

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Тольяттинский государственный университет»

Гуманитарно-педагогический институт

(наименование института полностью)

Кафедра

Журналистика

(наименование)

42.03.02 Журналистика

(код и наименование направления подготовки)

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА (БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА)

на тему

Авторский проект о театре в сетевом издании

«Молодежный медиахолдинг “Есть talk!”» (творческая работа)

Обучающийся

С. С. Сызганцев

(Инициалы Фамилия)

(личная подпись)

Руководитель

кандидат филологических наук, М.В. Орлова

(ученая степень (при наличии), ученое звание (при наличии), Инициалы Фамилия)

Аннотация

Выпускная квалификационная работа посвящена разработке концепции и созданию авторского мультимедийного проекта «Репетиция начинается!». Данный проект представляет системное освещение фестиваля «Премьера одной репетиции» театра юного зрителя «Дилижанс».

Актуальность проекта обусловлена тем, что по результатам исследования Всероссийского центра изучения общественного мнения (ВЦИОМ) от 2021 года, молодёжь в возрасте от 18 до 24 лет (38%) посещают театры и музеи хотя бы раз в неделю. Кроме того, по данным информационного агентства «ТАСС» от 2021 года, театр при выборе досуга у молодых людей лидирует и в программе «Пушкинская карта». Востребованность театра у молодежной аудитории и заинтересованность театра «Дилижанс» в театральном медиапроекте стали основанием для обращения к теме театра, разработке концепции проекта «Репетиция начинается!» и реализации данного медиапроекта в сетевом СМИ.

В первой главе «Театральная журналистика: история развития и современное состояние» даётся представление о явлении театральной журналистики, систематизируется историческая информация о способах освещения темы театра в СМИ, даётся характеристика современному театральному творчеству и современных способах транслирования и освещения театральных события. Во второй главе «"Репетиция начинается!" – авторский проект для сетевого издания молодежный медиахолдинг "Есть talk!"» проводится анализ специализированных и универсальных изданий, освещающих тему театра. Разрабатывается концепция авторского мультимедийного проекта «Репетиция начинается!», проводится анализ авторских материалов проекта на предмет соответствия цели и задачам проекта. В заключении представлены выводы по итогам работы.

Список используемой литературы и используемых источников включает 65 наименований.

Оглавление

Введение	4
Глава 1 Театральная журналистика: история развития и современное состояние	9
1.1 Освещение темы театра в СМИ	9
1.2. Жанры и форматы современной театральной журналистики	20
Глава 2 «Репетиция начинается!» – авторский проект для сетевого издания «Молодежный медиахолдинг “Есть talk!”»	31
2.1 Концепция авторского проекта «Репетиция начинается!»	31
2.2 Анализ авторского проекта «Репетиция начинается!»	44
Заключение	53
Список используемой литературы и используемых источников	56

Введение

По результатам исследования Всероссийского центра изучения общественного мнения (ВЦИОМ) от 2021 года, 30% опрошенных россиян посещают театры и музеи хотя бы раз в неделю [38]. Причём больше всех проводить досуг таким образом предпочитает молодёжь в возрасте от 18 до 24 лет (38%). По данным информационного агентства «ТАСС» от 2021 года, театр при выборе досуга у молодых людей лидирует и в программе «Пушкинская карта» [48]. Кроме того, компания «Почта Банк» провела опрос среди молодёжи в возрасте от 14 до 22 лет на тему того, как они предпочитают проводить свободное время. Согласно результатам, 74% опрошенных посещают театры и музеи каждые полгода [48].

Театральное искусство у молодёжной аудитории Тольятти также можно считать востребованным. В городе ежегодно проходит драматургический проект для подростков «Театр в Классе», где ребята могут написать пьесу, а затем прийти на её читку в Молодёжный драматический театр. Кроме того, в театре юного зрителя «Дилижанс» организована молодёжная театральная студия, итогом работы которой является постановка спектакля. Наконец, существуют студенческие творческие объединения, например, театральная студия Polyarnost` и проект «Мастерская талантов» при Тольяттинском государственном университете.

Учитывая востребованность театра молодёжной аудиторией, было решено подготовить цикл материалов о фестивале «Премьера одной репетиции». Проект «Репетиция начинается!» подготовлен по заказу театра юного зрителя «Дилижанс». Целевая аудитория фестиваля и сайта молодёжного медиахолдинга «Есть так!» преимущественно совпадают. Актуальность цикла материалов о «Премьере одной репетиции» обусловлена периодом проведения самого фестиваля. Поскольку событие имеет циклический характер (проходит каждый год в летнее время), оно становится востребованным уже на протяжении 13 лет. Кроме этого, по своей сути

фестиваль не имеет аналогов. Следовательно, цикл работ о фестивале «Премьера одной репетиции» будет востребованным и интересен аудитории.

Объект выпускной квалификационной работы – театральная тема в публикациях СМИ.

Предметом работы является авторский проект, посвященный театральному фестивалю «Премьера одной репетиции».

Цель выпускной квалификационной работы – разработать концепцию авторского проекта «Репетиция начинается!», посвящённого театральному фестивалю «Премьера одной репетиции», и подготовить цикл публикаций для сетевого издания «Молодёжный медиахолдинг “Есть talk!”».

Задачи:

1. Систематизировать теоретический и практический материал по театральной тематике в СМИ.
2. Систематизировать теоретические представления о жанровых особенностях рецензии, интервью, репортажа и мультимедийном формате СМИ.
3. Разработать концепцию авторского цикла мультимедийных материалов «Репетиция начинается!».
4. В соответствии с концепцией подготовить цикл мультимедийных материалов для сетевого издания «Молодёжный медиахолдинг “Есть talk!”».
5. Провести анализ авторских материалов с точки зрения реализации цели и задач концепции цикла.

Теоретико-методологическую базу исследования составили труды по составили труды о типологизации интернет-СМИ следующих исследователей интернет-СМИ: А. И. Аكوпова «Глобальное средство массовой информации» [1], «Типологические признаки сетевых изданий» [2], «Электронные сети как новый вид СМИ» [3], М. М. Лукиной «СМИ в пространстве интернета» [29] и А. А. Калмыкова и Л. А. Кохановой «Интернет-журналистика» [16].

Изучению театральной журналистики в теоретическом и историческом аспектах послужили работы: В. В. Борзенко «Российская театральная

журналистика 1808-1991 гг. Историко-типологическое исследование» [5], Т. Д. Орловой «Театральная журналистика. Становление, развитие и особенности функционирования в современных СМИ» [35], «Тенденции развития театрального медиатекста» [36], К. К. Сагдуллаева «Театральная журналистика сегодня: вопросы идентичности» [52], В. Д. Собиянского «Театральная журналистика как понятие и сущность: украинский опыт» [56], Е. С. Дорошук «Новые форматы цифрового театрального дискурса: журналистика о театре в пространстве инновационных технологий» [10], Г. В. Куличкиной «Современные отечественные медиа в сфере театра: место в медиасистеме» [22], А. С. Болговой «Театральные блогеры и их влияние на современную театральную журналистику» [4], М. М. Груздевой «Театральный дискурс в современных российских СМИ: лингвостилистические особенности» [8].

Теоретическая основа жанров интервью, рецензии и репортажа изучались по работам: А. А. Тертычный «Жанры периодической печати» [59], Л. Е. Кройчик «Система журналистских жанров» [21], Г. В. Лазутина, С. С. Распопова «Жанры журналистского творчества: учебное пособие для студентов вузов» [27], Л. В. Ивановой «Жанры аналитической журналистики: электронное учебно-методическое пособие» [14].

Явление театральной критики рассматривалось на примерах работ М. Ю. Дмитриевской «О природе театральной критики» [33], Л. П. Саенковой «Литературно-художественная критика и журналистика: историко-культурный контекст» [53], «Литературно-художественная критика и медиакритика: сходство и различия» [54], Г. С. Мельник, К. Е. Виноградовой, Р. П. Лисеева «Основы творческой деятельности журналиста: конспект лекций и практикум» [31].

Особенности мультимедийной журналистики и конкретно формата мультимедийной истории изучались по следующим работам: «Мультимедийная журналистика: учебник для вузов» под редакцией А. Г. Качкаевой, С. А. Шомовой [32], В. И. Вырвцева «Мультимедийная

история: технологии & творчество» [6], М. С. Горшкова, А. С. Юферева «Мультимедийные лонгриды как формат в интернет-журналистике: анализ специфических особенностей» [7], С. И. Симакова, С. А. Панюкова «Мультимедийная история и её особенности» [55], Д. Г. Качанов «Трансформация нарративных приемов в мультимедийных журналистских проектах» [17], Г. В. Лазутина «Жанр и формат в терминологии современной журналистики» [26].

Концепция проекта разрабатывалась с опорой на работу И. М. Дзялошинского «Концепция современного периодического издания» [9].

При подготовке выпускной квалификационной работы были использованы следующие методы: библиографический метод – для отбора и анализа научных и учебных источников информации по теме театральной журналистики в теоретическом и историческом аспектах, метод контент-анализа – для анализа сетевых изданий, освещающих тему театра, метод проектирования – для разработки концепции авторского мультимедийного проекта «Репетиция начинается!». Структурно-семантический и прагматический виды анализа были использованы, чтобы проанализировать авторские материалы на предмет оценки содержательно-формальных характеристик.

Эмпирическая база выпускной квалификационной работы включает специализированные и универсальные интернет-издания, освещающие тему театра: журнал «Театр» [57], сетевые издания IZ.RU [60] и «Коммерсантъ» [19] и электронные издания «Культурная карта Тольятти» [24], TLT.ru [63], TLTgorod [64] и «Есть talk!» [12] (авторские материалы, размещенные в данном сетевом издании).

Для анализа также были использованы двенадцать авторских материалов, размещённых в сетевом издании «Молодёжный медиахолдинг «Есть talk!»» [12].

Основным критерием отбора эмпирической базы являлось наличие на сайте издания рубрики, раздела или проекта, в котором освещалась бы тема театра.

Хронологические рамки исследования включают период с 01.10.2021 по 01.12.2021. Данный временной промежуток является достаточным для анализа материалов вышеперечисленных сетевых изданий, обобщения результатов и выявления общих характеристик журналистских материалов по теме театра.

Практическая значимость проекта заключается в системном и структурированном подходе к освещению фестиваля «Премьера одной репетиции» в сетевом издании, а также в побуждении молодых людей к творческим экспериментам.

В соответствии с целью и задачами структура выпускной квалификационной работы включает: введение, две главы, заключение, список используемой литературы и источников. Во введении описываются актуальность, объект, предмет, цель и задачи, практическая значимость, эмпирическая база и структура работы.

В первой главе «Театральная журналистика: история развития и современное состояние» даётся представление о таком явлении, как театральная журналистика, систематизируются историческая информация о способах освещения темы театра в СМИ, даётся характеристика современному театральному творчеству и актуальным способам освещения театральных событий.

Во второй главе «"Репетиция начинается!" – авторский проект для сетевого издания молодежный медиахолдинг "Есть talk!"» проводится анализ специализированных и универсальных изданий, освещающих тему театра. Разрабатывается концепция авторского мультимедийного проекта «Репетиция начинается!», проводится анализ авторских материалов проекта на предмет соответствия цели и задачам проекта.

В заключении представлены выводы по итогам проделанной работы. Список используемой литературы и источников состоит из 65 наименований.

Глава 1 Театральная журналистика: история развития и современное состояние

1.1 Освещение темы театра в СМИ

Термин «театральная журналистика» многими исследователями трактуется по-разному. Т. Д. Орлова определяет театральную журналистику как ответвление театральной критики и утверждает, что она «является всего лишь системой жанров, объединенных театральной тематикой» [36, с. 408]. Исследователь В. Д. Собиянский пишет, что термин «театральная журналистика» употребляется в научной литературе, однако его нет в энциклопедических театральных источниках [56]. М. Ю. Дмитриевская видит предназначение театральной журналистики в информировании читателя о театральных событиях и обозначении «рейтинговой оценки явления театра» [33]. К. К. Сагдуллаев идентифицирует театральную журналистку как «вид деятельности, которая аккумулирует в себе критику и журналистику, и условно подразделяется на рекламно-презентационную, базирующуюся на конкретных технологиях, а также на качественную, характеризующуюся аналитическим подходом к материалу». [52, с. 148]. Обобщая вышесказанное, можно отметить, что театральная журналистика – это создание информационных и аналитических журналистских материалов, направленных на информирование читателей о театральной жизни и анализ конкретных спектаклей.

Анализируя развитие театральной журналистики, исследователь В. В. Борзенко пишет, что «театральная журналистика на протяжении своей истории отражает процессы социально-исторического развития театра, театральной критики, театральной полемики» [5, с. 3]. Однако нет единого мнения, когда именно появилась театральная журналистика. Т. Д. Орлова ввела термин в научный обиход в 2002 году [56]. Эксперт отмечает, что данное

понятие берёт своё начало с появления театральных изданий специального характера [35, с. 8].

Первые материалы о театре в России появляются ещё в середине XVIII века [35, с. 8]. Это была театральная критика, сообщения о спектаклях, анонсы, объявления о наборе актёров, трактаты и переводные статьи. В. В. Борзенко отмечает, что первый материал, посвящённый театру, был опубликован в 1729 году в газете «Санкт-Петербургские ведомости» [5, с. 7]. Однако до середины XIX века большинство текстов о театре размещали в журналах, а с последней четверти XIX века – в газетах. Тогда же, как отмечает В. В. Борзенко, берёт своё начало русская театральная критика. В то время она выражалась в публикациях стихотворных посланий и элегий, критики спектаклей, драматургов и актёров, а также предисловий к пьесам. Среди наиболее ярких представителей изданий, в которых размещались материалы на подобные темы, выделяют журнал Н. И. Новикова «Трутень», издания Н.М. Карамзина «Московский журнал» и альманах «Аглая».

