

Щербаль Сергей Стефанович

канд. полит. наук, старший преподаватель

АНОО ВО «Кубанский институт профессионального образования»

г. Краснодар, Краснодарский край

ГРАДИЕНТЫ ИНФОРМАЦИОННОГО КОНТЕНТА В ЖУРНАЛИСТИКЕ

***Аннотация:** в статье рассматривается методологический подход к интеграции в современную теорию отечественной журналистики концепта «жесткая» / «мягкая» новость в условиях модернизации системы жанров. Анализируются критерии классификации «жестких» и «мягких» новостей, используемые зарубежными и российскими учеными, определяются характеристики этого концепта. Показана роль концепта «журналистская стратегия» в создании информационного контента. Сделан вывод об инструментальном значении концепта «жесткая» / «мягкая» новость в исследовательской практике современной журналистики.*

***Ключевые слова:** теория журналистики, медиатекст, теория жанров, информационный контент, «жесткая» новость, «мягкая» новость, журналистская стратегия.*

Новая реальность, возникшая в результате цифровой революции в системе массовых коммуникаций, рождение глобальных медиа и формирование сетевого общества – все эти феномены первой четверти нынешнего столетия настоятельно потребовали от исследователей журналистики пересмотра канонов существующей теории, в том числе нового взгляда на форму журналистских произведений и, прежде всего, на жанровую систему. В рамках развернувшейся по этому поводу академической дискуссии профессор МГУ Е.Л. Вартанова призывает исследователей «не только анализировать происходящие на наших глазах процессы, но и создавать современный терминологический аппарат, учитывая не только традиционные академические концепции, но и быстро меняющуюся реальность» [1, с. 24]. Такой подход поддерживает и ее коллега Д.В. Дунас:

«российская теория журналистики сегодня испытывает ряд трудностей, главными из которых являются не концептуальная, а методологическая несогласованность с зарубежной теорией, а также ее оторванность от практики» [2, с. 38].

Традиционная система жанров отечественной журналистики, сложившаяся во второй половине прошлого столетия, в основном опиралась на разработку «московской» научной школы жанроведения, которая предлагала для классификации жанров журналистики лишь один критерий – функциональный. «Жанры группировали по «конкретному назначению» на информационные, аналитические и художественно-публицистические». Этот подход, как считает А.Л. Дмитриевский, оказался наиболее продуктивным, что подтверждается его долголетием» [3, с. 149]. Однако, как справедливо отмечает тот же автор, «было очевидно, что ограничиться только «функцией» нельзя, (...) ибо через журналистику проходит огромный поток сообщений, зачастую не имеющих к последней никакого отношения» [3, с. 149].

Очевидно, что устоявшейся, удовлетворяющей большинство исследователей теории жанров пока не создано, о чем свидетельствуют многочисленные публикации, широкая полемика на научных конференциях, темы семинаров и круглых столов. В этих условиях мы посчитали возможным воспользоваться рекомендацией Д.В. Дунаса и прибегнуть к интернационализации научного аппарата, которая, как он полагает, «в условиях глобализации становится неизбежной». Для этого при рассмотрении информационных продуктов СМИ используем концепт «жесткие» / «мягкие» новости (*hard / soft news*). Он пришел к нам из англосаксонского академического дискурса в 1990-е годы на волне «десоветизации» (термин Дунаса), т.е. переосмысления советского наследия в исследованиях журналистики и СМИ, был воспринят как теоретическая новация и получил с течением времени распространение даже в учебной литературе.

Интеграция этого концепта в отечественную информационную журналистику заставила исследователей по-новому взглянуть на новости, причем как на их содержание, так и на способ подачи. Поначалу рассматриваемый в основном

как одномерная дихотомическая идея, сейчас этот концепт превратился в многомерный.

В зарубежной журналистике наиболее часто используемый критерий дифференциации «жестких» и «мягких» новостей лежит в плоскости социальной значимости информации [11, р. 117]. К примеру, новости на темы политики, экономики, социальной проблематики часто позиционируют как «жесткие». Информационные сообщения, посвященные стихийным бедствиям, преступности, различным скандалам или жизни звезд шоу-бизнеса могут быть отнесены к «мягким» новостям. У других исследователей граница между «жесткими» и «мягкими» новостями проходит в тематической плоскости. К первым они относят информацию политического содержания, ко вторым – все остальное [10, р. 409].

