

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 и социология

(наименование)

42.03.02 Журналистика

(код и наименование направления подготовки)

Журналистика

(направленность (профиль) / специализация)

**ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА
(БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА)**

на тему

Жизненная история как жанр массовых универсальных сетевых изданий

Обучающийся

М.В. Тихонова

(Инициалы Фамилия)

(личная подпись)

Руководитель

кандидат филологических наук, доцент, Л. В. Иванова

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

Тольятти 2025

Аннотация

Выпускная бакалаврская работа «Жизненная история как жанр массовых универсальных сетевых изданий» посвящена осмыслению вопросов видовой отнесенности современных историй, их жанрово-форматных характеристик, прагматического потенциала, влияния на них платформы распространения.

В выпускной квалификационной работе рассматривается жизненная история как самостоятельный жанр художественно-публицистического медиатекста. Анализ медиатекстов в жанре жизненной истории позволит выделить ее ключевые характеристики, а также влияние жанра на читательскую аудиторию.

Результаты работы могут быть полезны для исследователей теории жанров, а также применимы в практике при работе с медиатекстами.

Первая глава выпускной квалификационной работы «Жизненная история как жанр массовых универсальных сетевых изданий» посвящена систематизации научных представлений о жизненной истории как жанре современных СМИ.

Во второй главе «Жизненная история в массовых универсальных сетевых изданиях: современное состояние и тенденции развития» дается типологическая характеристика массовых универсальных сетевых изданий. На основе результатов анализа жизненных историй в сетевых массовых универсальных изданиях выводится описание жанровой модели.

Список используемой литературы и источников включает 34 наименования.

Оглавление

Введение.....	4
Глава 1 Жизненная история как жанр массовых универсальных сетевых изданий.....	7
1.1 Научно-теоретические представления о жизненной истории как жанре современных СМИ.....	7
1.2 Массовые универсальные сетевые издания как тип СМИ.....	19
Глава 2 Жизненная история в массовых универсальных сетевых изданиях: современное состояние и тенденции развития.....	27
2.1 Массовые универсальные сетевые издания в современном медиадискурсе.....	27
2.2 Жизненные истории в сетевых изданиях массовой универсальной направленности: жанровая модель.....	33
Заключение.....	45
Список используемой литературы и используемых источников.....	46

Введение

Истории являются востребованным контентом в различных видах СМИ: на телевидении, в печатных СМИ, на радио, в социальных сетях и сетевых изданиях. Историю с положительным примером можно использовать как маркер, который зритель или слушатель может использовать и в своей жизни: как выход из сложной сложившейся ситуации, как яркий пример, как некую мотивацию, чтобы изменить свою жизнь.

Актуальность жанра можно связать с тем, что на сегодняшний день наблюдается дефицит научных исследований, посвященных жанру жизненной истории. За последние 5 лет в российской электронной библиотеке «КиберЛенинка» нам удалось выявить лишь 2 научные работы, которые касаются этой тематике, но они затрагивают лишь второстепенные аспекты жанра. Это подчеркивает необходимость дальнейшего изучения жанра жизненной истории. Этим обусловлена актуальность выпускной квалификационной работы.

По данным методологии, контент в жанре житейской или жизненной истории выходит на первый план, так как в изданиях появились такие разделы как «Истории», «Общество» и другие. По результатам исследования сайтов самых востребованных сетевых СМИ, в 2024 году rbc.ru определили пять основных жанров журналистских текстов: аналитическая статья, новостная заметка, авторская колонка, житейская история, подборка.

Жанровая система в журналистике претерпевает изменения в связи с развитием интернет-изданий и новых медиа-форматов. Говоря об историях, чаще всего в печатных и сетевых СМИ используется жанр житейской истории. Попытки определиться с жанром и типовыми характеристиками наталкивают на то, что эти описания не совсем соответствует современному состоянию. В современном медиа-пространстве появляется такое понятие как «жизненная история», о которой в теории, в том числе и А. А. Тертычный, пишут исследователи. Однако жанр жизненной истории до конца не исследован. В

связи с этим, есть необходимость изучить современное состояние историй, в том числе на страницах сетевых массовых универсальных изданий, так как именно они адресованы массовой аудитории, которой интересно читать такие истории. В качестве рабочего определения мы берем термин «жизненная история». Данная работа посвящена осмыслению этого термина и правомерности его употребления.

В данной работе мы рассмотрим, является ли жизненная история самостоятельным жанром журналистики, и определим ее типовые характеристики. В связи с вышеизложенным, мы видим целесообразность проведения исследования на заявленную тему.

Объектом исследования является жизненные истории как тип контента СМИ.

Предметом – жанровые характеристики жизненной истории.

Цель бакалаврской работы: на основе анализа актуального контента жизненных истории выявить типовые характеристики жанровой модели и ресурсы ее эффективности для организации массовой коммуникации, опосредованной универсальными сетевыми изданиями.

Для достижения цели необходимо решить следующие задачи:

- систематизировать научно-теоретические представления о жанрах СМИ, раскрывающих жизненные истории людей;
- доказать возможность выделения нового жанра жизненной истории;
- проанализировать актуальный дискурс жизненных историй в массовых сетевых изданиях, выявить характеристики жанровой модели, актуальные тенденции развития и прагматические ресурсы жанра.

Теоретико-методологическую базу составили работы по теории жанров СМИ: А. А. Тертычного, Л. Е. Кройчика, Г. В. Лазутиной, А. И. Пронина, Е. Н. Раскоповой, Л. В. Ивановой, М. И. Шостак и других.

Для реализации задач бакалаврской работы были использованы следующие методы: структурно-семантический анализ, который позволил

исследовать структуру и смысловые элементы текстов; жанровый анализ, с помощью которого были определены особенности жанра жизненная и житейская история; аксиологический анализ, который позволил исследовать ценностные аспекты текстов.

Хронологические и географические рамки бакалаврской работы. Основное внимание уделено работам исследователей с 2000 года по настоящее время, так как именно этот период отмечен значительным развитием массовых универсальных сетевых изданий и активным внедрением жанра жизненной истории в медиапрактику. Работа будет учитывать как общие тенденции развития жанра в международном контексте, так и специфические особенности его внедрения в российских сетевых изданиях.

Эмпирическая база исследования включает выпуски массовых универсальных сетевых изданий, таких как «Комсомольская Правда», «Московский Комсомолец», «Аргументы и факты», «Лента.ру» и «Газета.ру» за период декабрь 2024 – март 2025 гг. Выбор именно этих источников обусловлен их принадлежностью к интересующему типу СМИ.

Практическая значимость работы. Результаты, полученные в ходе выполнения выпускной квалификационной работы, могут быть использованы редакциями массовых универсальных сетевых изданий в процессе создания повествовательного контента в жанре жизненной истории. Кроме того, они могут быть интегрированы в учебный процесс подготовки журналистов с целью формирования профессиональных компетенций, необходимых для создания медиатекстов. Например, характеристики жанра жизненной истории будут полезны изданиям для освоения практики написания материалов в этом жанре.

Глава 1 Жизненная история как жанр массовых универсальных сетевых изданий

1.1 Научно-теоретические представления о жизненной истории как жанре современных СМИ

Различные жанры журналистских текстов привлекали внимание исследователей на протяжении долгого времени. Работы таких авторов как А. А. Тертычный, Л. Е. Кройчик, Г. В. Лазутина посвящены жанровым системам журналистики. В том числе в этих системах говорится о житейской истории как одной из жанровых разновидностей журналистского текста.

Как говорил французский драматург Виктор Гюго: «Есть чаша, которую хочешь, не хочешь, а приходится испить до дна, и эта чаша – собственные жизнь и судьба» [5, с. 145]. Делиться своей жизненной историей человек начал еще в древности, в эпоху, когда люди жили по канонам мифологии. Миф – это символический нарратив, вымышленная история. По мнению Дж. Фрэзера, «миф – это один из последовательных этапов развития мировоззрения человека» [6, с. 34].

Вся европейская художественная словесность берет свое начало от известного всем античного героя гомеровского Одиссея. И герой предстает перед читателями не только как воин, мореплаватель, царь, муж, отец. Прежде всего, это рассказчик, повествователь, именно он создает миф о своих путешествиях, и это позволяет ему обеспечить память о нем еще на долгие-долгие века. Одиссея можно рассматривать как первого «журналиста», который на широкую аудиторию поведал сведения о дальних землях и произошедших на них событиях.

Сама способность рассказывать истории относится к фундаментальным свойствам человеческой психики. Известный американский ученый Д. Макадамс даже сказал когда-то: «Мы рождаемся с повествующим разумом» [15, с. 153]. Такие науки как философия и психология основаны на общности

и разности человеческой жизни, ведь именно эти направления изучают поведенческие особенности человека с разных точек зрения. Его самоощущение, мировоззрение, смысл жизни и мироздания – то, что становится предметом изучения в рамках человеческого познания. А значит сама по себе жизненная история человека, как и сам человек, испокон веков является фундаментом научного исследования.

Развитие цивилизации не может существовать без человеческих историй, и это подтверждено и мировой классикой, и беллетристикой. Мы видим это и в фольклоре, и в религиозных текстах. Основная книга – «Библия» – написана именно как история, это делается для того, чтобы подчеркнуть значимость духовных истин и жизненных уроков. Такие истории формируют основы культурного и этического сознания человечества.