В начале XIX века начали выходить первые театральные журналы. Так в 1808 году А. А. Шаховский издал журнал «Драматический вестник». В нём размещали материалы трёх типов: информационно-исторические, рецензионные и теоретические. Однако из-за подготовки слишком большого количества информации и отсутствия оригинальных материалов журнал вскоре прекратил своё существование. Подобная участь постигла и второе издание театральной тематики – журнал М. Н. Макарова «Журнал драматический». Борзенко отмечает, что, несмотря на неудачу выпуска данных журналов, «оба эти издания подготовили почву для дальнейшего развития театральных журналов» [5, с. 8].

Эксперт также выделяет основные типы театральных изданий и предлагает проследить, как они менялись на протяжении времени.

Так издание Ф. А. Кони 1840 года «Репертуар и Пантеон» стал первым толстым театральным журналом. Его основными характеристиками служили широкий тематический охват рубрик, книжный формат издания и большой

объём каждого номера. Также в журнале преобладала высокая оценка сценического искусства и театральная критика.

Из-за неразрывной связи театра и литературы в XIX веке был популярен ещё один тип издания – журнал-сборник пьес. В них печатались популярные произведения отечественных и зарубежных драматургов. Примерами данного типа издания служат журналы «Драматический сборник» и «Собрание театральных пьес». Каждый сборник обладал большим объёмом, широкое распространение, печать популярных авторов.

Во второй трети XIX появляется рекламный тип издания. В приложении к журналу «Репертуар и Пантеон» публикуют афиши. Для московского читателя афиши издавал А.Н. Баженов. Особенности данного типа издания: газетный формат, минимальное количество страниц, рубрикация по названиям театров, анонсы спектаклей. Газета называлась «Театральные афиши и Антракт», где «Антрактом» была отдельная газета, которая принадлежала к информационному типу издания. К нему причислялась периодика, которая была посвящена обзорам столичных спектаклей, заметкам, провинциальным корреспонденциям.

С начала XIX века в российской театральной жизни процветала монополия императорских театров [5, с. 10]. Они контролировали деятельность остальных столичных театров, а их репертуар служил примером. В 1862 году была отменена предварительная театральная цензура, а в 1882 исчезла и сама монополия. Антреприза становится самой частой формой организации театральной жизни. Благодаря этому в толстых театральных журналах расширилась тематика, появляется больше материалов о мастерстве актера, художника и режиссера, возникает интерес к самому сценическому процессу. Примерами подобных изданий могут послужить журналы «Театральная библиотека», «Дневник русского актера», «Дневник артиста», «Театральная библиотека», «Театр и искусство».

Тогда интересом аудитории пользовался информационный тип издания, поэтому основным конкурентом театральных журналов и сборников пьес

служили театральные газеты. В информационном типе издания редакторы не ставили перед собой цель повлиять на театральную жизнь. Они стремились к информированию читателей о новостях театральной жизни, были ориентированы на публикацию статей. Из-за популярности антрепризы, стали хорошо распространяться биографические указатели с объявлениями от гастролирующих актёрах. В объявлениях размещались приглашения новым артистам, либо сообщалось о поиске ангажемента. Подобные материалы публиковались в том числе и в «Театральной газете». Позже материалы на театральную тему перешли и в общественно-политические издания, и к началу XX века на смену толстым театральным журналам пришли журналы меньшего объёма.

В начале XX века к толстым театральным журналам относились только два издания: «Театр и искусство» и «Ежегодник императорских театров». Д. Г. Королёв отмечает: «В этот период общие газеты душили специальную периодику. Газеты в большинстве своем были ежедневными, и театральное издание, не в силах набрать материал для такой же периодичности, безнадежно проигрывало в оперативности» [5, с. 12]. Востребованность информационного типа издания в начале XX века возросла из-за самой культурной ситуации в стране. Еженедельник «Рампа и жизнь» печатал шаржи бенефициантов, карикатуры, фотографии из спектаклей. Рецензий в журнале было мало. Продолжали придерживаться информационного типа издания «Театр», «Новости сезона» и «Обозрения театров». Популярные жанры – хроника, заметки, рецензии, обзоры, биографии, справки, рекламные объявления. Подобные издания получили широкое распространение в провинции.

В театральной сфере становится популярной деятельность последователей системы Станиславского: В. Э. Мейерхольда, Е. Б. Вахтангова, А. Я. Таирова. Благодаря этому развивается студийное движение и самостоятельные театры. Они начинают выпускать свои журналы. Так появляется новый тип изданий – внутритеатральный, который, в свою

очередь, делится на две группы: журналы-манифесты и журналы отдельных театров.

В журналах-манифестах публиковали обсуждения эстетических основ театра, критические и театроведческие статьи, а также пропагандировала определённые взгляды на театральное зрелище. В первую очередь такие журналы были ориентированы на специалистов из театральной сферы. Примеры журналов-манифестов – «Маски», «Студия», «Любовь к трём апельсинам».

Журналы отдельных театров отражали интересы конкретной труппы. Целью подобных периодических изданий являлось информирование читателей о деятельности театра, привлечение внимание к его репертуару. Среди внутритеатральных изданий выделяют «Записки Передвижного Общедоступного театра» и «Журнал Театра Литературно-художественного общества», а также газеты «Веер» и «Театр-Эрмитаж».

Своим журналом также обзавелось профсоюзное движение. «Известиями Совета Императорского Русского Театрального общества» был представлен профсоюзный театральный журнал. Своей целью он ставил «просвещать актерскую, режиссерскую массу, всех работников театра относительно их прав в отношении с антрепренерами» [5, с. 14].

Т. Д. Орлова упоминает о творческих объединениях, возникших в период с 1918 по 1921 годы. Члены этих объединений стремились найти «новые горизонты искусства» [35, с. 8]. Из-за полемических настроений в изданиях стали появляться доносы и допросы. Вскоре и сами объединения начали распадаться. Для исправления ситуации Российская ассоциация пролетарских писателей (РАПП) предложила искать театральных критиков среди рядов рабочего класса и обучать их при помощи газет. Это спровоцировало новый всплеск театральной журналистики. Рабочие коллективы образовались в таких изданиях, как «Рабочая Москва», «Новый зритель», «Цирк и эстрада». Позже театральные рабочие коллективы объединились при газете «Советское искусство».

Только в конце 1930-х в Российском институте театрального искусства (ГИТИС, Москва) и Ленинградском государственном институте театра, музыки и кинематографии (ЛГИТМиК, Ленинград) открывают наборы курсов для подготовки профессиональных критиков и театроведов. Однако, по мнению Орловой, отечественная театральная критика испытывала на себе влияние «вульгарной социологии, пролеткультовских и рапповских концепций и во многом была оторвана от театральной практики» [35, с. 9]. Например, 1921 году был популярен журнал «Культура театра», который стремился делать науку о театре, но в итоге в своих статьях он породил дискуссии и был ориентирован на обычное рецензирование.

В. В. Борзенко отмечает, что в советские годы специальной периодики, посвящённой театру, издавали очень много [5, с. 15]. Исследователь выделяет типы театральных изданий, которые были популярны в 1920-е годы XX века:

- театрально-практические журналы («Вестник театра» и др.);
- информационные театральные журналы («Экран» и др.);
- внутритеатральные журналы («Записки Передвижного общедоступного театра» и др.);
- профсоюзные театральные журналы («Вестник центрального совета профессиональных союзов работников театра и зрелищ» и др.);
- рекламные издания («Театры и зрелища» и др.);
- сборники пьес.

Исследователь также отмечает, что изменился подход к театральной критике. Короткие дореволюционные театральные рецензии уступили место более развёрнутому анализу, где рассматривались все компоненты спектакля. Критики начали воспринимать постановки как целостное художественное произведение.

С 1930-х годов театральная пресса обретает чёткую форму [5, с. 16]. В периодической печати театрально-практического типа обращались к теории и к практике театрального искусства, материалы состояли из критических статей, мемуаристики и документов, утверждавших новое направление в

развитии театральной деятельности. Примеры театрально-практического типа издания: «Советский театр», «Театр и драматургия», единственный советский толстый журнал «Театр».

Особенностью информационных театральных журналов считали лёгкий стиль и стремление к широкому охвату театральных событий. На страницах подобных журналов публиковали репертуар театров, программу исполнителей и либретто пьес. Также в информационных театральных журналах выделялись новости, небольшие рецензии, заметки об артистах, режиссерах и декораторах, некрологи. Примеры театральных изданий информационного типа: «Современный театр», «Новости искусства», «Театральная неделя».

Как и советские СМИ, в 1930-е годы театр стал пропагандистом советского образа жизни. Появился массовый театральный журнал: труппы часто показывали свои представления не только в крупных городах, но и в сёлах. Массовый театральный журнал был направлен на «воспитание театрального вкуса у рабочих, инженеров, студентов» [5, с. 17]. Появилась и национальная театральная периодика – журналы о театре выходили в союзных республиках на национальных языках.

В годы Великой Отечественной войны издание театральной периодики прекращается и возобновляется уже после войны. В.В. Борзенко отмечает продолжение деятельности журнала «Театр» в 1945 году: «Он ставил своей задачей содействие улучшению театрального репертуара и мастерства актерской игры, обращал внимание на недостатки организации сценической работы, о чем сообщалось в его программе» [5, с. 18].

Журнал «Театр» публиковал информационные материалы, обзоры театральных постановок, статьи о работе специалистов в области театра, а также интервью, репортажи, очерки и зарисовки. Журнал был ориентирован на специальную аудиторию – сценических работников, критиков и театроведов. Журнал «Театр» выходит с 1937 года и продолжает выходить в настоящее время.

Т. Д. Орлова отмечает, что к 1961 году в театральной периодике выходило до 500 наименований [35, с. 9]. Театральные критики из союзных республик могли публиковаться не только у себя на родине, но и во всесоюзных изданиях. Помимо журнала «Театр», популярностью пользовались издания «Театральная жизнь», «Современная драматургия», «Культура», «Экран и сцена».

В. В. Борзенко пишет, что в период с 1956 по 1991 годы в театральной периодике закрепилось несколько типов изданий: толстый журнал («Театр»), театрально-практический журнал («Театральная жизнь»), рекламные издания («Программы московских театров»), журналы, посвященные технике сцены («Сценическая техника») [5, с. 19]. В текстах изданий стало меньше официального стиля, многие материалы посвящались рядовым артистам закулисным работникам сцены.

В 1982 появляется новый тип театральной периодики – журнал о вопросах драматургии. В издании «Современная драматургия» публиковали пьесы современных отечественных и зарубежных драматургов, рецензии на спектакли, литературные отзывы, обсуждения. Позже на страницах журнала нашли своё место запрещённые пьесы. В. В. Борзенко пишет: «Это был период, когда в столицах, а затем на периферии отступает унификация театральных постановок. В качестве главных действующих лиц все реже выступают борцы за советскую идею, на первый план выходит обычный человек из толпы со своими личными проблемами» [5, с. 20]. Т.Д. Орлова подкрепляет мысль исследователя: «Отечественный театр 80-х годов берет на себя функции социальной критики» [35, с. 10].

В 1990-е годы из-за вновь возросшей популярности театра, театральная журналистика переместилась в газеты и издания разных типов. Появились театральные обозреватели, чаще всего это были штатные журналисты [35, с. 10]. К. К. Сагдуллаев пишет об «антитезе» [52, с. 148] театральной журналистики в 80-90-е годы, которая возникла с таблоидной журналистикой. Материалы об искусстве, в том числе и о театре, вошли в направление «арт-

журналистика», которая «стала обозначать не столько эстетические подходы, сколько информационные, не столько аналитическую сущность в осмыслении фактов культуры, искусства, сколько рекламно-презентационную» [52, с. 148].

Приступая к анализу современного состояния театральной журналистики, необходимо дать общую характеристику театру XXI века.

Театральный критик П. А. Руднев отмечает смещение интереса художника как творца: «Важно не столько диктовать миру свои художественные стратегии, а учитывать в процессе создания произведения чужое восприятие, работать с ним, изучать, как действует этот механизм» [58].

По мнению П. А. Руднева, современный театр выстраивает горизонтальные отношения, в которых художник и зритель будут находиться на одной плоскости и приглашать друг друга к дискуссии [58]. Это обстоятельство послужило появлению новых видов театра (инклюзивного, иммерсивного, цифрового и др.) и нового театрального направления – перформанса. Х.-Т. Леман пишет: «Перформанс так или иначе уже сближается с театром своими поисками сложных визуальных и сонорных структур, продолжением своего опыта благодаря медийным технологиям, а также использованием более длительных временных промежутков» [28, с. 218]. Для такого театра, по мнению исследователя, важна длительность, мгновенность, одновременность и неповторимость.

Продолжая мысль П. А. Руднева, театральный критик Е. Алдашева пишет, что театр «вряд ли изменит человека к лучшему», однако он «может дать шанс быть услышанным – и услышать самому» [11]. Таким образом, современный театр, становясь ближе к зрителю, увеличивает эмпатию отдельного человека, способствует формированию собственного мнения и «запускает в зрителе процесс рефлексии и самоанализа» [58].