В российской теории журналистики при рассмотрении дихотомии «жесткий – мягкий» в качестве критерия для разграничения часто используют способ подачи новостного материала в контексте информационной картины дня. Вот, к примеру, как классифицирует «мягкие» и «жесткие» новости М.И. Шостак, автор недавно вышедшего из печати университетского учебника: «Новость повышенной оперативности крепко скручена, сообщает о происшествии в виде четкого итога – такую форму называют «жесткой». (...) «Мягкая» форма подачи новостей предполагает поначалу переключение внимания с итога события на детали, примечательные обстоятельства. (...) Для «мягких» новостей оперативность менее важна, и они не так, как «жесткие», связаны с объективированной манерой представления факта – тут подразумевается более занимательный и более авторский жанр» [4, с. 19].

Кроме того, ученые расширили рамки использования концепта «жесткая» / «мягкая» новость, применяя его при рассмотрении форматов. К примеру, в то время как главные вечерние новости в основном воспринимаются как «жесткие» новости, форматы ток-шоу, продукты инфотейнмента в основном рассматриваются как «мягкие» [6, р. 443].

Основной причиной, по которой исследователи используют темы или форматы новостей для разделения на «мягкие» и «жесткие», является предположение, что некоторые темы можно представить только определенным образом – «жестким» или «мягким», поэтому фокус рассмотрения смещается с темы новости на способ ее представления аудитории [9, р. 229]. Согласитесь, трудно, хотя, вероятно, и можно, воспринимать новость о рождении тюленя в зоопарке как «жесткую». И наоборот, некоторые политические темы сложно осветить в «мягком» новостном стиле. Однако большинство информационных тем могут располагаться где-то между этими крайними примерами и содержать элементы как «жесткой», так и «мягкой» новости. С учетом этих соображений были разработаны критерии концепта «жесткая» / «мягкая» новость вместо классификации информационных тем как «жестких» или «мягких».

Одним из таких критериев является журналистская стратегия. Это понятие позволяет провести разграничительную линию между тематической специализацией журналиста и авторской позицией в материале [8, р. 10]. К примеру, в политической журналистике используется несколько понятий для описания журналистской стратегии. Приведем некоторые: *персонификация* – связь новости с известным политическим актором, мнение которого становится основой для интерпретации и оценки событий в политическом сообщении; *субъективация* – авторский взгляд журналиста на проблему, отличающийся от оценок ее экспертами; *гуманизация* – подход, основанный на представлении журналистского материала «через человека», иными словами, внимание автора сосредоточивается на участнике каких-либо событий, его размышлениях, оценках и переживаниях [5, р. 131].

Еще одно измерение, используемое для разграничения «жестких» и «мягких» новостей, может быть достаточно хорошо описано при использовании категорий объективного и субъективного. При анализе такого медиатекста нужно ответить на вопрос: какова степень личной заинтересованности журналиста в представляемом политическом материале? Объективные репортажи связаны с

«жесткими» новостями, в то время как авторские интерпретации событий или проявление субъективизма в оценках воспринимаются как «мягкая» новость.

Исследователи подвергли критике два основных аспекта концепции «жестких» / «мягких» новостей. Во-первых, в дихотомической системе координат не учитывается, что большинство новостей не являются только «жесткими» или «мягкими». Контент-анализ показал, что большинство новостей и не «жесткие», и не «мягкие», существует довольно большое количество информационных продуктов, которые можно разместить на этой условной шкале посередине, их можно обозначить как «конвергентные новости» [7, р. 42]. На этом основании был сделан вывод о линейной шкале измерения и определения «мягких» новостей. Во-вторых, подчеркивается, что эта характеристика, отличающая «жесткие» от «мягких» новостей, не является единственной, скорее, существует целый набор таких характеристик, который предполагает многомерную систему рассмотрения концепта. С учетом этих соображений Томас Паттерсон стал первым автором, который предложил рассматривать «набор характеристик журналистского произведения». По его словам, «мягкие» новости «обычно более сенсационны, более персонифицированы, имеют в эфире больший хронометраж, более утилитарны и, как правило, связаны с каким-либо событием» [8, р. 3]. В свою очередь Рейнеман с коллегами предложили пересмотреть существовавшую концепцию «жестких» / «мягких» новостей (ЖМН). Они описали различия между ЖМН, выделив следующие аспекты: (а) тематическую значимость информации (например, степень актуальности события для медийного дискурса), (б) профессиональную оптику журналиста (то есть представление информационного материала на уровне локального эпизода или выход на проблему), (в) стилевое измерение (т.е. персонифицированное – не персонифицированное; эмоционально окрашенное – беспристрастное сообщение) [9, р. 231].