Р. Барт в работе «Введение в структурный анализ повествовательных текстов» утверждает, что повествование, которое он называет «рассказыванием» составляет «основу любой истории бытующей во всех культурах» [3, с. 196]. С точки зрения Р. Барта, умения рассказывать истории – это универсальный элемент для создания нарратива.

С развитием журналистики повествовательные жанры все более привлекают внимание читателя. Мы же наблюдаем необходимость проанализировать повествовательные жанры, которые отображают жизнь человека, его трудности и стремления.

В этом контексте истории оказались очень эффективными. С появлением историй, журналистика обратила внимание на эту форму взаимодействия с героем и интегрировала в свою сферу это объёмное и уникальное поле. В журналистике появились жанры, которые давали возможность представить человеческую жизнь, историю. И на сегодняшний день журналистика активно работает с человеческими историями. И доказательство этому – многообразие жанров.

Такие жанры как очерк, житейская история, портретное интервью, портретная зарисовка позволяли авторам не просто передавать факты, но и раскрывать человеческую жизнь полноценно, создавая яркие образы героев.

Для того чтобы проанализировать повествовательные жанры журналистики, необходимо в первую очередь определить, что такое в понимании «жанр» отечественных исследователей.

Профессор Л. Е. Кройчик определяет жанр как «относительно устойчивую структурно-содержательную организацию текста, обусловленную своеобразным отражением действительности и характером отношения к ней творца» [13, с. 126]. Л. Е. Кройчик подчеркивает значимость структуры и содержательной организации текста в зависимости от контекста его создания.

С другой стороны, С. С. Распопова добавляет, что жанр – это «группа публицистических материалов с устойчивыми содержательно-формальными признаками» [21, с. 76]. С. С. Распопова акцентирует внимание на классификации текстов по их формальным и содержательным характеристикам, что позволяет выделить конкретные жанры в рамках более широкой категории публицистики.

Таким образом, жанр в журналистике можно обобщенно определить как совокупность текстовых форм и структур, которые организованы по устойчивым содержательно-формальным признакам.

А. А. Тертычный называет публицистическими жанры очерка «(портретный, проблемный, путевой), фельетона, пародии, житейской истории, легенды, эпитафии, шутки» [27, с. 97]. Г. В. Лазутина и С. С. Распопова называют публицистику «очерковой журналистикой» и выделяют собственно очерк, а также зарисовку, житейскую историю, эссе [22, с. 115]. Мы же в рамках рассматриваемой нами темы остановимся на таких жанрах, как очерк, житейская история, портретное интервью, портретная зарисовка. Именно эти жанры являются основополагающими в жанре жизненной истории.

В. И. Карасик писал: «Очерк – это рассказ о частных фактах с использованием элементов различных жанров для общего вывода к глобальному вопросу, требующему ответа на настоящий момент» [9, с. 288].

А. А. Тертычный отмечает: «Найти полноценный портретный очерк на страницах современной российской прессы довольно непросто. Большинство портретов известных людей – предпринимателей, экономистов, банкиров, политиков и других деятелей – возникают чаще всего в результате относительно краткого изложения их биографий или описаний карьеры и некоторых деловых характеристик» [27, с. 40]. А. А. Тертычный говорит о том, что существует потребность в более глубоком понимании и представлении жизни людей.

По мнению Л. В. Ивановой, «сущностной чертой очерка является двуединая связка – проблема и человек. Актуальная социально-нравственная проблема раскрывается в очерке в форме типических социальных ситуаций, в которых участвуют конкретные личности, разворачиваются реальные взаимоотношения людей» [8, с. 99]. Целевая установка очерка сформулирована профессором Л. Е. Кройчиком следующим образом: «Очерк – публицистический жанр в образной форме, исследующей закономерности социально-нравственного бытия человека и развития общественных процессов, а также конкретной ситуации реальной действительности» [13, с. 112].

Определение портретной зарисовки дает Л. В. Иванова: «Это разновидность публицистической зарисовки, в которой разворачивается лаконичный сюжет о поступке, действии человека, раскрывается его внутренний мир, его типичные показательные для конкретного времени черты» [8, с. 77]. Л. В. Иванова говорит о том, благодаря жанру портретной зарисовки у журналиста появляется возможность обратить внимание читателя на значимость эмоционального и психологического анализа человека.

Портретное интервью как самостоятельный жанр формировался десятки лет, взаимодействуя с другими жанрами журналистики. Предмет портретного

интервью, по мнению Л. В. Ивановой, «это неординарная личность, чья личная и профессиональная жизнь интересна читателю» [8, с. 79]. Такие профессии, как музыканты, спортсмены, рабочие, строители, врачи и многие другие действительно могут быть интересны аудитории, так как мировоззрение героя интервью всегда интересно с точки зрения каких-либо индивидуальных особенностей человека. Такие жизненные истории героев становятся объектом обсуждения у аудитории.

Портретное интервью представляет собой процесс диалога, бесед, который основывается на документально подтвержденном факте реальной встречи. Интервью-портрет, как считает Л. В. Иванова, – «это художественно-публицистический жанр журналистики, направленный на создание многогранного образа человека диалогическим методом и индуцирующий дальнейший процесс самопознания учителя, зрителя или слушателя» [8, с. 108]. Такой жанр позволяет выделить многообразие человеческой сущности, благодаря взаимодействию автора и читателя.

Н. Ю. Янчева отмечает, что «портрет интервьюируемого – это портрет героя нашего времени. Поэтому, приступая к созданию интервью-портрета, журналист должен ориентироваться на выделение индивидуально типического в образе героя, делать акцент на социальном опыте героя и показывать динамику его развития» [31, с. 44]. Такой индивидуальный подход и глубокое понимание образа героя позволяет создать настоящий портрет человека.

Однако все эти жанры не закрывают такую потребность, как представить истории интересных людей с точки зрения мотивационных, чтобы у аудитории возникло желание повторить за героем, поступить также, прислушаться. В этом случае мы можем предположить, что в массовых универсальных сетевых СМИ сегодня формируется такой жанр как жизненная история, которая ориентирована на рядовых граждан.

Журналистика всегда смотрела в сторону человека, но, как правило, это были истории знаменитых людей, творческих личностей. Журналистика

повернулась лицом к обычному человеку, и героями стали обычные люди, никому не известные. И поэтому мы и говорим о жизненной истории как истории о жизни человека не знаменитого, а простого.

Истории начали приобретать популярность в XX веке. Важно отметить, что в советской журналистике акцент делался на идеологии, личные истории были почти недоступны. Журналистика традиционно фокусировалась на освещении событий, а не на внутреннем мире человека. Обычно внимание уделялось идеологическим взглядам и политическим событиям. Акцент, как правило, делался на идеологические установки и политические события. Д. Л. Стровский утверждает, что «журналистика советского периода стала отражением, прежде всего, тоталитарной традиции в системе партийно-государственного устройства, что определило все организационные и содержательные особенности ее существования» [25, с. 44]. Можно сказать, что журналистика была подчинена власти и не имела возможности транслировать человеческие переживания.

Как отмечает в своей работе, посвященной советской журналистике, В. Ю. Меринов: «советская журналистика сталинской эпохи – весьма непростое культурное явление. Одну из главных сложностей при анализе сталинской культуры в целом представляет ее имитационный характер. Это целый мир текстов и самоназваний, не раскрывающих, а, наоборот, скрывающих (затемняющих) реальность» [16, с. 1]. В. Ю. Меринов говорит о том, что советская журналистика скорее преследовала цель пропагандировать идеологию того времени и избегала обсуждения человеческих переживаний и социальных проблем. В этом положении личные истории, которые могли бы дать более полное представление о жизни людей, оставались практически недоступными. В. Ю. Меринов отмечает: «Такой подход ограничивал возможность журналистики выполнять свою основную функцию – отражать действительность» [16, с. 2]. Функция общественного служения, как считает С. Г. Корконосенко, в то время «...практически утрачена, отчего и происходит непонимание реальных нужд граждан, нежелание отстаивать национальные

ценности» [19, с. 20]. Именно по этой причине падает гражданская активность и интерес к журналистике.

Однако после распада Советского Союза задачи журналистики изменились, открыв возможность освещать новые события и реальную жизнь человека. Постсоветская журналистика стала искать варианты решения задач отражения новой действительности. В данном случае житейские истории стали инструментом для передачи эмоций, переживаний и мнений простых людей. Таким образом, появилась возможность для взаимодействия между журналистом и аудиторией.

В конце XX века, когда в обществе стали распространяться демократические идеи и ценности, журналистика повернулась лицом к человеку. Принцип «человек как центр повествования» начал активно внедряться в практику СМИ.

В. Г. Корконосенко отмечает: «В последние десятилетия журналистика начала быстрее развиваться в сторону простых людей, истории которых оставались вне поля зрения» [19, с. 27]. Таким образом, повседневные жизненные истории стали задавать новый тон в медиа-пространстве, отражая реальную жизнь.

Сегодня заметна тенденция, что появляется новый тип историй, который не укладывается в те жанровые модели, которые существовали до недавнего времени. Рассуждая о концепте личности в медиа-дискурсе, В. И. Карасик пишет: «С появлением современных технологий и под влиянием трансформации журналистики и способов выражения мысли, жизненная история становится обособленным, самостоятельным жанром» [9, с 392]. И поэтому можно предположить, что в универсальных массовых сетевых изданиях, поскольку они рассчитаны на массовую аудиторию, на обычных людей, постепенно формируется новый жанр, который можно назвать жизненной историей.