Цифровые технологии не могли не повлиять на театральную коммуникацию. Эксперт Е. С. Дорощук отмечает: «Для автора, пишущего о театре, это, прежде всего, изменение представлений о роли актёра в спектакле и о самом спектакле как главной форме театрального искусства» [10, с. 32].

Основой театрального события в современном театре становится «цифровая технология с ограниченными уровнями интерактивности, а основой содержания – текст, который составляет рассказ или историю» [10, с. 33].

Так появились новые театральные форматы: спектакли на основе платформы Zoom, видеоспектакли, screenlife-спектакли, онлайн-оперы, VR-спектакли, сайт-специфические спектакли. В данных форматах журналисты и театральные критики становятся непосредственными участниками, «формируя вокруг театрального события дискурс, отражающий новые направления театральной журналистики, стимулирующие виртуальные контакты театра и медиаканала с аудиторией» [10, с. 34].

Цифровые форматы театральных событий также перекликаются с инновационными способами их трансляций в сетевом пространстве: онлайн-трансляции спектаклей, театральные виртуальные проекты, театральные сериалы.

Г. В. Куличкина пишет, что медиа в сфере театра являются сегментом медиасистемы [22, с. 133]. Эксперт выделяет два уровня функционирования театральных медиа: институциональный и уровень медиарынка. Исследователь отмечает, что «театральное искусство как социальный институт взаимодействует с медиа на уровне театральной критики или театральной журналистики.

Взаимодействие на уровне социальных институтов и граждан реализуется во время спектакля на уровне театральной публики и отдельных деятелей театра» [22, с. 131-132]. Как можно заметить, в обоих взаимодействиях своеобразным связующим звеном является спектакль или иные театральные события. Театр как социальный институт сотрудничает с медиа в лице театральных критиков и работников театра, которые либо анализируют спектакль, либо рассказывают о своей деятельности на различных сетевых платформах. Посетители (они же потенциальные зрители) данных интернет-ресурсов могут узнать о театральном событии и проявить к нему интерес. Г. В. Куличкина отмечает, что в данном случае задача

театральных журналистов стоит в том, «чтобы дать максимально объективную эстетическую оценку увиденному, определить его социально-культурную значимость в актуальном настоящем времени» [22, с. 132].

На уровне медиарынка журналисты и театральные учреждения с помощью медиа вступают в роли инициаторов различных коммуникаций в сфере культуры и внимательно отслеживают потребности медиарынка. На этом уровне Г. В. Куличкина выделяет два варианта подобных взаимодействий. Во-первых, «сами журналисты выбирают адрес, главных героев и стратегию коммуникации в публичной сфере» [22, с. 132].

В этом случае театральные материалы выходят и в традиционных СМИ (пресса, радио, телевидение), и на интернет-платформах. Во-вторых, сам театральный коллектив может выступать в роли инициаторов взаимодействия и организовать собственный канал коммуникации (сайты, официальные страницы в социальных сетях, корпоративные медиа). Таким образом у театров «формируется информационная повестка дня, которая помогает продвигать институциональные интересы и достигать намеченных целей» [22, с. 132].

С развитием социальных сетей стали набирать свою популярность блоги, в частности театральные, которые позволяют представлять различные точки зрения на то или иное театральное событие. А. С. Болгова отмечает характерные особенности театрального блогинга: поиск своей аудитории, субъективная подача информации, возможность мгновенной реакции, концентрация внимания на малоизвестных мелочах и нюансах, коммуникативное воздействие на аудиторию [4, с. 7-8]. Театральный блог может начать вести театральный коллектив (на сайте или странице в социальных сетях) или театральный критик.

Основываясь на данных исследованиях, можно заключить, что театральная журналистика – это создание информационных и аналитических журналистских материалов, направленных на формирование объективной эстетической оценки театрального события, определение его социально-

культурного места в современном мире, а также отражение социально-исторического развития театра.

Подводя итог, можно сказать о существенном изменении самого театра как явления, отражения театральных событий в СМИ и восприятия аудитории. Театр стремится быть ближе к зрителю и активно использует в своей деятельности цифровые технологии, освещает собственную деятельность в корпоративных СМИ и официальных аккаунтах в социальных сетях. К этому обстоятельству подстраиваются и современные театральные медиа, создавая новые каналы коммуникации в виде блогов театральных журналистов и критиков, прямых трансляций со спектаклей и интерактивных форм взаимодействия со зрителем.

1.2. Жанры и форматы современной театральной журналистики

Материалы на театральную тематику в современных СМИ представлены в различных жанрах и форматах. Т. Д. Орлова среди них выделяет рецензии на премьерные спектакли, обзоры истекшего театрального сезона, творческие портреты, интервью, проблемные статьи, воспоминания, а также анонсы предстоящих премьер [36, с. 408]. Среди данных жанров можно выделить рецензию и интервью, а также добавить формат мультимедийной истории. Данный выбор обусловлен концепцией медиапроекта «Репетиция начинается!». Рассмотрим характеристику каждого из представленных жанров и форматов, а также определим их значение в театральных СМИ.

Рецензия, по определению А. А. Тертычного, – «это жанр, основу которого составляет отзыв (прежде всего – критический) о произведении художественной литературы, искусства, науки, журналистики и т.п.» [59, с. 61]. Г. В. Лазутина и С. С. Распопова определяют рецензию как «аналитический текст, посвященный рассмотрению и оценке художественного явления, созданного литературой, музыкой, живописью, театром или кино» [27, с. 223]. Г. С. Мельник, К. Е. Виноградова и

Р. П. Лисеев отмечают, что рецензия – «вид литературной и художественной критики; литературно-критическая статья, дающая оценку или анализ художественного произведения» [31, с. 172]. Л. Е. Кройчик определяет предмет рецензии как анализ «отражённой реальности», то есть реальности, которая уже нашла своё отражение в художественных произведениях [21]. Исходя из данных суждений, можно заключить, что рецензия – это жанр аналитической журналистики, сочетающий в себе черты литературной и художественной критики, направленный на анализ и оценку отражённой реальности в художественных произведениях.

Жанр рецензии имеет множество типов, один из которых – театральная рецензия. Л. Е. Кройчик определяют предмет театральной рецензии как анализ «постоянно возобновляющегося зрелища» [21]. Л. В. Иванова отмечает, что в данном случае «предметом внимания рецензента становится театральная постановка, в которой режиссёр представляет свою картину мира, своё видение проблем и способов их разрешения» [15, с. 85]. Из настоящего определения можно сформулировать основные характеристики жанра театральной рецензии:

Предмет: спектакль или иное театральное событие.

Целевая установка: сообщить аудитории подробности о театральном событии; дать оценку рецензируемому произведению, выявив его достоинства и недостатки; сориентировать читателя в вопросах театрального искусства; способствовать формированию у читателя эстетического вкуса.

Театральная рецензия – важный жанр театральной журналистики. По мнению М.М. Груздевой, рецензия является «жанровым ядром театрального дискурса, ее язык отражает дискурсивные процессы, происходящие в массмедиа» [8, с. 17].

Необходимо обозначить, чем театральная критика отличается от театральной журналистики. М.М. Груздева отмечает, что театральная критика направлена на художественно-оценочную мыслительную деятельность, а понятие театральная журналистика на социально-оценочную деятельность [8,

с. 15]. Иными словами, театральная критика базируется на литературной и публицистической основе, а театральная журналистика – на информационно-аналитической. Театральная рецензия может рассматриваться как публицистический жанр (с использованием театроведческих знаний), так и журналистский. Г.В. Куличкина пишет: «От театральной критики в ней [журналистике] остаются критерии ценности медиатекста: культура личности журналиста, его знания эстетики, театроведения. От журналистики в ней злободневность, быстрота, актуальность, общезначимость, общедоступность, подчеркивание ситуации текущей действительности» [22, с. 128]. Таким образом, можно сказать, что в жанре рецензии сочетаются черты и театральной критики, и журналистики.

Дмитриевская М.Ю. отмечает, что театральная критика неотделима от литературного творчества и является частью отечественной словесности [33]. Эксперт отмечает, что посредством литературы «фиксируется и запечатлевается сценический текст, перевести на бумагу художественный ряд, открыть его образный смысл и тем самым оставить спектакль для истории можно лишь средствами настоящей литературы. Сценические образы, смыслы, метафоры, символы должны найти литературный эквивалент в театрально-критическом тексте» [33]. Кроме того, по мнению М.Ю. Дмитриевской, чтобы написать хорошую театральную рецензию, критику необходимо осмыслить и прочувствовать спектакль, осознать его «художественный генезис». В этом случае работа критика сопоставима с работой режиссёра или актёра.

Эксперт также отмечает, что в настоящее время театральная критика всё больше сопоставима с журналистикой, в которой преобладают информационные жанры, отсутствие уникального авторского стиля и переход в социальные сети [33]. Л.П. Саенкова упоминает, что жанр критики приобрёл социокультурный и медийный контекст [54, с. 238]. Стали популярны жанры развлекательного характера: аннотация, «домашнее» интервью, светская хроника. Вместо литературно-художественной критики появилась

тематическая журналистика в области литературы, театра, кино, музыки. С другой стороны, современная театральная рецензия расширяет свои границы, выполняя не только информационно-оценочную, но и рекламную и развлекательную функции. Данный стиль журналистского творчества вошёл в новое медианаправление под названием «арт-журналистика», которое рассматривалось в предыдущем параграфе.

Обобщая вышесказанное, можно сделать вывод, что театральная рецензия остаётся важным жанром журналистики в области театра, так как позволяет автору дать объективную оценку спектаклю, выявив его достоинства и недостатки. Театральная рецензия находится между публицистикой, литературой и журналистикой, однако в современном мире жанр претерпевает изменения и становится больше развлекательным, чем аналитическим или художественно-публицистическим.

Одним из популярных жанров театральной журналистики можно назвать интервью. С.Ю. Лаврова, А.А. Гончар определяют интервью как диалог «журналиста с социально значимой личностью о насущных актуальных проблемах той или иной сферы деятельности интервьюируемого» [25, с. 77]. Л.Е. Кройчик видит задачу интервью в выявлении точки зрения собеседника по обсуждаемому вопросу и создании о собеседнике психологического портрета [21].

Исходя из данных определений, можно сформулировать основные характеристики театрального интервью:

Предмет: диалог журналиста с социально значимой личностью, занимающей определённую должность в театральной сфере: режиссёром, актёром, художественным руководителем или директором театра, театральным критиком и обозревателем.

Целевая установка: выявить точку зрения собеседника по обсуждаемому театральному событию или явлению и создать о собеседнике психологический портрет; информировать читателя об определённом театральном событии,

проанализировать его и дать экспертную оценку посредством интервьюирования.

А. А. Тертычный рассматривает два типа интервью: информационное и аналитическое [59]. Анализируя различные специализированные и универсальные интернет-издания на театральную тематику («Театр», «Культмену»), можно отметить, что информационное интервью чаще всего встречается в изданиях массового характера, а аналитическое – в специализированных. Данное распределение обусловлено отличием уровня знаний аудитории обоих типов изданий. Это характерно для многих жанров театральной журналистики.

Поводом для театрального информационного интервью может послужить премьера спектакля, а его героем – режиссёр, актёр или ной сотрудник, принимавший непосредственное участие в создании театральной постановки. В данном случае материал может носить не только информационный, но и рекламный характер. В театральном аналитическом интервью поводом служит неоднозначное театральное явление, требующее глубокого анализа, экспертной оценки и предложений решений проблемы. Героями данных интервью могут выступать театральные критики и обозреватели, директора или художественные руководители театров.

М. М. Груздева отмечает, что в театральных интервью важны формулировки вопросов и реплик, «которые приобретают не только содержательную, но и эстетическую ценность» [8, с. 22]. Немаловажную роль в данном аспекте играет медийность и известность героя, так как большой интерес в интервью вызывают психологические особенности личности. В формулировках вопросов также могут встречаться аллюзии и цитаты из известных литературных или театральных произведений. В интервью может присутствовать скрытая оценка журналиста, выраженная в его комментариях и в формулировках вопросов.

М. М. Груздева также отмечает, что театральным интервью присуща новая форма – эссе, для которого характерен «спектр тем, связанных с

театральным искусством, специфика творческой личности собеседника из театрального мира, стремление журналиста создать синтетический медиатекст» [8, с. 24]. Исходя из данных суждений можно сделать вывод, что жанр интервью является одним из популярных в театральной журналистике. В массовых и специализированных изданиях встречаются как информационные, так и аналитические интервью. Оценка журналиста в интервью имеет скрытый характер и проявляется через формулировки вопросов и комментарии. Жанр интервью активно развивается в новых форматах и трансформируется в синтетический медиатекст.

В данной работе стоит также рассмотреть жанр репортажа. Несмотря на то, что репортаж в театральной журналистике встречается редко, необходимо дать его характеристику, так как элементы данного жанра встречаются в материалах проекта «Репетиция начинается!». Г. В. Лазутина и С. С. Распопова разделяют понятия репортажа как жанровой модели и репортажного письма как метод предъявления информации. Репортаж как жанровая модель, по мнению исследователей, – это «особая разновидность журналистского произведения с устойчивыми характеристиками» [27, с. 99], в то время, когда репортаж как метод предъявления информации «может быть использовано в материале любого жанра, когда есть потребность наглядно воспроизвести эпизоды действительности» [27, с. 99]. К этому определению стоит добавить понятие задачи репортёра, которую сформулировал А. А. Тертычный: «Задача любого репортера заключается прежде всего в том, чтобы дать аудитории возможность увидеть описываемое событие глазами очевидца (репортера), т.е. создать «эффект присутствия»» [59].