Если исследователи заинтересованы в детальном анализе журналистских стратегий, подходов к рассмотрению событий и структуры журналистских материалов в контексте ЖМН, они будут рассматривать этот феномен на тематическом уровне. Кроме того, существует еще один аспект рассмотрения ЖМН,

лежащий в основе более высокого уровня исследований, а именно: событийное или тематическое измерение (то есть общественная значимость события и его актуальность).

Таким образом, в теории журналистики концепт «жесткая» / «мягкая» новость представляет собой два различных подхода к освещению событий и информации, которые имеют свои особенности, цели и аудитории. Эти категории помогают журналистам и редакторам определять, как и о чем сообщать, а также как структурировать свои материалы. Обе категории новостей важны для полноценного освещения событий и удовлетворения потребностей аудитории. «Жесткие» новости информируют о важных событиях и фактах, в то время как «мягкие» новости помогают людям отвлечься от повседневной рутины и находить вдохновение в жизни. В современных медиа, где конкуренция за внимание аудитории велика, часто наблюдается смешение этих двух типов новостей, что позволяет создавать более разнообразный и привлекательный контент. Концепт «жесткая» / «мягкая» новость представляется вполне полезным исследовательским инструментом для научного анализа качества информационного контента не только традиционных СМИ, но и новых медиа, форматная палитра которых отличается значительным своеобразием.

Список литературы

1. Варганова Е.Л. О необходимости модернизации концепций журналистики и СМИ / Е.Л. Варганова // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. – 2012. – №1. – С. 7–26. – EDN OXUXNB
2. Дунас Д.В. О целесообразности создания теории СМИ на современном этапе / Д.В. Дунас // Вопросы теории и практики журналистики. – 2017. – Т. 6. №1. – С. 30–40. DOI 10.17150/2308-6203.2017.6(1).30-40. EDN XQYYRP
3. Дмитриевский А.Л. Жанры журналистики / А.Л. Дмитриевский // Ученые записки Орловского государственного университета. Серия: Гуманитарные и социальные науки. – 2014. – №4 (60). – С. 149–158. EDN TMQAKH
4. Шостак М.И. Новостная журналистика. Новости прессы: учебник и практикум для вузов / М.И. Шостак. – М.: Юрайт, 2025. – С.19.

5. Boukes M., Boomgaarden H.G., Moorman M. & de Vreese, C.H. Political news with a personal touch: How human interest framing indirectly affects policy attitudes // *Journalism & Mass Communication Quarterly*. 2021. Vol. 92. No. 1. P. 121–141.
6. Holbert R.L. A typology for the study of entertainment television and politics // *American Behavioral Scientist*. 2020. Vol. 49. No. 3. P. 436–453.
7. Lehman-Wilzig S.N. & Seletzky M. Hard news, soft news, «general» news: The necessity and utility of an intermediate classification // *Journalism*. 2022. Vol. 11. No. 1. P. 37–56.
8. Patterson T.E. Doing well and doing good: How soft news and critical journalism are shrinking the news audience and weakening democracy and what news outlets can do about it. – Cambridge, MA: Joan Shorenstein Center on the Press, Politics and Public Policy at Harvard University, 2021. – 28 p.
9. Reinemann C., Stanyer J., Scherr S. & Legnante G. Hard and soft news: A review of concepts, operationalizations and key findings // *Journalism*. 2019. Vol. 13. No. 2. P. 221–239.
10. Scott D.K. & Gobetz R.H. Hard news/soft news content of the national broadcast networks // *Journalism & Mass Communication Quarterly*. 1920. Vol. 69. No. 2. P. 406–412.
11. Tuchman G. Making news by doing work: Routinizing the unexpected // *American Journal of Sociology*. 1921. Vol.79. No. 1. P. 110–131.