В жизненную историю могут быть интегрированы различные форматы, прежде всего, формат сторителлинга. В конце XX века он стал популярен в блогинге, а затем и в журналистском дискурсе СМИ.

Сторителлинг как формат коммуникации основан на сюжетном раскрытии истории, его выразительные ресурсы – повествовательность и драматургия. Термин «сторителлинг» – это англицизм, который вошел в русский язык и сегодня активно существует и применяется. Синоним этого слова по-русски это – рассказывание историй. Однако это выражение достаточно неудобно использовать, оно длинное, поэтому все привыкли использовать данный англицизм в профессиональном контексте. В журналистике он служит для того, чтобы представить общественные события в форме драматических историй, запустить работу воображения и эмоций у аудитории.

Медийный материал, который создается с применением методов сторителлинга, предполагает погружение в историю героя, более глубокий текст, эмоциональный окрас, возможно, даже напряжение, ожидание развязки, разрешение самой ситуации. Журналистские тексты, которые можно отнести к формату сторителлинг, они включают в себя и семейные очерки, и биографии, и какие-либо очень важные события, произошедшие у людей.

В свою очередь О. В. Тодорова предлагает рассматривать это понятие как уникальный формат общения, представляющий собой «естественный и гибкий способ взаимодействия с аудиторией», предусматривающий «познавательный акт с эффектами вовлечения и развлечения» [29, с. 95]. Главной характеристикой современного сторителлинга О. В. Тодорова называет то, что эмоциональная составляющая значительно усиливает запоминаемость информации и становится частью опыта слушателя.

Сторителлинг, изначально используемый в звездных историях знаменитостей и выдающихся личностей, в XXI веке становится основой жизненных историй простых людей. А. А. Тертычный выделяет жизненную

историю в отдельный вид, сравнивая ее с житейской историей. Такое различие позволяет глубже понять как структуру, так и содержание этих жанров.

Житейская история, в отличие от жизненной истории, чаще всего рассматривается как отражение бытовых ситуаций, повседневных событий и обыденных жизненных обстоятельств. Это подчеркивает А. А. Тертычный: «Жизненная история – это не только описание жизни человека. Гораздо важнее то, что она является его картиной мира, с отчетливо проявленными ценностями, которыми он готов делиться с другими» [27, с. 24]. История действительно вовлекает в жизненные ситуации, показывает пример, дает возможность представить, как устроен этот мир, позволяет испытывать эмоции, мечтать, погружаться в повествовательный мир и видеть этот мир более ярким, создавать образы.

Жанр жизненной истории действительно схож с жанром житейской истории. Например, общие черты жанров отмечает Г. В. Лазутина: «житейская история повествует о герое и его пути, направлена на ломание стереотипов и подготовку читателя к нестандартным ситуациям, которые его могут ждать» [7, с. 123]. Благодаря этим жанрам формируется эмоциональная связь аудитории с различными проблемами общества и героя, а также стимулирует находить нестандартные решения в непростых ситуациях.

В учебном пособии «Жары периодической печати» А. А. Тертычный пишет, что «житейская история – это жанр журналистики, рассказывающий о реальных событиях из повседневной жизни людей. Житейские истории пишутся в разных стилях и формах, таких как интервью, репортажи и эссе. Они могут быть полезными для читателей, так как помогают им лучше понимать жизнь других людей и находить вдохновение для своих собственных целей и достижений» [27, с. 97]. Такие истории обычно описывают, как обычные люди справляются с жизненными трудностями и проблемами, как они преодолевают препятствия, находят выход из трудных ситуаций и добиваются успеха.

Художественный метод свойственен как житейской истории, так и жизненной, однако житейская история все же направлена на описание жизни успешного человека и в этом описании преобладает авторская точка зрения: «Житейские истории создаются с помощью художественного метода, т.е. основную роль в рождении таких текстов играет авторская фантазия», - отмечает Л. Е. Кройчик [13, с. 125]. Также Л. Е. Кройчик добавляет, что «отличие от мини-истории, жизненная история является довольно информативным рассказом, как правило, одного лица, о некотором «всколыхнувшем случае» в его жизни. Художественный метод обсуждения некоторой темы или ситуации, помогает развивать сюжет, придавать действительности некоторой истории, формировать возможность для переосмысления отдельных фактов» [13, с. 126]. Поэтому жизненная история, как некий прием журналиста, сегодня действительно очень значим и востребован, и становится актуальным все чаще.

Профессор Ульяновского государственного университета О. Р. Самарцев так же отмечает, что «житейская история – это жанр журналистики, который рассказывает о реальных событиях из жизни людей. Обычно такие истории содержат информацию о том, как люди справляются с трудностями, преодолевают препятствия и находят выход из сложных ситуаций» [23, с. 528]. Такие истории помогают читателям лучше понимать жизнь и проблемы других людей, а также находить вдохновение и советы для решения своих собственных проблем.

Схожие характеристики жанра житейской истории также отмечает А. А. Тертычный: «отличие этого жанра в полноте, насыщенности «развертки» соответствующих своих сторон, языковой образности, наглядности. Подобному типу текста в художественной литературе соответствует рассказ. Публикации данного типа очень часто появляются на страницах популярной западной периодической печати и поэтому достаточно полно исследованы. В житейских историях описываются некие эпизоды из

жизни людей, их поступки, различные ситуации, коллизии, т. е. все то, что может быть обозначено как бытие человека» [26, с. 108].

Стоит отметить, что хотя житейская история и жизненная могут казаться схожими, их применение в практике все же имеет значительные различия, о которых в том числе пишет Л. Е. Кройчик: «жизненная история, часто очень личная, рассказанная с элементами интриги приобретает характер нарратива, становясь нарративностью социальной» [13, с. 16]. Обобщая вышесказанное, можно сделать вывод о том, что жизненная история – это последовательность событий, которые происходят с человеком в определенный период времени, а итог события становится неким положительным примером для аудитории. Жизненная история является обособленным жанром журналистики, который довольно позитивно принимается большим количеством читателей в связи с наличием эмоциональной окраски.

По мнению журналиста и режиссёра А. Джазояна, каждый человек со своей жизненной историей достоин внимания журналиста. Ашот – автор проекта «Я живу в России». «Простой человек, на котором держится вся Россия, водит поезда, стоит у станка, лечит пациентов. Он пашет, сеет, учит, спасает. Это стержень нашей страны, ее душа, сердце, опора. У таких людей нет времени, умения, возможности рассказывать о себе. Жизненные истории таких людей меня вдохновляют» [24]. Именно поэтому жанр жизненной истории отлично подходит для подобного рода задач – вовлечь слушателя или читателя, зацепить его внимание и показать, что мир каждого человека – индивидуален и зачастую даже не объясним.

Повествование – это основной элемент литературы, однако и журналистику сложно представить без повествования. Именно поэтому жизненная история, как жанр, сегодня является наиболее актуальной и востребованной среди аудитории. Средства массовой информации насыщены различными форматами и предлагают аудитории большое количество информационных поводов. И задача журналиста не только донести сухие цифры и факты, а при этом и затронуть сердца аудитории, показать реальную

жизнь человека, его взлеты и падения, его ошибки, его успехи, смотивировав на новые подвиги, показав, что чужая жизнь также не является идеальной.

Так, например, в средствах массовой информации, как на телевидении, так и в печатных изданиях, на радио, в интернете мы видим жизненные истории не только известных личностей, но и простых людей, которые окружают нас каждый день. И такие истории становятся предметом для обсуждений.

На сегодняшний день жизненная история выделяется такими исследователями как А. А. Тертычный и В. И. Карасик, которые рассматривает жанр жизненной истории как отдельный жанр в журналистике, а также Л. Е. Кройчик и О. Р. Самарцев. Тем не менее, несмотря на растущий интерес к этому жанру, описание его характеристик остается не до конца изученным. Это создает необходимость для дальнейшего исследования и углубленного анализа жанра жизненной истории.

Итак, проведенный анализ научных представлений отечественных и зарубежных исследователей о жанре жизненной истории позволяет сделать следующие выводы. Жизненная история может быть выделена в отдельный жанр художественно-публицистического повествования. Ее принципиальное отличие от житейской истории, жанра стори, очерка – в обращении к жизненной ситуации простого, не знаменитого человека.

В современном научном дискурсе жанровые характеристики жизненной истории не разработаны, отсутствует системное описание жанровой модели, что доказывает актуальность исследования данного типа медиадискурса с целью выявления его содержательно-формальной специфики и тенденций развития.

1.2 Массовые универсальные сетевые издания как тип СМИ

В современном обществе, где информация становится основным ресурсом, массовые универсальные сетевые издания выделяются как наиболее удобная платформа для распространения материалов в жанре жизненной истории. Эти издания, ориентированные на массовую аудиторию, формируют сегмент системы средств массовой информации, который начал развиваться в XX веке. Как отмечает С. Г. Корконосенко: «Интернет давно перестал как пришелец из иного мира. То же надо сказать о сетевых СМИ, без которых невозможно представить себе медиасистему» [10, с. 23]. Таким образом, в информационном пространстве сетевые СМИ играют ключевую роль и являются фундаментальным элементом медиасистемы.