Так как в авторском проекте «Репетиция начинается», как уже было обозначено выше, присутствуют только элементы репортажа, стоит взять за основу определение репортажного письма, сформулированного Г. В. Лазутиной и С. С. Распоповой, а также дополнить его характеристикой А. А. Тертычного. Итак, репортаж как метод предъявления информации – это способ журналиста передать в тексте динамику события, авторские

переживания и наглядно воспроизвести эпизоды действительности, тем самым обеспечить читателям «эффект присутствия».

Предмет репортажного предъявления информации: ситуация или событие в развитии.

Цель: передать в тексте динамику события, авторские переживания и наглядно воспроизвести эпизоды действительности.

Таким образом можно сказать, что если в репортаже как жанровой модели, обладающей устойчивыми признаками, событие или ситуация освещается от начала до конца, то в репортажном предъявлении информации может быть передана только часть события, при этом следуя основным задачам жанровой модели – элементами репортажа. Данная характеристика предъявления информации соответствует концепции материалов авторского проекта «Репетиция начинается!».

С учётом развития журналистики и её перехода в новые медиа, возникает новый формат материалов – мультимедийная история. Прежде чем дать определение данного явления, необходимо проанализировать понятия жанра и формата.

Исследователь Г. В. Лазутина определяет жанр как «понятие теории творчества, передающее специфику определенного вида творчества», а формат «есть понятие коммуникативистики, характеризующее место предмета коммуникации в информационных потоках, адресуемых обществу» [26, с. 17]. На основе данных понятий можно сделать вывод, что категория «жанр» обладает устойчивыми признаками и является опорным определением для информационного продукта, в то время, когда формат образует форму подачи контента в определённом жанре и обозначает совокупность признаков какого-либо предмета коммуникации. Нужно добавить, что формат ориентирован на определённый сегмент аудитории. В интернет-журналистике формат состоит из элементов мультимедиа.

Мультимедиа – «это любая комбинация текста, изображения, звука, анимации и видео, предоставленная вам с помощью компьютера или иного

электронного или цифрового устройства» [32, с. 37]. Таким образом, можно сказать, что мультимедийный формат материалов позволяет выйти за рамки установленных жанров и свободно включать в текст любые мультимедийные элементы.

Для читателя данный способ передачи информации обеспечивает наиболее глубокое и полное понимание материала на большинстве электронных носителях, а журналисту – больше вспомогательных средств посредством медиа, а также новую возможность создать публицистический образ. Мультимедиа составляет основу нового журналистского формата – мультимедийной истории (лонгрида).

Исследователи М. С. Горшкова и А. С. Юферева выделяют два типа данного формата: лонгрид и мультимедийный лонгрид. Лонгрид, по мнению экспертов, – «это журналистское произведение, основой которого является длинный текст, чередующийся с визуальным контентом» [7, с. 107]. В мультимедийном лонгриде важны компьютерные технологии и интернет-коммуникации, благодаря которым формат «включает всё разнообразие компонентов мультимедиа и создаёт новые измерения визуальности» [7, с. 107]. То есть если в первоначальном лонгриде читатель по желанию сам может воспроизвести элементы медиа (изображение, видео, аудио, анимацию), то в мультимедийном лонгриде «длинное чтение» происходит на отдельном веб-сайте в сопровождении самовоспроизводящихся элементов медиа, которые погружают читателя в тему материала и создают необходимую атмосферу. Несмотря на технические различия, во всех типах лонгридов присутствует синтез жанров и чередование элементов медиа, характерное для явления мультимедиа. В дальнейшем анализе автор данной работы будет придерживаться первоначальным характеристикам лонгрида (мультимедийной истории).

Рассмотрим несколько характерных черт данного формата. Е. В. Выровцева отмечает, что, помимо традиционных журналистских жанров (репортаж, интервью, очерк, статья), в мультимедийной истории могут

встречаться жанры журналистского расследования, памфлета-разоблачения, очерка или аналитической статьи, которые с помощью мультимедийных технологий может превратиться в «интересную историю» [6, с. 56]. При этом в формате мультимедийной истории поднимаются социальные проблемы, описываются значимые изменения или явления, произошедшие в обществе, а также встречается событийный сюжет.

Помимо цифрового кода, интерактивности, мультимедийности и гипертекстуальности (некоторые исследователи определяют данный элемент как часть мультимедийности и как отдельную характеристику), для формата лонгрида, как и для всех жанров мультимедийной журналистики, характерна диффузия жанров, то есть взаимопроникновению жанров друг в друга. Данное явление связано с ростом развлекательной функции журналистики, развитием фрагментарного, обрывистого и нелинейного восприятия информации аудиторией, а также изменчивостью цифровой и интернет-среды. С. И. Симакова и С. А. Панюкова отмечают: «Аудитория становится мультизадачной, журналисты вынуждены искать наиболее эффективные форматы для распространения информации. И эти форматы основаны в первую очередь на визуализации контента» [55, с. 58-59].

Диффузия жанров и мультимедийные средства также способствуют дополнению и развитию общего рассказа. Формат лонгрида подстраивается под нелинейное восприятие текста современным читателем, учитывая его самостоятельность в выборе как, где и когда получить тот или иной контент. Данный принцип медиапотребления отражён в концепции трёх «А»: Anything, Anywhere, Anytime – «любой контент в любом месте и в любое время» [55, с. 59]. То есть пользователь может изучить текст лонгрида в полном объёме, а может осуществить это фрагментарно, обратив внимание на конкретные фрагменты текста, изображения, видео- или аудиофайлов, при этом не потеряв смысл материала.

Из данных суждений можно сделать вывод, мультимедийная история не имеет конкретного жанра. Для формата свойственна «гибкость» потребления,

жанровая диффузия и визуальное наполнение как основа контента. Элементы медиа в мультимедийной истории взаимосвязаны, дополняют друг друга, а также создают общую картину материала. При этом текст, с одной стороны, является основным элементом формата, а с другой – находится наравне с остальными медиа компонентами.

Для увлекательного и углублённого изучения материала лонгрида необходим один из основных элементов медиатекста – сторителлинг. Прежде чем перейти к рассмотрению данного явления, необходимо дать определение сторителлинга и мультимедийного нарратива.

Д. Г. Качанов определяет нарратив как «повествовательную коммуникативную технику и форму организации человеческого опыта, представляющая собой репрезентацию событий, которые представлены в виде временной или причинной последовательности в той или иной семиотической системе» [17, с. 11]. Сторителлинг исследователи обозначают как форму «подачи большого объема информации в цифровой среде с использованием возможностей разных медиаплатформ, присущих им выразительных средств и жанров [32, с. 140]. Обобщая вышесказанное, можно объяснить разницу между понятиями. Нарратив – более литературная форма повествовательности, в то время как повествование в сторителлинге представлено с точки зрения медиатекста и соответствует присущим ему выразительным средствам и жанрам. Следовательно, проводить дальнейший анализ повествования в формате лонгрида следует, исходя из понятия сторителлинга. Исходя из психологии, основой сторителлинга стала трактовка нарратива как обмен историями, пропущенными через собственное «я», то есть основанных на собственном опыте автора. После данной концепции сторителлинг начал развиваться в сфере управления персоналом, а затем и в других сферах человеческой деятельности: медиа, PR-коммуникациях, искусстве и т.д.

Можно предположить, что в данном аспекте сторителлинг схож с концепцией жанра репортажа, предполагающего, как уже было рассмотрено

выше, достижения «эффекта присутствия» и возможность увидеть описываемое событие глазами очевидца [59]. Однако для повествовательности в медиатексте характерен другой тип сторителлинга – мультимедийный нарратив, к которому можно отнести комбинации элементов медиа: фото, видео, инфографики, интерактива, панорам, гиф-анимации, 3D-графики, слайд-шоу, таймлайнов и др. Исходя из данных суждений, можно сказать, что мультимедийный нарратив в сопровождении компонентов медиа составляют формат мультимедийной истории и лонгрида. Рассмотрев некоторые жанры и форматы современной театральной журналистики (рецензия, интервью, мультимедийная история), можно перечислить их основные характеристики (при условии публикаций на сетевой платформе): интерактивность, гипертекстуальность, мультимедийность. Также данным жанрам присущи такие особенности, как пограничное нахождение между литературой, публицистикой и журналистикой, ориентир на информационно-развлекательный контент и адаптация к новым медиаплатформам.

Выводы первой главы.

Театральная журналистика в России развивалась на протяжении четырёх веков (с XVIII по XXI) и продолжает своё непрерывное развитие. В современном мире она получила новые жанры и форматы, отчасти перешла в сетевое пространство и состоит из мультимедийных элементов. Развиваются театральные блоги, которые ведут театральные кинокритики, руководство театра или обычные зрители. Широко применяются цифровые технологии для создания театральных представлений и их последующей трансляции в сетевое пространство (прямые эфиры с возможностью комментирования и обозначения виртуальных реакций). Обобщая вышесказанное, можно заключить, что жанры и форматы театральной журналистики постоянно развиваются и соответствуют современной информационной, мультимедийной и культурной повестке.

Глава 2 «Репетиция начинается!» – авторский проект для сетевого издания «Молодежный медиахолдинг “Есть talk!”»

2.1 Концепция авторского проекта «Репетиция начинается!»

Перед тем как разрабатывать концепцию проекта «Репетиция начинается!», необходимо изучить, как представлена тема театра в современных СМИ и рассмотреть аналогичные проекты в сетевых интернет-изданиях, информирующих аудиторию о театральной жизни и анализирующих конкретные театральные события. Также для создания концепции медиапроекта важно провести типологический анализ сетевого издания, на площадке которого будет реализован проект.

При анализе использовались как специализированные издания о театре, так и универсальные массовые, выделившие для освещения театральной деятельности отдельную рубрику. Типологическая характеристика основана на критериях, сформулированных профессором А. И. Акоповым [2]. Он выделяет три группы критериев: типоформирующие, вторичные и формальные. К типоформирующим признакам относятся: издатель (социальный институт или лицо, выпускающее данное издание), цель и задачи, направленные на получение желаемого результата работы издания, а также читательская аудитория данного издания во всех характеристиках её свойств. Вторичные типологические признаки содержат в себе свойства, показатели, составляющие уже внутреннюю структуру типа как модели. Это авторский состав (авторы материалов), внутренняя структура издания, соответствующая его информационной политике и выражающаяся в системе рубрик, разделов, жанры и оформление (наличие или отсутствие элементов художественного оформления). Последняя группа критериев типологической характеристики издания, которую выделяет А. И. Акопов, – формальные. К данному типу критериев относятся измеряемые параметры изданий: периодичность, объём, тираж и формат [34, с. 16].

Анализ изданий производился в период с 01.10.2021 по 01.12.2021.

Для анализа специализированного театрального издания был выбран официальный сайт журнала «Театр» [57]. Журнал издается с 1930 года. В настоящее время учредителем издания является Союз театральных деятелей Российской Федерации при поддержке Фонда Михаила Прохорова. Главным редактором журнала является российский театровед и театральный критик Марина Давыдова.

Спектр своей деятельности журнал обозначил так: «О современном искусстве на сцене, за сценой, вне сцены» [13].

Журнал имеет специализированный характер и ориентирован на «подготовленного» читателя, поэтому его целевая аудитория – специалисты в театральной сфере и поклонники театра. Возрастное ограничение – 16+. Исходя из данных положений, можно сформулировать цель журнала: рассказать о сценическом искусстве во всех аспектах.

Журнал состоит из материалов, посвящённым новостям из сферы театра, обзорам спектаклей, динамике развития современного театрального искусства, экспертной оценке театральных явлений, интервью с театральными деятелями, а также рекомендациям спектаклей и тематическим театральным гидам. На страницах журнала также размещаются пьесы современных драматургов.

Внутренняя структура сайта журнала «Театр» подразделяется на восемь разделов: «Архив журнала», «Блог», «Гиды», «Новости», «Блиц», «Рекомендации», «Технологии», «Редакция» [57]. Предпочитаемые жанры – интервью, рецензия, статья, анонс.

Количество подписчиков в официальном сообществе журнала «Театр» в социальной сети «ВКонтакте» (на 16.04.2022) – 18713 [13].

Дизайнерское решение сайта журнала «Театр» выполнено в чёрном и белом цветах. Иллюстрации в публикуемых материалах цветные.

Сайт обновляется в течение суток.

Федеральное универсальное издание IZ.RU – официальный сайт газеты «Известия». Издатель – холдинг «Национальная Медиа Группа» и ООО «МИЦ «Известия». В издания «Известий», помимо мультимедийного портала и одноимённой газеты, также входит круглосуточный телеканал «Известия», новостные программы на телеканалах «РЕН ТВ» и «Пятый канал». Главным редактором интернет-издания IZ.RU является Михаил Фролов. Редакция начала свою работу в 2017 году, газета «Известия» издаётся с 1917 года.

Своими главными качествами работы редакция считает быстроту, удобность и честность. Оперативность издание подчёркивает слоганом: «Известия – все новости из первых рук!» [61]. Цель издания можно сформулировать так: оперативно и объективно донести читателям новости политики, экономики, спорта, культуры.

