

знаний социолингвистики, которая призвана «продемонстрировать систематический характер взаимозависимости между языковыми и общественными структурами и, по возможности, установить причинно-следственные отношения» [1, с. 16].

Россия многонациональное государство, важно задумываться об исторической значимости языков народов, живущих на его территории, их развитии, современном состоянии. Благодаря организации Международного дня родного языка и социолингвистическому опросу в Новосибирском государственном университете был пробужден интерес у каждого участника этих мероприятий к вопросам родного языка.

### Литература

1. Вахтин Н. Б., Головкин Е. В. Социолингвистика и социология языка: учебное пособие. Санкт-Петербург, ИЦ «Гуманитарная академия». 2004. 336 с
2. Копыленко М. М. Основы этнолингвистики. Алматы. 1995. 178 с.

*М.А. Ситрова*  
*Самарский университет, Самара, Россия*  
*Научный руководитель Н.А. Захарченко*

### ЖАНРОВАЯ МОДЕЛЬ «САМАРСКОЙ ГАЗЕТЫ»: ТРАДИЦИИ И НОВАТОРСТВО

*Аннотация.* В статье рассматривается система журналистских жанров на современном этапе функционирования. Автор выделяет традиционные жанры медиатекстов, приводя классификации известных теоретиков, и делает акцент на вновь зарождающихся. Из-за активного развития интернет-журналистики традиционные жанры остаются в приоритете у многих носителей журналистского контента, а на просторах Всемирной сети заметно уступают место новым форматам. Это доказывается в приведенном анализе жанровой палитры издания «Самарская газета», которое транслирует разный контент в газете и на сайте.

*Ключевые слова:* жанровая система, жанр, медиатекст, топ, листинг, гид, гайд.

Исследователи отмечают, что сегодня жанры СМИ представляют собой «целостную и развитую систему» [2], однако вопрос классификации жанров до сих пор остается открытым для теоретиков журналистики. В связи с развитием технологий и появлением большого количества сетевых изданий в Интернете система журналистских жанров постоянно претерпевает изменения и дополнения. Традиционные жанры журналистских текстов перемещаются на второй план, уступая место новым форматам.

Один из наиболее популярных подходов классификации жанров журналистики предложила советская школа жанроведения. А. А. Тертычный создал одну из самых обширных систем, включающую 42 жанра: 8 информационных, 22 аналитических и 12 художественно-публицистических [5]. Позднее исследователи стали выделять только три ключевых журналистских жанра – новость, репортаж и интервью [7], считая все прочие ненужными за их малым практическим использованием. Л. Е. Кройчик отмечает пять жанровых групп: оперативно-новостные (все виды заметок), оперативно-исследовательские (репортаж, отчет, интервью), исследовательско-новостные (корреспонденция, рецензия, колонка, комментарий), исследовательские (обозрение, статья, письмо) и исследовательско-обзорные (очерк, памфлет, эссе, фельетон) [3].

Несмотря на то, что все вышеперечисленные классификации берут за основу разные критерии типологии жанров, сами жанры в них называются одни и те же, а значит, их можно считать традиционными. Определив это, стоит разобраться, какие жанры можно назвать относительно новыми в журналистике.

Появление новых медиа способствовало расширению жанровой палитры СМИ за счет использования новых инструментов. Например, во многих онлайн-изданиях мы можем найти мультимедийные лонгриды, которые будут соединять в себе не только несколько форматов передачи информации, но и несколько традиционных жанров, например, репортаж, статью и очерк. Также к новым жанрам журналистики можно отнести дайджест, гайд, топ, гид, листинг и др. В связи с ускоренным темпом потребления информации и с укреплением клипового мышления у современного человека, эти короткие и структурированные форматы нашли востребованность в сетевых изданиях.

Под дайджестом А. Л. Дмитриевский понимает «текст, содержащий сокращенное изложение отдельных последних событий (или сообщений других СМИ о важном событии), объединенных общим смыслом, темой или проблемой» [1, с. 156]. Термин «гайд» в переводе с английского означает «руководство». Это пошаговая инструкция, которая помогает читателю получить какой-то конкретный результат. Топ – это авторский рейтинг, подборка самых лучших материалов на заданную тему. Под гидом в устаревшем значении понимается путеводитель, указывающий все достопримечательности какой-либо местности [6]. По факту ключевое значение путеводителя в гиде как жанре журналистики сохраняется, только тематика теперь не ограничивается той или иной географической точкой. Листинг с английского языка переводится как «список». Этот жанр представляет собой перечисление с кратким описанием элементов, подходящих под выбранную тему.

Выделив традиционные и новые жанры в журналистике, рассмотрим, какую жанровую палитру реализует региональное издание «Самарская газета».

Для печатной версии «Самарской газеты» приоритетны традиционные журналистские жанры. На ее страницах можно найти репортажи с важных городских мероприятий, интервью с интересными личностями, новостные заметки, информационные корреспонденции, освещающие локальные события, рецензии на спектакли, рекомендации и инструкции, ответы на вопросы, а также исторические очерки. Последний жанр является ключевым в газете, так как отсылает к ее многолетней истории. У издания есть проект «Исторические версии», все материалы которого пишутся в этом жанре. Крупные аналитические тексты встречаются в газете крайне редко.