По состоянию на 29 мая 2025 в реестр Федеральной службы по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций включены 155 893 наименований средств массовой информации. 37% из них – журналы, 28% – газеты и около 5% – бюллетени, альманахи и другие. Следующие 11% – онлайн СМИ, которые в значительной степени представлены сайтами и другими цифровыми продуктами периодических печатных изданий. 10% приходится на ТВ, 7% – на радио, 2% – на информационные агентства и 3% – на прочие СМИ.

Анализ, проведенный Е. Л. Вартановой в статье «О современном состоянии СМИ и журналистики» показывает, что «сетевые издания обеспечивают оперативную и открытую связь между изданием и читателем» [4, с. 14]. Это позволяет не только повысить уровень взаимодействия журналиста и читателя, но и создать удобную среду для распространения информации. А. В. Колесниченко отмечает, что «в работах по интернет-журналистике внимание уделяется, главным образом, новым технологическим возможностям подачи информации (мультимедийность, гипертекстуальность, интерактивность)» [4 с. 1].

А. И. Акопов выделяет «создаваемые профессиональными журналистами информационные агентства, газеты, журналы, периодические сборники публикаций, обновляемые со строгой периодичностью. Они создаются, развиваются и видоизменяются исключительно по потребности читательской аудитории» [1, с. 65].

Сетевые электронные СМИ, которые, по мнению А. И. Акопова, представляют собой новый вид средств массовой информации, интересны аудитории тем, что информация на порталах появляется достаточно быстро, и, соответственно, это позволяет находиться всегда в информационном поле, следить за развитием событий и не затрачивать на это много времени. Простой читатель может воспользоваться телефоном, планшетом или компьютером, чтобы зайти на сайт сетевых СМИ и, соответственно, узнать новости. Контент сетевых изданий доступен из любой точки мира в любое время. Необходимо лишь зайти на сайт.

Таким образом, сетевые издания представляют собой средства массовой информации, обладающие рядом функций и специфическими особенностями. Такие информационные ресурсы доступны как онлайн, так и в формате печатных изданий. Они ориентированы на широкую аудиторию, предлагают разнообразие тем и отличаются своей массовостью.

Типология СМИ, как самостоятельный раздел науки, начал формироваться в 70-х годах прошлого столетия и на самом деле формируется до сих пор, и очень много мнений относительно данного контекста существует у научных исследователей. Типология СМИ, как считает А. И. Акопов, это «методика типологического анализа периодических изданий» [1, с. 20]. По мнению М. В. Шкондина, типология – «это характеристика множеств изданий, входящих в одно структурное целое» [30, с. 134].

Рассмотрим определение термина с точки зрения исследователя и профессора В. В. Тулупова, «типология – это метод научного познания, научной систематизации, классификации газет на основе общих для них

признаков и свойств» [30, с. 134]. Исходя из этого, по различному количеству признаков и свойств издания объединяются в отдельные группы.

На сегодняшний день существует достаточно много подходов к типологизации СМИ. Одним из наиболее известных исследователей в этой области является В. Г. Корконосенко, который отмечает, что «система СМИ призвана не дискутировать с другими исследователями, а структурировать мир прессы» [11, с. 136]. В его типологии рассматриваются различные основания для классификации СМИ, среди которых особое место занимает аудиторно-тематический принцип. По этому основанию выделяются следующие категории: качественные универсальные, массовые универсальные, качественные специализированные, массовые специализированные.

В рамках данной классификации нас интересуют именно массовые издания, которые распространяются на сетевых платформах. На данный момент не существует единой типологии массовых универсальных сетевых СМИ, именно поэтому мы рассмотрим варианты типологизации, которые предлагают такие исследователи как А. И. Акопов, М. В. Шкондин, С. Г. Корконосенко.

Характеристику массовых универсальных сетевых изданий можно дать в соответствии с типологическим методом, который по-разному представлен у разных авторов. Например, ученый А. И. Акопов отмечает: «... не являясь исчерпывающим, перечень из десяти представленных типологических признаков является достаточным. Ни один из перечисленных признаков, взятый изолированно от других не может претендовать на роль достаточного признака, то есть полностью описывающего тип периодического издания. Но совокупность десяти признаков дает полное представление о типе журнала, структуре этого типа, всех компонентов, характеризующих типа издания» [1, с. 51].

В книге А. И. Акопова «Методика типологического исследования периодических изданий» приведена следующая терминология:

«периодическое издание – это печатное или электронное издание, имеющее определенное проблемно-тематическое и функциональное направление, выходящее через определенные (равные) промежутки времени отдельными выпусками, имеющими один и тот же заголовок и однотипно оформленными» [1, с. 23].

Главное отличие периодического издания от непериодического, например, книги – в сроках выпуска в свет. Александр Иванович считал, что «этот признак определяется термином «периодичность» и измеряется числом выпусков в единицу времени – в неделю, месяц, квартал, год. В России принято считать периодическим издание с выходом от двух раз в год до ежедневного. Важно, чтобы объявленная периодичность выдерживалась на практике хотя бы в течение года, желательно - в течение длительного времени» [1, с. 23].

По мнению А. И. Аكوпова, «главные виды периодических изданий – газета и журнал, и они отличаются, прежде всего, по форме. Газета – листовое издание, журнал – книжное. Газета, как правило, выходит чаще журнала и является изданием более массовым (имеет больший тираж)» [2, с. 23]. Сетевые периодические издания в книге А. И. Аكوпова представлены в двух видах – электронные версии печатных изданий и электронные издания. «Эффективность электронных версий состоит в способе их передачи и доставки, которыми пользуется часть читателей как единственным источником информации, и в скорости её получения, не сравнимой с традиционными формами. Электронные версии, однако, не следует относить к электронным СМИ. Это только форма передачи печатного издания. Иное дело – оригинальные электронные издания, изначально созданные и функционирующие в сетях» [1, с. 34.].

В своей работе «Методика типологического исследования периодических изданий» А. И. Акопов выделяет следующую типологию СМИ:

- цель;

- характер информирования;
- целевая аудитория;
- авторский состав;
- жанры и форматы подачи материалов;
- язык и стиль;
- объем;
- тираж;
- периодичность [1, с. 37].

В качестве дополнительного примера различий в типологии СМИ можно рассмотреть подход московской школы журналистики, представленный М. В. Шкондиным, который выделяет следующие критерии описания:

- «технологический: формат изданий, тираж, объем, периодичность выхода, время выхода;
- экономический: форма собственности издания (государственное, государственно–капиталистическое, собственность общественных организаций, иностранный капитал), характер инвестиций в редакционный бюджет (инвестиционные, рекламные, коммерческие), результат хозяйственной деятельности (доходные и убыточные);
- аудиторный (характер различных аудиторных групп);
- редакционный;
- характер, тип информации;
- целевое назначение (функции);
- организационный: характер учредителей, издателей, владельцев» [30, с. 37].

В учебном пособии «Основы журналистской деятельности» С. Г. Корконосенко отмечает, что «в различных источниках можно встретить не совпадающие друг с другом типологические системы, причем нередко среди специалистов разгораются жаркие споры о том, в каком порядке располагать факторы и признаки типологизации...» [19, с. 145]. Наша задача –

структурировать представления исследователей о типологизации сетевых СМИ, изучить, по каким критериям анализировать выбранные издания.

С. Г. Корконосенко предлагает пять типоформирующих признаков сетевых изданий:

- «география распространения (федеральные, региональные и местные издания);
- учредитель (деление СМИ на государственные и частные)
- аудитория (деление на СМИ универсальные и специализированные)
- легитимность
- издательские характеристики (сведения об издании: периодичность выхода, тираж, объем и формат)» [19, с. 147].

Проведенный анализ научных подходов отечественных исследователей позволяет сделать вывод, что типология СМИ включает как устойчивые критерии, так и динамичные, меняющиеся под влиянием технологических и социальных трансформаций в медиасреде. Для анализа массовых универсальных изданий, на основании проведенного анализа, наиболее актуальными критериями являются:

- учредитель (деление СМИ на государственные и частные)
- целевая аудитория;
- цели и задачи;
- издательские характеристики (формат изданий, тираж, объем, периодичность, жанры);
- география распространения (федеральные, региональные и местные издания);
- форма собственности;
- оформление.

Итак, мы рассмотрели научные подходы отечественных исследователей к определению понятия «типология»: А. И. Акопова, М. В. Шкондина, С. Г. Корконосенко. Основываясь на алгоритме типологического анализа, можно дать характеристику массовых универсальных сетевых изданий.

Учредителем массовых универсальных изданий обычно выступают сами редакции изданий. Государственные СМИ финансируются и контролируются государственными органами. Например, «ТАСС», «РИА Новости». Частные СМИ принадлежат частным лицам или редакциям, именно поэтому имеют разные интересы, от образовательных до коммерческих.

Целевая аудитория массовая, не сегментированная. Она охватывает разные категории населения: от молодежи до пожилых людей, вне зависимости от их профессиональной деятельности. Массовые СМИ охватывают максимальное количество читателей разных возрастов и интересов.

Целью массовых универсальных сетевых изданий является, в первую очередь, информирование, то есть предоставление актуальной информации. Некоторые издания ставят своей задачей повысить уровень знаний населения по определенным темам, а также массовые СМИ включают в себя разделы с развлекательным контентом.