Целевая аудитория портала – люди от 30 до 55 лет, интересующиеся политикой, экономикой и аналитикой. Возрастное ограничение – 18+.

Сетевое издание специализируется на новостях, аналитике, прогнозах и в других направлениях. Рубрикация на сайте следующая: «Новости», «Статьи», «Мнения», «Фото», «Видео», «Инфографика», «Рубрики» [60]. В последней есть подрубрики по конкретным направлениям, одно из которых – «Культура».

Новости о театре на сайте можно найти по тегам «театры», «режиссёры», «артисты», «минкультуры» и другие. Избранные жанры: заметка, интервью, анонс. Просмотры варьируются от 500 до 11000.

Количество подписчиков в официальном сообществе «Известий» в социальной сети «ВКонтакте» (на 19.04.2022) – 505684 [61].

Дизайнерское решение на сайте выполнено в фиолетовом, сером и белом цветах с цветными иллюстрациями в материалах.

Сайт обновляется в течение суток.

Для анализа федерального универсального издания также возьмём интернет-издание «Коммерсантъ» [19]. Издателем выступает издательский дом «Коммерсантъ». В 1990 году вышла одноимённая газета – первое частное

деловое издание в России. Официальный сайт «Коммерсанта» появился в 1995 году (kommersant.ru). Главным редактором сетевой версии является Владимир Желонкин. Заведующий отделом культуры – Сергей Ходнев.

Для «Коммерсанта» важны такие принципы, как оперативность, достоверность, объективность. По специализации издание позиционирует себя как деловое [18]. Можно предположить, что целью издания является оперативное освещение и аргументированная оценка общественных, политических и экономических явлений в России и мире.

Аудитория издания – деловые люди от 30 до 55 лет, интересующиеся политикой, экономикой и аналитикой. Возрастное ограничение – 16+.

Помимо указанных направлений, «Коммерсантъ» освещает широкий диапазон других тем: от культуры и спорта до автомобильной тематики и стиля жизни. Рубрикация: «Экономика», «Политика», «Мир», «Культура» и т.д. [19].

По традиции тема театра представлена в разделе «Культура». В отличие от большинства универсальных массовых изданий, «Коммерсантъ» посвящает театральной теме материалы, написанные в аналитических и художественно-публицистических жанрах (рецензия и портретное интервью) с ярко выраженной авторской оценкой. Театральные обзоры, тематические гиды и афиши в разделе отсутствуют.

Просмотры материалов на театральную тему варьируется от 1 тыс. (рецензии) до 23 тыс. (аналитика театральных явлений, интервью). Количество подписчиков в официальном сообществе «Коммерсанта» в социальной сети «ВКонтакте» (на 17.04.2022) – 389021 [18].

Цветовое решение интернет-издания выполнено в тёмно-синем и белом цветах с цветными иллюстрациями в материалах.

Сайт обновляется в течение суток.

Анализ специализированного массового местного издания проводится на примере интернет-портала «Культурная карта Тольятти» [24] и его сообщества в социальной сети «ВКонтакте» – «Культмению» [23]. Портал

администрируется муниципальным автономным учреждением г. о. Тольятти «Культурный Центр «Автоград» (МАУ «КЦ «Автоград»). Проект также направлен на выполнение показателей национального проекта «Культура».

Цель портала «Культурная карта Тольятти» – ознакомить жителей города Тольятти с городским культурным продуктом, а также дать им возможность выступить с собственной инициативой и получить поддержку. Издание выполняет следующие задачи: информирование граждан о городских культурных мероприятиях (раздел «Афиша»), сбор культурных инициатив населения и учреждений («Проекты»), представление программы учреждений культуры и их исторической справки («Площадки», «История»), систематизация информации о городской культуре в различных форматах по сегментам («Культурная карта», «Новости», «Личности», «Коллективы») [24].

Целевая аудитория портала – жители города Тольятти, интересующиеся городскими культурными мероприятиями. Возрастное ограничение не указано.

Информация на театральную тему на сайте портала представлена в разделах «Афиша» (анонсы спектаклей), «Площадки» (информация о театральных площадках города), «Коллективы» (информация о городских театральных коллективах), «Личности» (биографическая справка о городских театральных деятелях). В разделе «Карта» представлена интерактивная карта культурных учреждений города (в том числе театров) с контактной информацией каждого. В разделе «Новости» могут быть представлены анонсы спектаклей. Предпочитаемые жанры – анонс, заметка, обзор.

Цветовое решение сайта портала передано в двух цветах (синий и белый) с серыми вставками и цветными иллюстрациями в материалах.

Сайт обновляется в течение трёх дней.

У портала «Культурная карта Тольятти» имеется сообщество в социальной сети «ВКонтакте» – «Культмению», который можно считать отдельным медиапроектом. Количество подписчиков (на 16.04.2022) – 10016 [23]. Издание позиционирует свой контент как «мякотка тольяттинской

культуры» [23], следовательно, цель сообщества совпадает с порталом «Культурная карта Тольятти» – сориентировать читателя в культурных мероприятиях города. Задачи информационной платформы: писать о выставках, концертах, спектаклях и фестивалях Тольятти простым и понятным языком; составлять подробные гиды по выходным для взрослых и детей; производить гиф-анимацию и видеоконтент. Просмотры варьируются от 599 до 6,9 тыс. [23].

Контент сообщества распределён на тематические хештеги (#выставки@kultmenu, #концерты@kultmenu, #спектакли@kultmenu и т.д.). Темы постов – тематические гиды по культурным мероприятиям города, анонсы представлений, новостные сводки культурных событий, розыгрыши билетов на концерты, спектакли и т.д. Мини-рецензии на культурные мероприятия представлены в виде ответов на вопрос: «Почему стоит это посетить?». Сообщество активно использует видеоформат, в котором представляет новостную сводку по культурным мероприятиям города, а также рекомендации спектаклей, выставок, концертов и т.д. В фотоальбомах сообщества размещены фотоотчёты с культурных событий. В дни проведения фестиваля «Премьера одной репетиции» «Культмению» публикует небольшие интервью с режиссёрами эскизов. Предпочитаемые жанры: обзор, рекомендация, мини-рецензия, анонс, интервью.

Сообщество обновляется в течение суток.

Анализ массового местного универсального издания также проводится на примере интернет-издания TLT.ru [63]. Проект начал свою работу в 1999 году. Учредителем является ООО «Инфолайн». Главным редактором выступает Василий Горемыкин. Издание позиционирует себя как первый городской информационный портал [63]. Специализация – информационная, общественно-политическая, экономическая, культурная.

Цель издания можно сформулировать так: рассказывать о жизни Тольятти честно и оперативно, выделяя главные новости и предлагая уникальную информацию.

Целевая аудитория – жители города Тольятти, интересующиеся городскими новостями политики, экономики, культуры. Возрастное ограничение – 16+.

На официальном сайте издания размещена рубрикация: «Город», «Экология», «Бизнес», «Регион», «Власть», «Досуг», «Спорт», «Происшествия». Материалы на тему театра представлены в разделе «Досуг» и в дополнительной вкладке «Афиша» (подрубрика: «Спектакли») [63]. Предпочитаемые жанры: заметка, анонс. Просмотры варьируются от 2 до 132.

По информации с официального сайта издания, новостной портал TLT.RU ежедневно просматривают более 10000 горожан [63]. Количество подписчиков в официальном сообществе издания в социальной сети «ВКонтакте» (на 17.04.2022) – 10811 [62].

Цветовое решение на сайте издания выполнено в синем и белом цветах с цветными иллюстрациями в материалах.

Сайт обновляется в течение суток.

Анализ массового местного универсального издания также проводится на примере издания TLTgorod [64]. Сайт портала начал свою работу в 2009 году. Информация о главном редакторе и издателе не распространяется.

Информационный портал TLTgorod специализируется на городских важных событиях и происшествиях. Также издание публикует афишу кино, театров, ночных клубов и других культурных заведений. Цель издания можно сформулировать как информирование читателей о городских событиях политики, экономики, криминала, культуры.

Целевая аудитория – «человек любого возраста, пола и социального статуса» [64]. Возрастное ограничение – 16+.

На сайте издания размещена рубрикация: «Бизнес», «Новости», «Видео», «Фотоотчеты», «Криминал», «Расследования», «Точка зрения», «Объявления», «Работа», «Клубы», «Афиша», «Киноафиша», «Ещё» [64].

Материалы о театре опубликованы в рубрике «Новости» в разделе «Культура». Используемые жанры: корреспонденция, заметка, колумнистика.

Количество подписчиков в официальном сообществе издания в социальной сети «ВКонтакте» (на 17.04.2022) – 1467 [65].

Цветовое решение на сайте издания выполнено в розовом и белом цветах с зелёным фоном и цветными иллюстрациями в материалах.

Сайт обновляется в течение суток.

Вместе с анализом аналоговых изданий необходимо также изучить местное универсальное издание, на базе которого будет разрабатываться концепция проекта «Репетиция начинается!» – сайт молодёжного медиахолдинга «Есть talk!» [12]. Издание является структурным подразделением Тольяттинского государственного университета (ТГУ). Ведёт свою деятельность с 2016 года. Директором медиахолдинга является Татьяна Соколова, главным редактором – Кирилл Турутин.

Цель издания можно обозначить как создание журналистских материалов для молодёжной аудитории на тему городских и университетских событий.

Целевая аудитория издания – молодые люди города Тольятти от 16 до 35 лет, а также абитуриенты и студенты ТГУ. Возрастное ограничение – 12+.

Материалы для издания создают студенты кафедры «Журналистика» Тольяттинского государственного университета. Издание освещает широкий спектр тем: культура, наука и технологии, спорт, мода, урбанистика, студенческие спецпроекты и новости ТГУ. На сайте также есть рубрики: «Толковости», «Научпоп», «Учись как надо», «С места в карьеру», «Слово школам», «Спецпроекты», «Толк радио», «Толк ТВ», «Анонсы» [12].

Материалы о театре выполнены в жанрах рецензии, интервью, корреспонденции, отчёта, а также в формате мультимедийной истории. Примерное количество просмотров варьируется от 80 до 573.

Количество подписчиков в официальном сообществе издания в социальной сети «ВКонтакте» (на 17.04.2022) – 835 [30].

Цветовое решение на сайте выполнено в голубом, белом, сером и оранжевом цветах с цветными иллюстрациями в материале.

Сайт обновляется в течение суток.

Исходя из данного анализа специализированных театральных изданий и аналогичных медиапроектов (журнал «Театр» [13], сетевые издания IZ.RU [60], «Коммерсантъ» [19], «Культурная карта Тольятти» [24] («Культмену Афиша Тольятти» [23]), TLT.RU [63], TLTgorod [64] и «Есть talk!» [12]) можно подвести некоторые итоги. Количество подписчиков в официальных сообществах изученных изданий в социальной сети «ВКонтакте» варьируется от 835 до 505684. Предпочитаемые жанры, в которых издания освещают театральные темы, – интервью, рецензия, заметка, анонс. Популярность, количество просмотров и «лайков» на материалы, посвящённых театральной тематике, зависит от информационного повода и даты публикации. На примере рассматриваемых изданий, процент материалов о театре составляет 26% от общего числа публикаций.

Исходя из результатов исследования, можно сделать вывод, что публикации о театрах в рассматриваемых СМИ (за исключением специализированных) готовятся на основе оперативных поводов; системный подход к освещению театральной темы отсутствует. Актуальность авторского мультимедийного проекта «Репетиция начинается!» обусловлена отсутствием аналогичных проектов, посвящённых фестивалю «Премьера одной репетиции», а также небольшому проценту освещения темы театра в СМИ.

Рассмотрев аналогичные специализированные и универсальные интернет-проекты, в которых освещается тема театра, можно приступить к разработке концепции авторского мультимедийного проекта «Репетиция начинается!».

Название проекта: «Репетиция начинается!». Репетиция по своей сути – это место и время, где можно учиться на своих ошибках, чтобы потом выйти на результат. Так как данный мультимедийный проект побуждает к экспериментам и свободе творчеству, молодые актёры театра «Дилижанс» могут стать положительным примером для тех, кому ещё предстоит найти своё место в жизни.

Слоган: «Вдохновляйся и твори!».

Миссия проекта: открыть молодым людям мир «нового театра» и побуждать к действию: показать, что не нужно бояться экспериментировать и выходить за рамки привычного.

Целью проекта является создание и продвижение цикла из двенадцати материалов о проведении фестиваля «Премьера одной репетиции» театра «Дилижанс». Данный фестиваль состоится ежегодно и проходит под статусом федерального. Участники события – молодые российские режиссёры и театральные критики, актёры театра «Дилижанс», журналисты. Участники в ограниченные сроки в рамках программы «Режиссёрская лаборатория» ставят спектакль и сразу же показывают его публике. Особенности фестиваля для зрителя – возможность увидеть, как рождается спектакль, принять участие в открытых обсуждениях, оценить работы творческих коллективов и увидеть актёров вне их сценических образов.

Заказчиком проекта выступает театр юного зрителя «Дилижанс». Данный театр отличает уникальный творческий стиль. Его специфика заключается в экспериментировании с жанрами, поисках нестандартной интерпретации классических произведений и их актуализация для молодежной аудитории, а также возможности продвигать пьесы современных драматургов.

