ювенильной прессе представлены разные жанровые образования. Так, в издании «LYCEUM» предпочтение отдается жанрам новостной публицистики. Особенностью текстов является оценочность подаваемой информации. Газете «LYCEUM» присуща исповедальная тональность, автор - человек частный, художник (типология по Г.Я. Солганик), делится с читателем своими переживаниями, открывает перед ним свой внутренний мир и уходит от анализа проблем. Интерпретация преобладает над информированием.

Учитывая то, что газете свойственна позитивно-утверждающая направленность, невысокий процент жанров рациональной публицистики - явление закономерное. Свойственен синкретизм, смешение разных жанров. Характерно использование речевых жанров, факкультативных для других газет, - этикетных, выражающих поздравление, похвалу, благодарность.

Если новостные материалы с ярко выраженной эмоциональной окраской (поздравления, похвалы, одобрения), созданную по типу: *новость+ поздравление* (а таковых большинство), выделить в отдельный жанр, то лидирующими становятся эмоциональные жанры.

Анализ текстов ювенильного издания позволил нам по-новому взглянуть на реализацию основной стилевой черты газетно-публицистического стиля - оценочность.

При передаче оценок действительности (фактов, явлений и ситуаций) преобладает положительно-оценочная модальность, выражающая гордость, надежду и веру в лучшее, любовь и уважение ко всем, кто находится рядом. Отрицательная оценочность приобретает скрытую форму, носителем ее являются не сами юнкоры, а общественное мнение, появляющееся в газете в виде блиц и соцопросов. В функционировании газеты обнаружена и опасная тенденция: положительная оценка используется, помимо прочего, для выражения лести руководителям и учителям Лицея, т.е. тем, от кого зависит состояние газеты.

Совокупность стилистических приемов, благодаря которым автор входит в контакт с читателем, вызывает его доверие, делает участником своих чувств и мыслей, занимает центральное место в ювенильной прессе. Интимизация - важнейшая черта стилистики этих газет. Мы обнаружили специфику в выражении ряда категорий, помогающих создать интимизирующую стилистику: у категории авторского «я» и у категории адресованности.

Присутствие авторского начала, способствующее сближению с читателем, представлено репортажным «я» совместного присутствия. Из средств выражения разговорности, способствующих созданию непринужденной манеры общения с читателями, активно используются не грубые жаргонизмы, арготизмы, матерные слова, характерные для газет другого типа, а слова молодежного сленга и просторечные средства.

Употребление традиционных приемов адресованности - форм «МЫ С ВАМИ» - необычно семантическим наполнением этих форм: МЫ С ВАМИ - это лицеисты, ученики и учителя, близко знакомые друг с другом, друзья, одноклассники. Этим обусловлено только активное и разнообразное использование средств называния персон, характерно поименное перечисление.

Несмотря на давление «сверху» ювенильные издания пытаются не только выживать, но и искать свою информационную нишу. Этому способствуют жанрово-стилистические поиски этих газет, рассмотренные в нашей работе.

Источники и литература

- 1) 1. Арутюнова Н.Д. Типы языковых значений: Оценка. Событие. Факт. М., 1988. С.72.
2. Бахтин М.М. Формы времени и хронотопа в романе. Очерки по исторической поэтике. <http://yanko.lib.ru/books/cultur/bahtin-hronotop.htm>
3. Гонне Ж. Школьные и лицейские газеты / пер. с фр.; общ. ред. и вст. ст. А.В.Шарикова. М.: ЮНПРЕСС, 2000.
4. Давыдова О.А. Антропонимы на страницах современной публицистики. http://gramota.ru/mag_arch.html?id=78
5. Дмитриев Л.А. Парадоксы художественного образа. М.: ИПК, 2002. С. 56.
6. Какорина Е.В. Стилистические изменения в языке газеты новейшего времени трансформация семантико-стилистической сочетаемости): Дис. канд. филол. наук. – М., 1992.
7. Клушина Н.И. Общие особенности публицистического стиля // Язык СМИ как объект междисциплинарных исследований. <http://evartist.narod.ru/text12/01.htm>
8. Косолапова Д.И. Ювентильная журналистика в России: исторические и функциональные особенности: Дис. канд. филол. наук.- Пермь, 2015
9. Косолапова Д.И. Ювентильная журналистика как тип средств массовой коммуникации// Медиаобразование в Перми: опыт работы ювентильных СМИ, сборник исследовательских и методических материалов. Пермь, 2014. С. 11.
10. Колесниченко А.В. Практическая журналистика. Учебное пособие. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 2008. – с.8
11. Кройчик Л.Е. Система журналистских жанров // Основы творческой деятельности журналиста. – СПб. 2000. С. 130.
12. Лозовский Б. Н. Журналистика: краткий словарь / Б. Н. Лозовский. - Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2004.
13. Пельт В.Д. Дифференциация жанров газетной публицистики. М., 1984. С. 32.
14. Прохоров Е.П. Введение в теорию журналистики. М.,2003. С. 52-82.
15. Прохоров Е.П. Введение в теорию журналистики. М.,2003. С.259.
16. Репкова Т. Новое время: как издавать профессиональную газету в демократическом обществе. М.: ГИПП, 2001. С. 133.
17. Свешникова Н.В., Ягубова М.Я. Власть сниженного слова в языке СМИ // Культурно-речевая ситуация в современной России: вопросы теории и образовательных технологий: тез. докл. и сообщ. всероссийск. научн.-метод. конф.; Екатеринбург, 2000. С.124.
18. Смелкова З.С. и др. Риторические основы журналистики. Работа над жанрами газеты. М., 2002. С. 137.
19. Солганик Г.Я. Современная публицистическая картина мира. http://gramota.ru/mag_arch.html?id=6
20. Солганик Г.Я. Общие особенности языка газеты // Язык и стиль средств массовой информации и пропаганды. М., 1980. С.12.
21. Солганик Г.Я. О языке и стиле газеты // Язык СМИ как объект междисциплинарных исследований. <http://evartist.narod.ru/text12/01.htm>
22. Тарасенко Т.В. Этикетные речевые жанры в разных сферах общения // Филология – журналистика 97. Красноярск, 1998.
23. Тертычный А.А. Жанры периодической печати. М., 2000. С.51.
24. Халиуллина М. С. Медиакартина в контексте региональной детско-юношеской самодеятельности самодеятельной печати (на примере Оренбургской области). jq.isea.ru