Массовые универсальные сетевые издания обладают рядом стилистических особенностей контента. Материалы написаны простым и понятным языком для того, чтобы удовлетворить потребности массовой аудитории и обеспечить легкость восприятия информации.

Содержательно-формальные особенности заключаются в разнообразии тематики. Издания охватывают широкий спектр вопросов – от новостей до развлечений, искусства, спорта и общественной жизни.

В массовых универсальных сетевых изданиях используются различные форматы контента: статьи, интервью, подкасты, инфографика и так далее. Рубрикация и жанровая политика отражается в структуре разделов. В каждом массовом универсальном сетевом издании есть рубрики: «Политика», «Культура», «Общество», «Наука и инновации», «Политика», «Люди», «Истории», «Спорт». Массовые универсальные сетевые издания, как правило, имеют онлайн-формат. Они доступны через веб-сайты и мобильные приложения, что позволяет создавать доступный контент для широкой

аудитории. Массовые универсальные сетевые издания обновляются ежедневно, а также могут действовать как на федеральном уровне, охватывая всю страну, так и быть более локализованные, публикуя материалы на региональном и местном уровнях.

Жанровая палитра включает в себя новостные заметки, статьи, комментарии, очерки, житейские истории, интервью, очерки, репортажи и обзоры. Это позволяет адаптироваться к различным интересам аудитории.

Федеральные издания обеспечивают охват всей страны. Региональные издания ориентированы на определенные регионы или города. Местные издания созданы для информирования об актуальных событиях на уровне микрорайонов или населенных пунктов. Массовые универсальные сетевые издания создают привлекательные и интуитивно понятные интерфейсы. Многие сетевые издания имеют адаптивный дизайн, чтобы обеспечить удобный доступ с мобильных устройств. Для улучшения восприятия контента активно используются изображения, инфографика и видеоматериалы.

Выводы главы первой. Таким образом, жизненная история, как жанр, размещаемый на платформах массовых универсальных сетевых изданий, имеет значительный потенциал в силу своей ориентированности на широкую аудиторию и интерес к жизни обычного человека. Жанр жизненной истории предоставляет возможность СМИ не просто информировать, но и создавать эмоциональную связь с аудиторией. Популярность жанра жизненной истории делает его инструментом для выполнения задач информационной политики, основанных на взаимодействии с аудиторией и создании контента, который касается необычных историй жизни людей.

Глава 2 Жизненная история в массовых универсальных сетевых изданиях: современное состояние и тенденции развития

2.1 Массовые универсальные сетевые издания в современном медиадискурсе

В системе современных СМИ к типу массовых универсальных сетевых изданий относятся «Московский Комсомолец», «Аргументы и факты», «Комсомольская Правда», «Лента.ру» и «Газета.ру». По данным исследования аналитического центра Юрия Левады, опубликованного в отчете «Российский Медиаландшафт», наиболее популярными изданиями в России на протяжении последних лет являются газеты «Аргументы и факты» (10% респондентов), «Комсомольская Правда» (8%), «Российская газета» (5%), «Известия» и «Московский Комсомолец» (по 4%). Деловые издания, «Коммерсантъ» и «Ведомости», имеют аудиторию 2% и 1% соответственно [18].

Издание «Московский Комсомолец» было основан в 1919 году и на сегодняшний день является одним из старейших и наиболее популярных изданий в Российской Федерации. Изначально эта газета была создана как молодежная, имела достаточно молодежный характер, но с течением времени издание превратилось в общероссийское и уже затрагивало такие темы, как политические, экономические и социальные. Сайт «Московского комсомольца» появился в 90-х годах прошлого столетия и стал важной дополнительной функцией к печатной газете.

Издание «Московский Комсомолец» является частным и принадлежит издательскому дому «Московский Комсомолец», под руководством Бориса Федорова.

По данным издания «Московский Комсомолец», аудиторию издания 55,8% составляют женщины, 44,2% – мужчины. Издание охватывает широкую аудиторию в возрасте от 30 до 60 лет, преимущественно жителей Москвы и крупных городов, читателей с консервативно-либеральными взглядами.

Аудитория «Московского Комсомольца» также охватывает несколько миллионов пользователей в месяц.

Основной целью «Московского Комсомольца» является информирование аудитории об актуальных событиях. Однако присутствует и развлекательный контент.

Издание «Московский Комсомолец» является сетевым, но имеет печатную версию. В отличие от печатной версии, материалы онлайн-платформы обновляются несколько раз в день, что свидетельствует о стремлении издателей соответствовать ожиданиям читателей: публиковать актуальную информацию, удовлетворять запросы аудитории. По данным 2023 года, опубликованным на онлайн-платформе, печатный тираж составляет около 200-300 тысяч экземпляров в день. Печатное издание «Московского Комсомольца» выходит в формате А3, но активнее представлено в онлайн-формате. Объем онлайн-версии неограничен, печатные издания включают в себя 16-48 полос. В «Московском Комсомольце» присутствует разнообразие жанров: новости, аналитика, репортажи, колонки. У портала широкий охват тем, а также есть возможность обратиться к архивам публикации.

«Московский Комсомолец» является федеральным изданием.

Сетевое издание «Московский Комсомолец» отличается наличием мультимедийных элементов, присутствуют броские сенсационные заголовки, светло-желтое оформление на главной странице. Рубрики сетевого издания делятся на следующие разделы: «Новости», «Политика», «Общество», «Наука», «Спорт», «Культура» и другие.

«Аргументы и факты» основано в 1978 году. Изначально печатное издание создавалось как еженедельник, в котором были актуальные статьи социальной, политической и экономической направленности. Сетевая версия издания «Аргументы и факты» появилась в 1990 году.

Учредителем издания выступает редакция «Аргументы и факты». Издание принадлежит холдингу «Аргументы и факты», в котором участвуют различные акционеры.

«Аргументы и факты» преследуют цель просвещения и популяризация науки, анализ событий. Как печатное, так и сетевое издание придерживается просветительской миссии, объяснение сложных тем простым языком.

Целевой аудиторией издания является в основном старшее поколение, люди от 45 лет, семейная аудитория. Сетевое издание «Аргументы и факты» охватывает широкую аудиторию, в том числе и молодое поколение, так как на сайте публикуется развлекательный контент.

Издание является сетевым, но также имеет печатную версию. Тираж издания составляет примерно 150-200 тысяч экземпляров. Объем онлайн-версии не ограничен. В отличие от газетной версии, которая выходит тодин раз в неделю, сетевое издание «Аргументы и факты» обновляется каждые два часа. Жанровая палитра включает в себя новости, отчеты, интервью, репортажи, обзоры, рецензии и так далее.

«Аргументы и факты» является федеральным изданием. География распространения, в основном, имеет федеральное значение, но также включает в себя региональные выпуски.

Сайт имеет классическое оформление с четким разделением на тематические рубрики: «Политика», «Экономика», «Общество», «Происшествия», «Наука», «История» и другие. Главная страница содержит логотип, меню рубрик и кнопки авторизации и поиска. В цветовой гамме преобладают корпоративные цвета: синий, белый и красный. Фотографии и иллюстрации крупные, часто с эмоциональным подтекстом. Присутствуют крупные заголовки, часто с интригой или вопросом. В мобильной версии упрощенный интерфейс, удобный минималистический дизайн с акцентом на читабельность. Визуально издание балансирует между традиционной строгостью и современными цифровыми трендами.

«Комсомольская Правда» – это одна из старейших и популярных газет в Российской Федерации. Издание основано в 1925 году.

Учредителем «Комсомольской Правды» является акционерное общество «Издательский дом Комсомольская Правда».

Целевая аудитория издания – это массовый читатель (24-55 лет). Онлайн-платформа насчитывает более 10 миллионов интернет-пользователей за месяц.

Целью сетевого издания является информирование широкой аудитории об актуальных событиях, поддержание исторического бренда, размещение развлекательного контента.

«Комсомольская Правда» – сетевое издание, которое имеет печатную версию. Тираж издания составляет 500 тыс. Объем онлайн-версии не ограничен. Обновляется портал каждый час. Печатный формат издания выпускается в формате А3 и включается в себя 4 полосы цветных страниц, общий объем составляет примерно 32 страницы.

Жанровая палитра содержит в себе такие жанры как новостная заметка, репортаж, интервью, очерк, зарисовка, фельетон.

«Комсомольская Правда» считается федеральным частным изданием с региональными вкладками. Издание охватывает всю территорию России, а также имеет международную аудиторию благодаря онлайн-версии.

Оформление сайта представлено в классическом варианте: новостной сайт с баннерами, видео и инфографикой. Сайт имеет яркий и динамичный дизайн, ориентированный на массовую аудиторию. Главное меню представлено горизонтально, в верхней части отображаются крупные рубрики: «Главные новости», «Политика», «Общество», «Здоровье», «Наука и технологии», «Культура и спорт», «Путешествия» и другие. Цветовая гамма выражается в фирменных цветах: красный, белый и черный. Полноэкранный режим чтения делает контент удобным для восприятия, привлекают внимание кричащие заголовки и обилие мультимедиа. Сайт сочетает в себе черты традиционной газеты и современного формата, делая ставку на сенсации, простоту и оперативность информации.