Задачи проекта:

- разработать концепцию авторского цикла мультимедийных материалов «Репетиция начинается!»;
- в соответствии с концепцией подготовить цикл мультимедийных материалов для сетевого издания молодёжный медиахолдинг «Есть talk!»;
- использовать мультимедийный формат для обеспечения высокой декодируемости публикаций и соответствия запросам молодежной аудитории;

- продвигать авторский проект посредством распространения ссылок на опубликованные на сайте молодёжного медиахолдинга «Есть talk!» медиаматериалы в социальной сети «ВКонтакте».

Целевая аудитория проекта – молодые люди города Тольятти в возрасте от 14 до 23 лет, интересующиеся театральным искусством и, в частности, творческой деятельностью театра «Дилижанс». Необходимо также отметить, что целевая аудитория фестиваля примерно совпадает с аудиторией молодёжного медиахолдинга «Есть talk!».

Тип материалов проекта: тексты и гипертексты для сетевой платформы и газеты в жанрах рецензии, интервью и репортажа, часть которых отличает мультимедийный формат.

Уникальность проекта состоит в авторской интерпретации рассматриваемых явлений и субъективной оценки действительности, в смешении жанров, иронии и интертекстуальности. В материалах также присутствуют уникальные (авторские) фото- и видеоматериалы с репетиций спектаклей.

Автором проекта является студент 4-го курса кафедры «Журналистика» Тольяттинского государственного университета (ТГУ) Сергей Сызганцев. Автор достаточно глубоко погружён в тему исследования и имеет несколько достижений как в театральной сфере (двукратный лауреат ТГУ и Самарской области в фестивале студенческого творчества «Студенческая весна» (2021, 2022 гг.), так и в журналистской (диплом за дневник фестиваля на портале Молодёжного медиахолдинга «Есть talk!» в одиннадцатом фестивале «Премьера одной репетиции» (2020 г.), диплом за третье место в номинации «Захватывающая история» в Международном фестивале-конкурсе «Планета Медиа» за театральную рецензию ««Мёртвые души» живы. В «Дилижансе» прошла премьера фантасмагории «Чичиковlive»», размещённую на портале Молодёжного медиахолдинга «Есть talk!»» (2022 г.)).

Структура проекта: Цикл из двенадцати материалов в жанрах рецензии, репортажа и интервью, а также в формате мультимедийной истории.

Темы публикаций: театр, репетиционный процесс, творческий путь, режиссёрская и актёрская работа, закулисы; рецензии на спектакли фестиваля, история театра «Дилижанс» и фестиваля «Премьера одной репетиции».

Понятия, определяющие контент: театр, театральный фестиваль, театральная рецензия, репетиция, премьера, актёры, режиссёры, эксперимент, творчество, закулисы.

Принципы подачи: Особенность авторской подачи информации – смешение жанров репортажа и интервью в мультимедийных материалах проекта. Репортажный стиль обеспечивает читателям эффект присутствия, максимальную включенность, а интервью – подробный рассказ о творческом процессе создания спектакля. В материалах также встречается гипертекст и дневниковая подача. Гипертекст позволяет читателям получить дополнительную информацию о предмете материала, а дневниковый принцип подачи обеспечивает эффект оперативности и «сиюминутности». Текстовые блоки чередуются с фото- и видеоматериалами со спектаклей и репетиций. Часть из них – авторские. Данные мультимедиа позволяют создать естественную атмосферу творческого процесса, а также показать окружающую обстановку работы режиссёров и актёров.

Стилевое решение с точки зрения цвета материалов совпадает с цветовым соотношением сайта (синий и белый цвета). Отдельные цитаты героев могут быть вынесены на плашку серого цвета. Стилевое решение с точки зрения языка за счёт описательных, повествовательных моментов «нарисовать» в голове у читателя чёткий портрет героя, его окружение, а также посредством рассуждения о сути фестиваля предложить задуматься над городской идентичностью и человеческой природой.

За время работы над проектом «Репетиция начинается!» удалось подготовить 12 материалов, характеризующие фестиваль «Премьера одной репетиции» как значимый для молодежной аудитории, как уникальную творческую площадку, которая участвует в формировании культурной

городской среды. Среди публикаций проекта рецензии на эскизы, а также интервью в формате мультимедийной истории с организаторами и участниками фестиваля. Таким образом удалось подготовить медиапроект, который позволяет системно представить фестиваль – и с точки зрения его содержания и структуры, и с точки зрения формы и прагматического аспекта – восприятия работ зрителями.

С 11 сентября 2020 года по 18 апреля 2022 года было подготовлено 12 журналистских материалов в рамках мультимедийного проекта «Репетиция начинается!»:

- «Премьера одной репетиции»: дневник фестиваля. Причудливая и пугающая «Комната Герды» [43].
- «Премьера одной репетиции»: дневник фестиваля. Как обрести свободу, «Постучавшись в небесную дверь» [41].
- «Премьера одной репетиции»: дневник фестиваля. Провокационный и завораживающий «Сад наслаждений» [45].
- «Премьера одной репетиции»: дневник фестиваля. Актуальный и сумбурный «Фантом Марины Кудряшовой» [39].
- «Премьера одной репетиции»: дневник фестиваля. «Блонди» – счастливы, но несвободны [40].
- «Премьера одной репетиции»: дневник фестиваля. Причудливый и эксцентричный «Чангара Зангези пророк» [44].
- «Премьера одной репетиции»: дневник фестиваля. Сокращённые «Карамазовы» [46].
- Премьера одной репетиции»: дневник фестиваля. Предотвратить дуэль и «Спасти камер-юнкера Пушкина» [42].
- Премьеры для самых юных. Как прошёл и чем удивил 12-й фестиваль «Премьера одной репетиции» [47].
- Репетиция начинается! Как фестиваль «Премьера одной репетиции» ставит творческие эксперименты [49].

- Репетиция начинается! Режиссёр и актриса Екатерина Зубарева: «Ставить спектакль и не играть в нём – это неинтересно» [51].
- Репетиция начинается! Режиссёр и актриса Алёна Савельева: «Искусство – это по любви» [50].

2.2 Анализ авторского проекта «Репетиция начинается!»

Предметом материалов мультимедийного проекта «Репетиция начинается!» являются эскизы фестиваля «Премьера одной репетиции», его организаторы и участники. Девять материалов выполнены в жанре рецензии, три – в формате мультимедийной истории с использованием жанров интервью и элементов репортажа.

Предметом рецензии в проекте является эскиз фестиваля «Премьерой репетиции». Цель – проанализировать спектакль, выявить его достоинства и недостатки, а также дать оценку. Используемые методы получения информации: наблюдение, проработка документов. Рецензии проекта имеют единую композицию: заголовок, лид, краткое содержание спектакля, анализ режиссёрской и актёрской работ, вывод. При большом объёме текст делится на тематические блоки с подзаголовками и иллюстрациями.

В рецензиях проекта освещается широкий спектр тем, связанных как с театральным творчеством, так и с общечеловеческими «вечными» вопросами, которые поднимаются в эскизах фестиваля. Например, в материале «Премьера одной репетиции»: дневник фестиваля. Причудливая и пугающая «Комната Герды» [43] наряду с анализом техники кукольного спектакля ставится проблема непринятия потери близкого человека и вследствие этого ощущение «запертости» в одной комнате. В ещё одной работе проекта «Премьера одной репетиции»: дневник фестиваля. «Блонди» – счастливы, но несвободны» [40] предлагается поразмыслить об устройстве актёрской игры и о театре в целом, а также найти ответ на вопрос, когда кончается надежда и

начинается привыкание к тяжёлым условиям жизни. Наконец, в материале «"Премьера одной репетиции": дневник фестиваля. Предотвратить дуэль и "Спасти камер-юнкера Пушкина"» [42], с одной стороны, подчёркивается как из небольшого количества актёров можно рассказать интересную историю, с другой стороны демонстрируются рассуждения о потерянном поколении, прошлом, настоящем и будущем России, а также жизни и творчестве А. С. Пушкина.

В подробных, детализированных описаниях реквизита и конкретных действий актёров может встречаться интертекст. Данный приём позволяет создать в голове у читателя полноценную «картинку» и провести ассоциативную параллель с другим художественным произведением. Для примера следует процитировать материал «"Премьера одной репетиции": дневник фестиваля. Причудливый и эксцентричный "Чангара Зангези пророк"»: «Эскиз наполнен замысловатыми танцами, запутанными играми и словесными шарадами. Танцы, движения которых замедляются в разноцветных лучах прожекторов, создают у зрителей иллюзию пребывания в таинственном заповедном краю, своеобразной кэрролловской Стране чудес: здесь есть место и волшебству, и причудливым метаморфозам, и диким зверям с бумажными головами» [44]. В текстах также присутствует ирония и некоторое подражание атмосфере и стилового решения эскиза, на который пишется отзыв: «Однажды тёмной-тёмной ночью пятеро детей собрались в тёмной-тёмной комнате, чтобы рассказать друг другу страшные-страшные истории» [47].

В некоторых рецензиях авторская оценка и интерпретация увиденного подкрепляется цитированием слов одного из экспертов фестиваля – театрального критика. Данный приём позволяет дополнить мысль автора словами специалиста, продемонстрировать оценку другого человека, а также посмотреть на эскиз объективно, с учётом мнения эксперта.

Помимо девяти рецензий, авторский проект «Репетиция начинается!» состоит из трёх мультимедийных материалов. Предметом данных выпусков

служит герой – организатор и участник фестиваля «Премьера одной репетиции». Цель – рассказать про развитие и принципы работы фестиваля через истории его организаторов и участников. Методы получения информации: интервью, проработка документов, фото- и видеосъёмка. Тематика мультимедийных материалов – история театра юного зрителя «Дилижанс» и фестиваля «Премьера одной репетиции», творческий путь участников фестиваля – актёров и режиссёров, их тверские решения, рассказы о работе над собственными спектаклями. Засечёт большого объёма каждого материала (25434, 26985, 35349 знаков с пробелами) предполагается максимально углублённое, обстоятельное и увлекательное чтение. Композиция мультимедийного материала одинакова (заголовок, лид, основная часть, заключение), однако построение текста и распределение жанров во всех материалах уникальны – имеют свою специфику. В конце каждого материала герои выполняют оду и ту же просьбу: «Опишите фестиваль “Премьера одной репетиции” тремя словами».

Героем материала «Репетиция начинается! Как фестиваль “Премьера одной репетиции” ставит творческие эксперименты» [49] выступает художественный руководитель театра «Дилижанс» Виктор Мартынов. С его слов и посредством изучения фактической тематической информации автор материала рассказывает об истории театра «Дилижанс» и создании фестиваля «Премьера одной репетиции». Структурно текст разделён на блоки подзаголовками и напоминает оформление пьесы: «Акт I. Виктор Мартынов: «Я ничего не менял, я строил заново»», «Сцена первая. Фестиваль драматургии» и т. д. В каждой «сцене» описывается конкретный период развития фестиваля «Премьера одной репетиции». В своеобразном прологе, чтобы погрузить читателя в атмосферу текста и познакомить с героем материала, автор описывает интерьер его кабинета, а самого героя сравнивает с литературным персонажем. В первом «акте» рассказывается о создании театра «Дилижанс», первых постановках, переменах и кризисных моментах. Первая «сцена» посвящена первому фестивалю «Премьера одной репетиции»

(тогда – «Фестиваль одноактной драматургии»), вторая – второму фестивалю, третья – третьему и т.д. Во втором «акте» авторский текст прерывает интервью с героем, где он рассказывает о природе актёрской игры и способах взаимодействия с артистами. Затем, начиная с шестой «сцены», авторский текст продолжается. В разделе «Вместо занавеса» автор размышляет о том, как фестиваль «Премьера одной репетиции» может изменить Тольятти. Таким образом можно заключить, что материал «Репетиция начинается! Как фестиваль “Премьера одной репетиции” ставит творческие эксперименты» является обзорным и рассказывает о развитии фестиваля «Премьера одной репетиции».

Второй мультимедийный материал «Репетиция начинается! Режиссёр и актриса Екатерина Зубарева: “Ставить спектакль и не играть в нём – это неинтересно”» [51] знакомит читателя с творчеством режиссёра и актрисы театра «Дилижанс» Екатериной Зубаревой. Текст материала также разделён подзаголовками – цитатами героя и авторским текстом. В отличие от первого мультимедийного материала, в котором преобладает жанр обзора, второй состоит из интервью и элементов репортажа. Характеристику героине автор даёт уже в лиде, а в основной части, как и в первом случае, описывает интерьер (в данном случае гримёрной). Последующие части текста посвящены подробному рассказу о спектаклях героини, поставленных в рамках фестиваля «Премьера одной репетиции»: от первой работы («Баба», «Слепые») до крайней («Стойкий оловянный солдатик»). Эпизод «За тканью» разделяет блоки с интервью, в нем вновь представлен репортаж, где автор описывает закулисы и репетиционный процесс спектакля «Песнь Чёрного леса». В тексте также встречается своеобразный «таймер», отсчитывающий время до самой постановки. Так автор использует в повествовании эффект ожидания, способствующий мотивации дочитать материал до конца. Текстовые блоки также чередуются уникальными фото- и видеоматериалами (с применением монтажа) с репетиций и интервью. Таким образом можно сделать вывод о том, что в материале «Репетиция начинается! Режиссёр и актриса Екатерина

Зубарева: “Ставить спектакль и не играть в нём – это неинтересно”» присутствует драматургия со своими основными элементами: завязкой, развитием действия, кульминацией (в виде спектакля) и развязкой.