«Самарская газета» имеет свой сетевой аналог – сайт [sgpress.ru](http://sgpress.ru) [4]. Около 50 % газетных публикаций помещаются на сайт, в связи с чем можно наблюдать присутствие тех же традиционных журналистских жанров, которые были перечислены выше. Наиболее популярный традиционный жанр, используемый сетевым изданием, – новостная заметка, что объясняется регулярной обновляемостью сайта. На втором месте по частотности – медиатексты в жанрах интервью, репортажа и корреспонденции. Третье место делят между собой очерки и рецензии. Остальная часть сайта наполняется уникальным контентом.

Редакция сетевого издания активно использует для создания медиатекстов новые жанры. Так, дайджесты культурных событий недели можно найти в рубрике «Афиша», а дайджесты гастрономических новостей – в рубрике «Кухмистерская». Гиды широко представлены в рубриках «Еда» и «Места». Это подборки локаций, где можно купить определенные продукты, а также гиды по ресторанам и заведениям. Еще гиды есть в рубрике «Спорт» – они представляют собой обзоры различных локаций для спортивных занятий. Топы расположены в рубрике «Кино»: здесь каждую неделю выходят тематические подборки фильмов, приуроченные к праздникам. Также выходят топы книг, подарков и различных мобильных приложений. В жанре листинга пишутся тексты в рубрику «Вакансии», где собираются самые актуальные свободные должности недели. Гайды встречаются в рубриках «Спорт», «Еда», «Мода», «Финансы» и «Образование». Это различные инструкции по растяжке, правильному питанию, пользованию банковской картой, сдаче экзаменов и мн. др.

Таким образом, получается, что сайт «Самарской газеты» использует более широкую палитру медиатекстов, соблюдая баланс между строгой информативностью и развлекательностью контента. Такая стратегия оказывается эффективной в силу ориентированности на возрастную группу, на которые направлены разные форматы издания. Печатная версия нацелена на более старшую аудиторию, которую привлекает подача информации в традиционном стиле, а сайт направлен на более продвинутую аудиторию до 30 лет, внимание которой надо удерживать интересными, необычными, быстро усваиваемыми форматами. В этом как раз изданию помогает использование новых жанров медиатекста.

## Литература

1. Дмитриевский А. Л. Жанры журналистики // Ученые записки Орловского государственного университета. 2014. №4. С. 149–158.
2. Ким М. Н. Жанры современной журналистики. Санкт-Петербург: Изд-во Михайлова В. А., (ОАО Техническая книга). М., 2004. 335 с.
3. Кройчик Л. Е. Система журналистских жанров. // Основы творческой деятельности журналиста: Учебник для студентов вузов по специальности «Журналистика» / Ред.-сост. С. Г. Корконосенко. СПб., 2000. С. 125–167.
4. Самарская газета: [сайт]. URL: <https://sgpress.ru/>
5. Тertyчный А. А. Жанры периодической печати: учебное пособие. М.: Аспект Пресс, 2000. 310 с.
6. Толковый словарь русского языка / Под ред. Д. Н. Ушакова. М.: Гос. ин-т «Сов. энцикл.»; ОГИЗ; Гос. изд-во иностр. и нац. слов, 1935–1940.
7. Шостак М. И. Новости прессы: заметки, репортажи, интервью. М.: Медиа-Мир, 2013.

*Е.А. Тишина*  
*Самарский университет, Самара, Россия*  
*Научный руководитель Т.В. Карелова*

### МЕСТО И РОЛЬ МЕДИАТЕКСТА В СОВРЕМЕННОМ РЕГИОНАЛЬНОМ МЕДИАПРОСТРАНСТВЕ

*Аннотация.* Статья посвящена медиатексту и его роли в современном региональном медиапространстве. В основе медиатекста лежит сочетание вербальных и невербальных систем, текстовых и визуальных средств. В работе дается определение понятию медиатекст, анализируется его специфика и характерные стилистические приёмы. Автор также рассматривает феномен постмодернистского медиатекста, его структуру и особенности. В результате он приходит к выводу, что такого рода текст гораздо сложнее по своей природе. В ходе слияния различных элементов возникают новые текстовые образования, которые в перспективе могут стать темой для следующих исследований.

*Ключевые слова:* медиатекст, журналистика, региональные Интернет-издания, постмодернизм.

Трансформация современных региональных СМИ проявляется на самых разных уровнях, в том числе и на уровне журналистского текста. Однако в последнее время в профессиональных сообществах все чаще стало использоваться другое понятие – «медиатекст». Впервые оно появилось в англоязычной научной литературе конца XX века. Р. Фаулер, А. Белл и Н. Фейерклафф исследовали медиатексты с точки зрения социолингвистики, функциональ-