«Лента.ру» – один из крупнейших новостных ресурсов России, основанный в 1999 году, одно из первых изданий в области онлайн-журналистики. За прошедшие десятилетия портал завоевал доверие читателей

и стал одним из наиболее популярных источников информации. Миллионы читателей ежедневно заходят на сайт. Сегодня «Лента.ру» также владеет многотысячной аудиторией в Telegram-канале.

Учредителем сетевого издания «Лента.ру» является ООО «МИНС». Входит в группу компаний Rambler&Co, одну из крупнейших российских медиахолдингов.

Целевой аудиторией считается люди 20-45 лет, интеллектуальная и либерально-ориентированная аудитория. «Лента.ру» ориентирована на широкую аудиторию, в том числе молодое поколение.

Целью сетевого издания выступает обеспечение оперативного и объективного освещения текущих событий в России и мире, создание платформы для обмена мнениями и общественного диалога, развитие интернет-портала как современного и удобного источника новостей и актуальной информации.

Форматом считается интернет-издание, без печатной версии. «Лента.ру» полностью сосредоточена на онлайн-ресурсе. Платформа обновляется каждый час.

Жанровая палитра издания включает в себя новости, интервью, репортажи, комментарии, блоги, очерки, житейские истории и спецпроекты.

Издание рассчитано на аудиторию по всей России, их материалы доступны по всему миру, благодаря интернет-платформе.

«Лента.ру» является частным и находится под контролем коммерческих структур.

Оформление сетевого издания представлено в классическом варианте. Современный, адаптивный дизайн, удобный интерфейс, мультимедийные материалы – фото, видео, графики. Насыщенный минималистический стиль, удобство чтения и быстрого поиска информации. Кроме того, у портала есть мобильное приложение, и оно в целом идентично телеграм-каналу и сайту. На сайте представлены следующие рубрики: «Главное», «Россия», «Мир»,

«Экономика», «Наука и техника», «Культура», «Спорт», «Ценности», «Путешествия», «Из жизни», «Люди».

«Газета.ру» – это ведущий российский новостной интернет-портал, основанный в 1999 году и, как и «Лента.ру», стал основоположником онлайн-журналистики в России. «Газета.ру» является частным СМИ, издателем считается ООО «Газету.ру». Формат интернет-издание не предполагает печатной версии. Материалы публикуются ежедневно, акцент делается на аналитику.

Учредителем сетевого издания «Газета.ру». выступает ООО «МИНС». Входит в группу компаний Rambler&Co, одну из крупнейших российских медиахолдингов.

Сетевое издание «Газета.ру» нацелено на активную, образованную аудиторию читателей, интересующихся текущими новостями, политические темы, обществом и культурой. Аудитория сетевого издания, по данным «Газеты.ру» составляет 67,27% мужчин и 32,73% женщин в возрасте от 25 до 65 лет.

Целью «Газета.ру» является освещение политики, бизнеса и технологий, предоставление актуальной информации, развитие общественного диалога.

Формат издания «Газеты.ру» - сетевое издание, без печатной версии. Материалы платформы обновляются каждый час.

Жанровая палитра содержит новостные заметки, авторские колонки, интервью, обзоры, рецензии, житейские истории. Как и у других СМИ, у «Газеты.ру» достаточно большой спектр тематик – это и новости, актуальная информация, происшествия, спорт, здравоохранение и многое другое.

«Газета.ру» сосредоточена на российской аудитории, является федеральным частным изданием.

Оформление сетевого издания характеризуется современным строгим дизайном, ориентированным на удобство чтения и информативность. Сайт выполнен в светлых тонах, что создает нейтральную атмосферу. В верхней части находится горизонтальная панель с логотипом, поисковой строкой и

навигацией, предоставляющей доступ к следующим рубрикам: «Политика», «Бизнес», «Общество», «Мнения», «Культура», «Наука», «Общество». «Газета.ру» представлена в социальных сетях, есть телеграм-канал, мобильное приложение, что в целом удобно и адаптивно для читателя.

Итак, те массовые сетевые издания, которые мы рассмотрели выше, играют немаловажную роль в формировании современного медиаландшафта. Уникальность этих изданий в том, что они сочетают в себе традиционный печатный формат в виде газеты и электронный формат: сайт или портал, что позволяет им регулярно расширять свою аудиторию, выходить на новые площадки, интегрировать в процесс новые формы взаимодействия с аудиторией. Выделим такую общую характеристику, как большой спектр различных тематик, что позволяет читателю находить для себя полезную, нужную, актуальную информацию. Ни одно из данных сетевых СМИ не позволяет себе выдавать непроверенную или так называемую «жёлтую» информацию, слухи и сплетни. Все проанализированные издания нацелены на широкую читательскую аудиторию. В каждом издании присутствуют рубрики, посвященные историям людей: «Общество», «Люди», «Истории», «Из жизни». Анализ массовых универсальных сетевых изданий показал, что все издания имеют федеральный охват, но различаются по стилю. «Комсомольская Правда» и «Аргументы и факты» – это традиционные СМИ с онлайн-версиями. «Лента.ру» и «Газета.ру» – это современные цифровые СМИ. Каждый сайт обладает отдельной рубрикой, в которых публикуются истории людей: «Общество», «Люди», «Истории», «Из жизни».

2.2 Жизненные истории в сетевых изданиях массовой универсальной направленности: жанровая модель

Анализ жизненных историй в сетевых изданиях – это исследование, которое затрагивает освещение личных биографий, рассказов о судьбе людей, о событиях, которые оказали сильное влияние. Во второй главе мы проведем

анализ историй по алгоритму жанрового анализа для того, чтобы определить общие признаки, обобщить их и выделить жанровую модель жизненной истории, а также рассмотрим, как эта жизненная история может помочь аудитории, какой эмоциональный отклик данная история получает.

Анализ текстов проведен по алгоритму жанрового анализа Л. В. Ивановой: предмет, целевая установка, виды, методы работы, особенности формы.

Для подробного анализа жизненных историй в сетевых изданиях был выбран период: декабрь 2024 – март 2025 гг. За данный промежуток времени 5 рассматриваемых нами СМИ опубликовали в общей сложности порядка 50 текстов, которых можно отнести к категории – жизненных. 15 из них мы проанализировали.

Стоит отметить тот факт, что сама по себе жизненная история как жанр практически в чистом виде нигде не обозначена. Однако, у «Комсомольской правды», «Московского комсомольца» и «Аргументы и факты» достаточное количество материала, который можно отнести к категории «жизненных историй». Возможно, это связано с тем, что эти издания изначально издавались как печатные, то есть газеты. А основная часть всех материалов традиционно – истории людей.

У издания «Лента.ру» много заимствующей информации с иностранных источников. Они переведены на русский язык и, соответственно, не имеют авторского видения и оценки местного российского журналиста. Очень много историй, которые, на наш взгляд, не являются ни мотивирующими, ни положительными, и скорее житейскими, а не жизненными. Это истории про любовь к деньгам, про обманы, про измены, воровство и так далее.

Среди общих признаков: большое количество материалов на тему специальной военной операции. Также в январе 2025 года практически все сайты написали о волонтерах, находящихся на Черном море – людях, которые собственноручно спасали животных и вычищали остатки нефтепродуктов из моря.

На основе проведенного анализа мы выявили несколько типов жизненных историй, размещенных на сайтах сетевых СМИ.

Биографии, истории о выживании преодолении чувства страха:

- «Ужасно страшно, люди кричали»: туристка из России рассказала о землетрясении в Бангкоке и о том, как выжила (Газета.ру. 2025. 28 марта);
- «Огромные рапаны... валялись живые, но в мазуте»: жительница Ямала отправилась в Анапу бороться с экологической катастрофой (Комсомольская правда. 2024. 31 декабря);
- «Я понимала, что могу погибнуть» Как пловчиха бежала из охваченной войной Сирии и стала звездой Олимпийских игр? (Лента.ру. 2025. 3 марта);
- «До смерти было меньше минуты»: выжившая в «Крокусе» рассказала, как за год после теракта получила особенные силы (Московский комсомолец. 2025. 22 марта);
- «Русский богатырь Дмитрий Халаджи: Не сварился в кипятке, выжил в схватке с медведем и стал волонтером в Донбассе» (Комсомольская правда. 2025. 26 марта).

Истории о победе над жизненными трудностями:

- «Считаю себя счастливой»: певица Хлебникова рассказала о своем состоянии (Газета.ру. 2024. 23 апреля);
- «Я – железный человек». Как сибирячка встала на ноги после комы из-за ДТП. («Аргументы и факты». 2025. 21 марта);
- «Пережившая блокаду россиянка помогает бойцам СВО: «Скинулись со своих пенсий и купили фронту «буханку». Блокадница Эльза Штабская собрала для солдат СВО миллион рублей» (Комсомольская правда. 2025. 30 марта).

Истории успеха, истории о достижении жизненных целей:

- «Человечество идет по неправильному пути». Федор Конюхов. Большое интервью главного путешественника России (Лента.ру);

- «У русских появилась новая звезда женского тенниса» Как россиянка Мирра Андреева в 17 лет стала одной из лучших теннисисток мира? (Лента.ру. 2021. 12 декабря);
- «Ты мое солнышко»: парень с синдромом Дауна женился в Дагестане. У дагестанского жениха с синдромом Дауна есть шанс родить здорового ребенка» (Московский комсомолец. 2025. 6 февраля).