Последний мультимедийный материал «Репетиция начинается! Режиссёр и актриса Алёна Савельева: “Искусство – это по любви”» [50] рассказывает о жизненном пути и творчестве режиссёра и актрисы театра «Дилижанс» Алёны Савельевой. Автор продолжает давать характеристику герою в лиде и описывать место провидения интервью (здесь – семейная столовая). Впервые даётся описание портрета героя. Текстовые блоки разделяют подзаголовки в виде цитат героини и авторского текста, а также уникальным видеоматериалом с репетиций. Как и в предыдущих выпусках, автор использует хронологический метод повествования, и рассказ героини начинается с её посещения студии детского кино и телевидения «Зеркало»; дальше повествование затрагивает обучение в Санкт-Петербургском университете профсоюзов, возвращение в родной город, работу в нескольких театрах и, наконец, деятельность в театре «Дилижанс». Подробные и выразительные ответы героини с применением иронии и интертекста обеспечивают увлекательное чтение. Таким образом можно заключить, что материал «Репетиция начинается! Режиссёр и актриса Алёна Савельева: “Искусство – это по любви”» можно сравнить с собранием нескольких историй, объединённых одной темой и одним героем.

При создании материалов мультимедийного проекта «Репетиция начинается!» также были учтены семантическая, синтаксическая и прагматическая составляющие журналистского текста. Так как целевую аудиторию авторского проекта составляют молодые люди, интересующиеся театральным искусством, тематика материалов формировалась исходя из особенностей данной целевой аудитории. Это темы личного выбора человека, свободы творчества, нахождения нестандартных точек зрения, стремления пробовать что-то новое и учиться на своих ошибках, общения с единомышленниками и поиск компромисса.

В материалах проекта также были использованы все четыре вида информации, которые раскрывают семантическую сторону текста: дескриптивная, прескриптивная, нормативная и валюативная.

Дескриптивная, то есть фактологическая или описательная информация, содержится в каждом тексте проекта. Например, в материале «"Премьера одной репетиции": дневник фестиваля. Предотвратить дуэль и "Спасти камерюнкера Пушкина"» перечисляются имена актёров, которые играли в спектакле: «В постановке Александра Серенко были заняты четыре актёра театра «Дилижанс» – Константин Федосеев, Пётр и Екатерина Зубаревы и Олег Андюшкин. Практически каждый актёр исполнял в спектакле сразу несколько ролей. Например, Екатерина Зубарева примерила на себя все женские образы – воспитательницы, учительницы, цыганки, студентки, возлюбленной Питунина...» [42].

Прескриптивная информация, то есть информация об образе идеального или должного, также присутствует в материалах проекта. Часто она представлена положительным примером в рецензиях с негативной оценкой постановки и обозначает то, к чему стоит стремиться создателям спектакля для достижения положительного результата. Данный вид информации можно проследить в материале «Премьеры для самых юных. Как прошёл и чем удивил 12-й фестиваль «Премьера одной репетиции»»: «Спектакль заканчивается на довольно спокойной и доброй ноте, что контрастирует с жутким и атмосферным (и немного штампованным) началом, заданным известной композицией «Тили-тили-бом». Не сыграли на руку постановке и развешанные «чеховские ружья» – детали реквизита, которые так и не были использованы в эскизе: белые простыни на зрительных рядах и одежда актёров» [47].

В тексте также встречается валюативная, то есть оценочная, информация. Как правило, данный вид информации является основным в жанре рецензии. Валюативную информации можно проследить в материале ««Премьера одной репетиции»: дневник фестиваля. Актуальный и сумбурный

«Фантом Марины Кудряшовой»», где описываются моменты, которые режиссёру, по мнению автора, достичь не удалось: «В этой динамической какофонии затерялись важные, актуальные темы, с которыми ежедневно сталкиваются подростки: буллинг, проблемы с родителями и друзьями, непонимание учителей, одиночество, бунтарство, желание покинуть этот мир и уйти от проблем» [39].

Наконец, нормативная информация, которая сообщает о том, как достичь необходимого состояния, также отражена в текстах проекта. Как правило, она встречается в авторских рассуждениях. Например, в материале «Репетиция начинается! Режиссёр и актриса Алёна Савельева: “Искусство – это по любви”» она представлена в виде резюмирования, в котором сообщается, что спектакли Алёны Савельевой состоят из тепла, уюта и понимания: «Он [спектакль] – дом, а Алёна его гостеприимная хозяйка. Она не распахивает, а лишь приоткрывает двери зрителям, рассаживает всех по местам, убеждается, что все довольны, и только потом начинает спектакль. И он, словно сладкий чай, разливается по телу, согревает изнутри, и все проблемы вдруг кажутся пустяками. Потому что то, что сделано с любовью, – всегда очень приятно» [50].

Синтаксическая сторона текста раскрывается посредством особого структурирования материалов. Авторская аргументация в рецензиях выходит из зрительского и читательского опыта автора, а в некоторых случаях подтверждается экспертной аргументацией.

Заголовок в каждом материале передаёт идею текста, лид вводит в тему и знакомит читателей с героем выпуска. Тексты большого объёма разделяются подзаголовками на смысловые блоки, которые позволяют структурно и системно представить описываемую информацию. Например, в рецензиях анализ режиссёрской и актёрской работ может быть представлен в отдельных блоках, а в мультимедийных материалах блоками может быть разграничен тот или иной жизненный период героя или рассказ о каком-нибудь спектакле.

Проанализировав информацию, содержащуюся в смысловых блоках материала, можно прийти к выводу, что прагматическая характеристика в тексте является основной. В Тольятти живёт много творческой молодёжи, которая готова реализовать свои способности в различных кружках и студий. Поэтому темы, которые были обозначены в материалах проекта, соотносятся с интересами городской молодёжи. Об этом свидетельствует общее количество просмотров материалов на сайте молодёжного медиахолдинга «Есть talk!» (на 29.04.22): 3673, а также и общее количество «лайков» на личной странице автора в социальной сети «ВКонтакте» (на 29.04.22): 124. Информация в материалах проекта также является общепользуемой и релевантной, поскольку проект направлен в основном на способность принимать нестандартные решения, а это способствует формированию умения адаптироваться под быстро меняющуюся действительность, которое может оказаться полезной каждому.

Материалы проекта содержат от 3402 до 35349 знаков с пробелами, поэтому будут интересны тем, кто предпочитает тексты небольшого объёма, и тем, кто не откажется изучать объёмные выпуски. Материалы разделены подзаголовками, которые делят тексты на смысловые блоки и облегчают чтение.

В качестве иллюстраций в тексте используются фотографии (часть из них авторские) с репетиций и спектаклей театра «Дилижанс», а также уникальные видеоматериалы, дополняющие основное содержание текста. Биографические справки и отдельно взятые цитаты размещены на отдельной плашке серого цвета, чтобы, во-первых, сделать на них акцент, а, во-вторых, дополнительно разделить текст на блоки.

Для продвижения материалов после публикации на сайте молодёжного медиахолдинга «Есть talk!» были использованы социальные сети – выпуски публиковались в социальной сети «ВКонтакте» на официальной странице театра юного зрителя «Дилижанс», в группе кафедры «Журналистика» ТГУ и на личной странице автора.

Выводы второй главы.

Таким образом, можно заключить, что поставленные цели и задачи мультимедийного проекта «Репетиция начинается!» – создать и разработать концепцию авторского цикла мультимедийных материалов «Репетиция начинается!», в соответствии с концепцией подготовить цикл мультимедийных материалов для сетевого издания «Молодёжный медиахолдинг “Есть talk!”» – выполнены. За время работы над проектом «Репетиция начинается!» удалось подготовить 12 материалов, характеризующие фестиваль «Премьера одной репетиции» как значимый для молодежной аудитории, как уникальную творческую площадку, которая участвует в формировании культурной городской среды. Среди публикаций проекта рецензии на эскизы, а также интервью в формате мультимедийной истории с организаторами и участниками фестиваля. Таким образом удалось подготовить медиапроект, который позволяет системно представить фестиваль – и с точки зрения его содержания и структуры, и с точки зрения формата и прагматического аспекта – восприятия работ зрителями.

Заключение

Театр в XXI веке стремится быть ближе к зрителю. Современный театр выстраивает горизонтальные отношения, в которых художник и зритель будут находиться на одной плоскости и приглашать друг друга к дискуссии. Таким образом он увеличивает эмпатию отдельного человека, способствует формированию собственного мнения и запускает в зрителе процесс рефлексии и самоанализа. С учётом развития цифровых технологий стали появляться новые театральные форматы: спектакли на основе платформы Zoom, видеоспектакли, screenlife-спектакли, онлайн-оперы, VR-спектакли, сайт-специфические спектакли.

Медиа в сфере театра являются сегментом медиасистемы и делятся на два уровня: институциональный и уровень медиарынка. Взаимодействие на институциональном уровне реализуется во время спектакля на уровне театральной публики и отдельных деятелях театра, а на уровне медиарынка журналисты и театральные учреждения с помощью медиа вступают в роли инициаторов различных коммуникаций в сфере культуры и отслеживают потребности медиарынка.

Тема театра в современных сетевых СМИ представлены в двух типах материалов: специализированные и универсальные. Если специализированные издания полностью соотносят специфику своей деятельности с театральной темой, то в универсальных изданиях материалы на тему театра представлены в отдельной рубрике, посвящённой конкретно театру, культуре, искусству или досугу. Также в специализированных театральных СМИ преобладают аналитические и художественно-публицистические жанры, в универсальных – информационные и рекламные.

Поскольку в рассматриваемых в работе сетевых СМИ процент количества материалов на тему театра от общего количества материалов невысокий (26%), а также ввиду отсутствия системного подхода в освещении в местных универсальных изданиях фестиваля «Премьера одной репетиции»

театра юного зрителя «Дилижанс» и популярности театрального искусства среди тольяттинской молодёжи было принято решение о создании авторского мультимедийного проекта «Репетиция начинается!» на платформе молодёжного медиахолдинга «Есть talk!».

Целевой аудиторией проекта «Репетиция начинается!» являются молодые люди, интересующиеся театральным искусством и в частности творческой деятельностью театра «Дилижанс». Заказчиком проекта выступил также театр «Дилижанс». Цель проекта – создание цикла из пяти материалов о проведении фестиваля «Премьера одной репетиции» театра юного зрителя «Дилижанс». Миссия – открыть молодым людям мир «нового» театра и показать, что не нужно бояться экспериментировать и выходить за рамки привычного. Слоган: «Вдохновляйся и твори!».

В соответствии с концепцией проекта был подготовлен цикл авторских материалов, посвящённых проведению фестиваля «Премьера одной репетиции». Задачи проекта: разработать концепцию авторского цикла мультимедийных материалов «Репетиция начинается!» и в соответствии с концепцией подготовить цикл мультимедийных материалов для сетевого издания «Молодёжный медиахолдинг “Есть talk!”».

В рамках проекта было подготовлено двенадцать авторских материалов, девять из них – рецензии, три подготовлены в формате мультимедийной истории в жанрах интервью с элементами репортажа. Рецензии представляют собой анализ, авторскую интерпретацию и оценку эскизов фестиваля «Премьера одной репетиции». Материалы в формате мультимедийной истории рассказывают об истории фестиваля «Премьера одной репетиции», а также знакомят читателей с его организаторами и участниками – актёрами и режиссёрами театра «Дилижанс». Данные материалы имеют единую структуру и представляют собой смешение жанров интервью и репортажа.

Объём материалов варьируется от небольших рецензий до обстоятельного интервью с элементами репортажа. Тексты большого объёма разделяются подзаголовками на смысловые блоки, которые позволяют

структурно и системно представить описываемую информацию. Заголовок в каждом материале передаёт идею текста, лид вводит в тему и знакомит читателей с героем или темой выпуска. Во всех материалах проекта имеется гипертекст для того, чтобы читатель смог перейти на необходимые ресурсы и узнать дополнительную информацию – о фестивале или конкретном спектакле. Также текстовая информация чередуется с видео- и фотоматериалами, часть из которых – авторские.

Таким образом, сформулированная цель проекта «Репетиция начинается!» – создание цикла из двенадцати материалов о проведении фестиваля «Премьера одной репетиции» театра юного зрителя «Дилижанс» – можно считать достигнутой. Удалось подготовить медиапроект, который позволяет системно представить фестиваль – и с точки зрения его содержания и структуры, и с точки зрения формы и прагматического аспекта – восприятия работ зрителями. Данный проект представляет интерес для театра юного зрителя «Дилижанс» и имеет перспективу дальнейшего развития.

Список используемой литературы и используемых источников

1. Акопов А. И. Глобальное средство массовой информации // Мир медиа XXI. 1999. № 1. С. 36–41.
2. Акопов А. И. Типологические признаки сетевых изданий // Филологический вестник РГУ. 2000. № 1. С. 42–44.
3. Акопов А. И. Электронные сети как новый вид СМИ // Филологический вестник РГУ. 1998. № 3. С. 43–51.
4. Болгова А. С. Театральные блогеры и их влияние на современную театральную журналистику // Гуманитарные науки. Студенческий научный форум. Электронный сборник статей по материалам XXI студенческой международной научно-практической конференции. 2020. № 2 (25). С. 26. URL: https://nauchforum.ru/archive/SNF_humanities/2%2825%29.pdf (дата обращения: 13.02.2022).
5. Борзенко В. В. Российская театральная журналистика 1808-1991 гг. Историко-типологическое исследование : автореферат. Воронеж : Воронежский государственный ун-т, 2007. 23 с.
6. Выровцева Е. В. Мультимедийная история: технологии & творчество // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2016. №5 (22). С. 51–59. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/multimediynaya-istoriya-tehnologii-tvorchestvo> (дата обращения: 27.03.2022).
7. Горшкова М. С., Юферева А. С. Мультимедийные лонгриды как формат в интернет-журналистике: анализ специфических особенностей // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2018. № 1 (27). С. 105–110. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/multimediynye-longridy-kak-format-v-internet-zhurnalistike-analiz-spetsificheskikh-osobennostey> (дата обращения: 27.03.2022).
8. Груздева М. М. Театральный дискурс в современных российских СМИ: лингвостилистические особенности : автореферат. М. : Московский государственный ун-т им. М.В. Ломоносова, 2019. 28 с.

9. Дзялошинский И. М., Дзялошинская М.И. Концепция современного периодического издания. М. : МедиаМир, 2012. 343 с.
10. Дорощук Е. С. Новые форматы цифрового театрального дискурса: журналистика о театре в пространстве инновационных технологий // Международный научно-исследовательский журнал. 2020. № 11 (101). С. 32–36.
11. Елена Алдашева о гуманитарной роли театра в изменившейся реальности [Электронный ресурс] : Театр. URL: <http://oteatre.info/o-gumanitarnoj-rol-i-teatra/> (дата обращения: 12.03.2022).
12. Есть talk! [Электронный ресурс]. URL: <https://talk-on.ru> (дата обращения: 23.04.2022).
13. Журнал Театр. [Электронный ресурс] // ВКонтакте. URL: <https://vk.com/oteatre> (дата обращения 15.04.2022).
14. Иванова Л. В. Жанры аналитической журналистики: электронное учебно-методическое пособие. Тольятти : Тольяттинский государственный ун-т, 2020. 120 с. URL: <http://hdl.handle.net/123456789/11515> (дата обращения: 22.03.2022).
15. Иванова Л. В. Жанры и форматы мультимедийной журналистики как учебная дисциплина и методическая проблема // Челябинский гуманитарий. 2020. № 4 (53). С. 97–104.
16. Калмыков А. А., Коханова Л. А. Интернет-журналистика. М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. 383 с.
17. Качанов Д. Г. Трансформация нарративных приемов в мультимедийных журналистских проектах. М. : Московский ун-т им. М.В. Ломоносова, 2021. 26. с.
18. Коммерсантъ [Электронный ресурс] // ВКонтакте. URL: <https://vk.com/kommersant> (дата обращения: 23.04.2022).
19. Коммерсантъ [Электронный ресурс]. URL: <https://www.kommersant.ru/?from=logo> (дата обращения: 23.04.2022).

20. Котаева А. А. Трансформация жанровой системы в мультимедийной среде (от очерка к лонгриду) : автореф. М. : Российский ун-т дружбы народов, 2021. 18 с.
21. Кройчик Л. Е. Система журналистских жанров // Основы творческой деятельности журналиста; под ред. С.Г. Корконосенко. Санкт-Петербург, 2000. С. 56-70.
22. Куличкина Г. В. Современные отечественные медиа в сфере театра: место в медиасистеме // Вестник Волжского ун-та им. В.Н. Татищева, 2021. № 2. С. 127–139.
23. Культменю Афиша Тольятти [Электронный ресурс] // ВКонтакте. URL: <https://vk.com/kultmenu> (дата обращения: 15.04.2022).
24. Культурная карта Тольятти [Электронный ресурс]. URL: <http://kltl.ru> (дата обращения: 15.04.2022).
25. Лаврова С. Ю., Гончар А. А. Языковая репрезентация театральной дискурсивной практики в жанре аналитического интервью // Вестник Череповецкого государственного ун-та. 2021. № 2 (101). С. 71–83.
26. Лазутина Г. В. Жанр и формат в терминологии современной журналистики // Вестник Московского ун-та. 2010. № 6. С. 14–21.
27. Лазутина Г. В., Распопова С. С. Жанры журналистского творчества. М. : Аспект Пресс, 2011. 320 с.
28. Леман Х.-Т. Постдраматический театр. М. : ABCdesign, 2013. 312с.
29. Лукина М. М., Фомичева И. Д. СМИ в пространстве интернета. М. : Изд. фак. Журналистики Моск. гос. ун-та, 2005. 87 с.
30. Медиахолдинг Есть TALK! [Электронный ресурс] // ВКонтакте. URL: <https://vk.com/esttalk> (дата обращения: 23.04.2022).
31. Мельник Г.С., Виноградова К.Е., Лисеев Р.П. Основы творческой деятельности журналиста: конспект лекций и практикум // СПб. : Санкт-Петербургский государственный ун-т ; Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций, 2013. 210 с.

32. Мультимедийная журналистика: учебник для вузов ; под ред. А. Г. Качкаевой, С. А. Шомовой. М. : Нац. исслед. ун-т Высшая школа экономики, 2017. 418 с.
33. О природе театральной критики [Электронный ресурс] : Петербургский театральный журнал. URL: <https://ptj.spb.ru/archive/67/memory-of-profession-67/o-prirode-teatralnoj-kritiki/> (дата обращения: 12.03.2022).
34. Орлова М. В. Организация работы редакционных коллективов СМИ. Тольятти. Изд-во ТГУ, 2020. 68 с.
35. Орлова Т. Д. Театральная журналистика. Становление, развитие и особенности функционирования в современных СМИ : автореферат. Минск : Издательский центр Белорусского государственного ун-та, 2002. 36 с.
36. Орлова Т. Д. Тенденции развития театрального медиатекста // Журналистыка-2017 Медыякультура і літаратурна-мастацкая крытыка 2017. С. 408–411.
37. Орлова Т. Д. Теоретико-методологические проблемы критики театральных произведений в СМИ // Вопросы журналистики, педагогики, языкознания. 2022. № 1. С. 19–26.
38. Почти 30% россиян посещают театры и музеи хотя бы раз в неделю [Электронный ресурс] // Интерфакс. URL: <https://www.interfax.ru/culture/769391> (дата обращения: 23.04.2022).
39. Премьера одной репетиции: дневник фестиваля. Актуальный и сумбурный Фантом Марины Кудряшовой [Электронный ресурс] // Есть talk. 2020. 20 сентября. URL: https://talk-on.ru/materials/talkovosti/Premera_odnoy_repetitsii_dnevnik_festivalya_Aktualny_u_i_sumburnyyu_Fantom_Mariny_Kudryashovoy/ (дата обращения 29.04.2022)
40. Премьера одной репетиции: дневник фестиваля. Блонди – счастливы, но несвободны [Электронный ресурс] // Есть talk. 2020. 23 сентября. URL: https://talk-on.ru/materials/talkovosti/Premera_odnoy_repetitsii_dnevnik_festivalya_Blondi_schastlivy_no_nesvobodny/ (дата обращения 29.04.2022).

41. Премьера одной репетиции: дневник фестиваля. Как обрести свободу, Постучавшись в небесную дверь [Электронный ресурс] // Есть talk. 2020. 15 сентября. URL: https://talk-on.ru/materials/talkovosti/Premera_odnoy_repetitsii_dnevnik_festivalya_Kak_obr_esti_svobodu_Postuchavshis_v_nebesnyu_dver/ (дата обращения 29.04.2022).

42. Премьера одной репетиции: дневник фестиваля. Предотвратить дуэль и Спасти камер-юнкера Пушкина [Электронный ресурс] // Есть talk. 2020. 28 сентября. URL: https://talk-on.ru/materials/talkovosti/Premera_odnoy_repetitsii_dnevnik_festivalya_Predotvratit_duel_i_Spasti_kameryunkera_Pushkina/ (дата обращения 29.04.2022).

43. Премьера одной репетиции: дневник фестиваля. Причудливая и пугающая Комната Герды [Электронный ресурс] // Есть talk. 2020. 11 сентября. URL: https://talk-on.ru/materials/talkovosti/Premera_odnoy_repetitsii_dnevnik_festivalya_Prichudliyaya_i_pugayushchaya_Komnata_Gerdy/ (дата обращения 29.04.2022).

44. Премьера одной репетиции: дневник фестиваля. Причудливый и эксцентричный Чангара Зангези пророк [Электронный ресурс] // Есть talk. 2020. 25 сентября. URL: https://talk-on.ru/materials/talkovosti/Premera_odnoy_repetitsii_dnevnik_festivalya_Prichudli_vyy_i_ekstsentrichnyy_Shangara_Zangezi_prorok/ (дата обращения 29.04.2022).

45. Премьера одной репетиции: дневник фестиваля. Provokatsionnyy i zavorazhivayushchiy Sad naslazhdeniy [Электронный ресурс] // Есть talk. 2020. 16 сентября. URL: https://talk-on.ru/materials/talkovosti/Premera_odnoy_repetitsii_dnevnik_festivalya_Provokatsionnyy_i_zavorazhivayushchiy_Sad_naslazhdeniy/ (дата обращения 29.04.2022).

46. Премьера одной репетиции: дневник фестиваля. Sokraschennyye Karamazovy [Электронный ресурс] // Есть talk. 2020. 27 сентября. URL: https://talk-on.ru/materials/talkovosti/Premera_odnoy_repetitsii_dnevnik_festivalya_Sokraschennyye_Karamazovy/ (дата обращения 29.04.2022).

47. Премьеры для самых юных. Как прошёл и чем удивил 12-й фестиваль Премьера одной репетиции [Электронный ресурс] // Есть talk. 2021. 8 июля. URL: https://talk-on.ru/materials/talkovosti/Premery_dlya_samykh_yunykh_Kak_proshyel_i_chem_udivil_12y_festival_Premera_odnoy_repetitsii/ (дата обращения 29.04.2022).

48. Пушкинскую карту чаще всего оформляют девушки старше 18 лет [Электронный ресурс] // ТАСС. URL: <https://tass.ru/obschestvo/12537471> (дата обращения: 23.04.2022).

49. Репетиция начинается! Как фестиваль Премьера одной репетиции ставит творческие эксперименты [Электронный ресурс] // Есть talk. 2022. 10 февраля. URL: https://talk-on.ru/materials/spetsproekty/Repetitsiya_nachinaetsya_Kak_festival_Premera_odnoy_repetitsii_stavit_tvorcheskie_eksperimenty/ (дата обращения 29.04.2022).

50. Репетиция начинается! Режиссёр и актриса Алёна Савельева: Искусство – это по любви [Электронный ресурс] // Есть talk. 2022. 18 апреля. URL: https://talk-on.ru/materials/spetsproekty/Repetitsiya_nachinaetsya_Rezhissyer_i_aktrisa_Alyena_Saveleva_Iskusstvo_eto_po_lyubvi/ (дата обращения 29.04.2022).

51. Репетиция начинается! Режиссёр и актриса Екатерина Зубарева: Ставить спектакль и не играть в нём – это неинтересно [Электронный ресурс] // Есть talk. 2022. 15 марта. URL: https://talk-on.ru/materials/spetsproekty/Repetitsiya_nachinaetsya_Rezhissyer_i_aktrisa_Ekaterina_Zubareva_Stavit_spektakl_i_ne_igrat_v_nyem_/ (дата обращения 29.04.2022).

52. Сагдуллаев К. К. Театральная журналистика сегодня: вопросы идентичности // Theoretical & applied science. 2015. № 7 (27). С. 147–150.

53. Саенкова Л. П. Литературно-художественная критика и журналистика: историко-культурный контекст // Веснік БДУ. Сер. 4. 2009. № 1. С. 87–91.

54. Саенкова Л. П. Литературно-художественная критика и медиакритика: сходство и различия // Научные ведомости. Сер. Гуманитарные науки. 2010. № 18 (89). С. 236–240.
55. Симакова С. И., Панюкова С. А. Мультимедийная история и её особенности // Вестник Челябинского государственного ун-та. 2017. № 9 (405). С. 58–66.
56. Собиянский В. Д. Театральная журналистика как понятие и сущность: украинский опыт // Научно-культурологический журнал RELGA. 2009. № 13 (193).
57. Театр [Электронный ресурс]. URL: <http://oteatre.info> (дата обращения: 12.03.2022).
58. Театр учит людей умнеть Театральный критик Павел Руднев о театре как образовательной институции [Электронный ресурс]. URL: <https://special.theoryandpractice.ru/rudnev> (дата обращения: 12.03.2022).
59. Тертычный А. А. Жанры периодической печати. М.: Аспект Пресс, 2011. 320 с.
60. IZ.RU [Электронный ресурс] : IZ.RU. URL: <https://iz.ru> (дата обращения: 23.04.2022).
61. IZ.RU [Электронный ресурс] : ВКонтакте. URL: <https://vk.com/izvestia> (дата обращения: 15.04.2022).
62. TLT.RU – Новости Тольятти [Электронный ресурс] : ВКонтакте. URL: <https://vk.com/public35529222> (дата обращения: 23.04.2022).
63. TLT.RU [Электронный ресурс] : TLT.RU. URL: <https://tlt.ru> (дата обращения: 23.04.2022).
64. TLTgorod.ru [Электронный ресурс] : TLTgorod.ru. URL: <https://www.tltgorod.ru> (дата обращения: 23.04.2022).
65. TLTgorod.ru [Электронный ресурс] : ВКонтакте. URL: <https://vk.com/tltgorod63> (дата обращения: 23.04.2022).