Необычные судьбы обычных людей:

- «На щите или со щитом»: русский мэр из Колумбии хочет вернуться в Россию (Газета.ру. 2025. 13 марта);
- «Спас ребёнка, а сам погиб. Кинолога из Тверской области наградили посмертно» (Аргументы и факты. 2025. 19 марта);
- «Жертвуя собой. Майор Сергеев, закрывший заложников, мог бы отмечать юбилей» (Аргументы и факты. 2025. 29 марта);
- «От воспоминаний слезы на глазах»: самая маленькая россиянка встретит Новый год в эвакуации (Московский комсомолец. 2024. 26 декабря).

На основе структурно-семантического анализа можно выделить следующие характеристики историй. Предметом проанализированных материалов является обычный человек, часто не известный широкой аудитории. Героями таких историй становятся люди, оказавшиеся в экстремальных или необычных обстоятельствах: волонтеры, спортсмены, гражданские герои и просто обычные россияне. Каждый из них переживает жизненный опыт, связанный с преодолением трудностей, нестандартными ситуациями.

Цель публикаций заключается в том, чтобы в сюжетной форме представить процесс преодоления жизненных трудностей и сложных обстоятельств. Это могут быть физические трудности, например, после землетрясения или во время войны. Преодоление психологических барьеров, например, выздоровление после тяжелой болезни. Акцент в таких материалах

делается на достижении успеха, когда обычный человек становится примером для остальных, вдохновляя на положительные поступки.

На основе анализа публикаций нам удалось выделить общие цели материалов: просветительская (материал знакомит читателей с чем-то новым, необычным опытом), эмоциональная (материал вызывает эмоциональный отклик у читателей) и мотивирующая (материал показывает пример стойкости, жизненная история вдохновляет на совершение достижений).

Например, цитата из статьи про Федора Конюхова издания «Лента.ру», опубликованного 12 декабря 2021 года, преследует просветительскую цель: «Для меня примером и учителем всегда был и остается первый в мире путешественник-одиночка Наоми Уэмура. До него никто не верил, что самый сложный рискованный маршрут под силу одному человеку. Но Уэмура смог, он в одиночку шел к Северному полюсу и поднялся на Мак-Кинли. Он постоянно утверждал дух человека, говорил: «„Я иду в одиночные экспедиции, чтобы постичь предел человеческих возможностей“».

Цитата из статьи «До смерти было меньше минуты», опубликованного в издании «Московский комсомолец» 28 марта 2024 года, демонстрирует, как показана в тексте эмоциональная цель: «Первое время перед глазами стоял тот дым и момент осознания „я сейчас умру“. Закрываешь глаза и вот он. Сейчас уже ушло. Нет слов, чтобы передать, как мне больно думать о погибших. Так сложно поверить, что все это действительно произошло».

Цитата из материала «Я – железный человек» о том, как сибирячка встала на ноги после комы из-за ДТП», опубликованного в издании «Аргументы и факты» 21 марта 2025 года, показывает мотивирующую цель: «Какая я была счастливая, когда первый раз вышла на балкон и смогла посмотреть на улицу. Родители и муж колоссально поддерживали меня. От супруга никогда не слышу никакой критики в свой адрес. Когда я была в больнице, навещал каждый день».

В качестве методов получения информации о герое используется, например, интервью с героем или его близкими, обработка документов и

данных, связанных с событием, сбор комментариев от очевидцев и участников событий, личные записи героя. Данные методы сбора информации помогают составить полное и объективное представление о жизни человека, случившейся с ним ситуации, а также о ее воздействии на человека. Структура повествования в жанре жизненной истории помогает создавать эмоциональную связь с читателем, вовлекая его в историю и давая возможность прочувствовать переживания героя.

Основной метод изображения героя в ситуации – повествование, обязательными элементами которого являются завязка, развитие, то есть кульминация и развязка. Отличительная особенность у хронологической структуры материалов: события рассказываются последовательно, в некоторых материалах автор убирает свои вопросы, оставляя только ответы героя интервью, в каких-то материалах вопросы присутствуют. Во всех материалах в основе композиции присутствует сюжетное повествование с завязкой, кульминацией и развязкой.

На основе проанализированных жизненных историй можно сделать вывод, что в каждом материале присутствует схожая структура повествования. Описывается критическая ситуация, в которой оказался человек. Автор текста старается передать эмоциональную реакцию героя, его мысли и чувства в момент кризиса. В тексте показывается момент борьбы с преградами, включая внутренние конфликты и сомнения. Заканчивается жизненная история разрешением конфликта и выводами, которые делает сам герой повествования после пережитого опыта.

Стиль изложения жизненных историй можно охарактеризовать как эмоциональный. Используются яркие, выразительные образы и метафоры, которые дают возможность донести до читателя переживания и эмоции героя. Часто присутствует элемент активного диалога, что оживляет повествование и дает голос самому герою. Например, материала про выжившую в Крокусе девушку (Московский комсомолец, 2024. 29 марта).

Текст состоит из двух частей. В первой автор описывает состояние Екатерины сразу после теракта, затем – спустя год. А во второй части Екатерина отвечает на вопросы журналиста. Также отметим, что в первой части статьи присутствует введение, где автор устанавливает контекст и подчеркивает физические и психологические последствия травмы Екатерины.

В тексте присутствует прямая речь, что придает статье личностный характер и усиливает эмоциональное воздействие. Лексика, которая используется в данной публикации, подчеркивает серьезные последствия теракта. Героиня интервью использует такие слова, как ожог, затрудненное дыхание, тремор рук. Все это указывает на физические страдания.

В этой жизненной истории подчеркивается серьезность описываемых проблем. Автор текста использует короткие и четкие предложения. Но во второй части предложения становятся уже длиннее, сложнее. Они отражают размышления Екатерины о своём состоянии, о том, что сегодня испытывают люди, которые остались в живых, так как Екатерина со многими поддерживает связь.

Трагедия, которая произошла год назад, формирует фон для разговора. Автор и героиня вспоминают то, что случилось в марте 2024 года. Разговор достаточно эмоциональный. Екатерина использует такие выражения, как «это не те эмоции, которые я не могу контролировать», и «это ещё одно страшное событие в жизни». Мы делаем вывод о том, что Екатерина сильный человек, она уже не первый раз сталкивается со страшными ситуациями, но учится жить, идёт вперёд и своими ответами мотивирует других людей не унывать, не уходить в депрессию, заниматься собой, заниматься своим здоровьем. Иными словами, ответы Екатерины позволяют нам увидеть её способность справляться с ситуацией и двигаться вперёд. Текст также эффективно передаёт физические и эмоциональные последствия теракта через сочетание медицинского описания Екатерины и её собственных воспоминаний.

Еще одним примером может служить жизненная история «Я – железный человек». Как сибирячка встала на ноги после комы из-за ДТП» (Аргументы и факты. 2025. 21 марта).

В структуре текста мы видим заголовок, который содержит основную идею и эмоциональный посыл с фразой «Я – железный человек». В основной части происходит описание событий аварии, последствий для героини и ее процесса восстановления. В рамках эмоционального контекста мы видим, как выражены чувства и переживания Анастасии через ее личные воспоминания и в целом восприятие ситуации. В рамках социального аспекта упоминается общественная реакция. Анастасия говорит о том, что начались разбирательства и отсутствовало наказание виновника. Можно говорить о том, что данный материал имеет мотивирующую подоплеку для аудитории, так как здесь акцент на силе духа Анастасии и стойкости.

В рамках ключевых тем здесь мы можем отметить ДТП, инвалидность, психологический настрой и общественный резонанс. Видим контраст между радостным событием. Анастасия говорит о том, что защитила диплом и сразу после произошла авария. Цитаты делают рассказ более личным, достоверным, у читателя возникают эмоции, становится жалко Анастасию, при этом чувствуется ее позитив, ее отношение к жизни. И у читателя возникает мысль, что проблемы меркнут на фоне проблем Анастасии.

Автор стремится показать стойкость и мужество своей героини, вызвать сочувствие и уважение к ее борьбе за возвращение к нормальной жизни. Дискурс-анализ данного текста показал, что текст сочетает в себе элементы личной драмы, общественной проблематики и психологического портрета.

Анализ материала: «Ты мое солнышко»: парень с синдромом Дауна женился в Дагестане. У дагестанского жениха с синдромом Дауна есть шанс родить здорового ребенка (Московский комсомолец).

Текст посвящен необычной свадьбе парня с синдромом Дауна в Дагестане. Необычно с точки зрения того, что это впервые официальный случай заключения брака человека с таким синдромом в России. Главные темы

включают в себя медицинский аспект, семейные отношения, взаимодействие семьи, жениха и невесты. Это культурные особенности, традиционные обычаи и представление о браке в Дагестане, отношении общества к бракам людей с ограниченной возможностью.

Если говорить об особенностях стиля и структуры текста, то мы видим использование прямой речи. Автор включает цитаты участников событий, это придает тексту личную окраску, добавляет достоверности. Эмоциональная насыщенность также присутствует, много внимания уделено чувствам и переживаниям героев. Также здесь есть контраст между серьезностью диагноза жениха и оптимизмом его, его супруги и родителей. Автор стремится подчеркнуть уникальность и значимость событий, одновременно обращаясь к важным социальным моментам, к медицинским показаниям молодого человека. И цель статьи в целом заключается в демонстрации силы человеческой воли. А поскольку мы говорим о том, что жизненная история – это скорее мотивирующая история, то данная публикация отлично это транслирует.

Молодой человек преодолел препятствие, нашел свою судьбу и, собственно, на данный момент он счастлив. Публикация демонстрирует важность поддержки и понимания в обществе таких людей и показывает, что физические ограничения не должны и не могут мешать людям построить полноценную счастливую жизнь.

В материалах жанра жизненной истории используются различные способы подачи информации: фото, видео, инфографика и другое. За счет этого, материалы выглядят интереснее и познавательнее.

Особенности формы. Такой элемент как цепляющий заголовок помогает удерживать внимание читателя: «Спас ребёнка, а сам погиб», «Я – железный человек», «Я понимала, что могу погибнуть», «До смерти было меньше минуты».

Эмоциональный окрас придает вводная часть, то есть лид: «Во время землетрясения в одном из торговых центров Бангкока падали декорации и

сыпался потолок. Об этом «Газете.Ру» рассказала россиянка Валерия, которая находилась на месте ЧП. Во время эвакуации из здания люди кричали и бежали» (Газета.ру. 2025. 28 марта); «Первый в России случай женитьбы молодого человека с синдромом Дауна был зафиксирован в Дагестане. 20-летний Амирхан из села Гельбах Кизилюртовского района обручился с 25-летней Бакуш. Невеста хоть и старше жениха, но у нее нет ограничений по здоровью. Амирхана она раньше не знала, но приняла предложение сватов и уехала из дома, где жила с двумя тетями» (Аргументы и факты. 2025. 6 февраля); «Человек, запросто носивший на плечах лошадей и быков, завязывающий узлом арматуру и демонстрирующий самые невероятные возможности человеческого тела, живет в Комсомольском – небольшом поселении Донбасса» (Комсомольская правда. 2025. 12 мая).

Таким образом, жизненная история как жанр действительно играет ключевую роль в установлении эмоциональной связи с аудиторией. Кроме того, жизненная история помогает формировать общественное мнение относительно той или иной темы или героя интервью. Подобные истории позволяют читателям ощущать связь с героем, что позволяет улучшить восприятие и понять ценности человека, понять мотивы его поведения, мотивироваться им.

Проведенный анализ научных представлений отечественных и зарубежных исследователей о жанре жизненной истории, а также анализ публикаций массовых универсальных сетевых изданий позволяют обобщить и выделить ключевые характеристики жанра жизненной истории:

- предмет: обычный человек;
- типы историй: биографии, истории о преодолении жизненных трудностей, интересная судьба простых людей;
- структура повествования: завязка, кульминация и развязка;
- цели публикаций: просветительская (обучающая), эмоциональная (вызвать радость или сочувствие), мотивирующая и побуждающая,

- выгода (повышение интереса к герою или изданию) или коммерциализация;
- особенности формы;
 - индивидуальность (жанр жизненной истории подчеркивает черты и особенности личности, отражает не только события, но и внутренний мир человека, его переживания и чувства)
 - динамика изменений (жанр жизненной истории охватывает процесс изменений, происходящий с человеком в течение его жизни, это может быть как рост и развитие, так и столкновения с трудностями и кризисами);
 - эмоциональная насыщенность (эмоциональный компонент в материалах жанра жизненной истории делает историю дивой и запоминающейся);
 - повороты судьбы (необычные и иногда драматические повороты судьбы могут стать ключевыми моментами в жизненной истории).

Выводы главы второй.

Жизненная история – это жанр, предметом которого является обычный человек, с которым произошла ситуация, имеющая типовое распространенное значение. Цель жизненной истории заключается в том, чтобы показать ситуацию, в которой оказался человек максимально понятно и просто для читателя, вызвав эмоциональный отклик.

Жизненные истории основаны на реальных фактах и событиях, могут иметь лирическую тональность, особое изложение, эмоциональный окрас. В рамках этого жанра журналисты передают тот посыл, который в своем рассказе определяет сам герой интервью. В жизненной истории на первый план не встают материальные ценности, так как речь идет скорее о духовной составляющей. Лиричное отступление, эмоциональный окрас, отсутствие излишней оценки и суждения автора – это то, что на наш взгляд все присуще жизненной истории.

В основе композиции жанра жизненной истории, в отличие от других жанров журналистики, находится сюжетное повествование с развитием действия, то есть завязкой, а также кульминацией и развязкой.

Публикация жизненных историй характеризуется различными способами подачи информации, такими, например, как хронологическая структура, наличие интерактивных элементов и использование мультимедии: фото, видео и инфографики. Всё это обогащает само восприятие текста и делает аудиторию ближе к герою, текст становится более привлекательным для читателя.

Задача жизненной истории – вызвать определённые эмоции у читателей. Это могут быть положительные эмоции, радость, сочувствие, а могут быть и даже негативные – волнение, страх, слёзы. В любом случае, жизненная история повышает интерес к герою, повышает интерес к изданию, к автору, мотивирует читателя и вдохновляет его.

Анализ публикаций в сетевых массовых изданиях подтверждает важность использования такого жанра в журналистике, как жизненная история и позволяет выстраивать эффективную коммуникацию и держать эмоциональную связь с читателем. Сегодня созданы все условия для того, чтобы этот жанр совершенствовался и все активнее внедрялся в медиaprостранство.

Заключение

Результаты исследования показали, что жизненная история является самостоятельным жанром журналистики, привлекая значительное внимание и имея высокую степень вовлеченности со стороны читателя. По данным анализа жанра жизненной истории в массовых универсальных сетевых изданиях, количество просмотров каждого материала в жанре жизненной истории превышает 600 тысяч.

Тем не менее, несмотря на популярность жизненной истории, жанр недостаточно исследован. В выпускной квалификационной работе проведен анализ научных представлений отечественных и зарубежных исследователей о жанре жизненной истории, благодаря которому сформулировано определение жанра.

Жизненная история – это публицистический жанр журналистики, предметом является обычный человек, с которым произошла ситуация, имеющая типовое распространенное значение. Цель жизненной истории заключается в том, чтобы показать ситуацию, в которой оказался человек максимально понятно и просто для читателя, вызвав эмоциональный отклик.

Учитывая все важные критерии, разработана характеристика жанра жизненной истории: предметом жизненной истории выступает обычный человек, типы историй, цели публикаций, структура повествования, особенности формы, динамика изменений, эмоциональный окрас.

Анализ массовых универсальных сетевых изданий подтвердил, что такие СМИ являются наиболее удобной платформой для распространения материалов в жанре жизненной истории.

Цель бакалаврской работы, а именно на основе анализа актуального контента жизненных истории выявить типовые характеристики жанровой модели и ресурсы ее эффективности для организации массовой коммуникации, опосредованной универсальными сетевыми изданиями, была достигнута. Все поставленные задачи были решены.

Список используемой литературы и используемых источников

1. Акопов А. И. Методика типологического исследования периодических изданий. Иркутск: Издательство Иркутский университет, 1985. 96 с.
2. Акопов А. И. Некоторые вопросы журналистики: история, теория, практика. Ростов-на-Дону : Терра, Гефест. 2002. 386 с.
3. Барт Р. Введение в структурный анализ повествовательных текстов. Москва. 2021. 196 с.
4. Вартанова Е. Л. О современном понимании СМИ и журналистики // Медиаскоп. 2010. № 1. С. 10-145.
5. Гюго В. Собор Парижской богородицы. Москва : АСТ : Транзиткнига, 2004. 508 с.
6. Дж. Фрэйзер. Золотая ветвь : исследование магии и религии / Джеймс Джордж Фрэйзер ; [пер. с англ. М. К. Рыклина]. Москва : Эксмо, 2006. 958 с.
7. Жанры журналистского творчества : Учебное пособие для студентов вузов / Г. В. Лазутина, С. С. Распопова. Москва : Аспект Пресс, 2011. 320 с.
8. Иванова Л. В. Жанры и форматы журналистики мнений : электронное учебно-методическое пособие. Тольятти : Тольяттинский государственный университет. 2022. 174 с.
9. Карасик В. И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. Волгоград : Перемена, 2002. 477 с.
10. Корконосенко С. Г. Асоциальность прессы и отклоняющееся поведение журналистов // Журналистика в переходный период : проблемы и перспективы. Москва : Факультет журналистики МГУ, 1998. С. 17-27.
11. Корконосенко С. Г. Сетевые СМИ Российского мегаполиса. Санкт-Петербург : СПбГУ, 2011. 217 с.

12. Колесниченко А. В. Востребованность жанров журналистских текстов в онлайн-СМИ // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2018. № 1. С. 2-15.
13. Кройчик Л. Е. Система журналистских жанров. // Основы творческой деятельности журналиста. Санкт-Петербург. 2000. 187 с.
14. Лукина М. М. Трансформации журналистского текста в условиях интернет-среды // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2009. №3. С. 54-73.
15. Макадамс Д. П. Психология жизненных историй // Методология жизненных историй. 2008. № 3. С. 135-166.
16. Меринов В. Ю. Советская журналистика 30-нач. 50-х годов как искусство соцреализма. Положительный герой // Научный результат. Научный результат. Социальные и гуманитарные исследования. 2015. №3 С. 1-10.
17. Российская периодическая печать: состояние, тенденции и перспективы развития // отраслевой доклад под об. Ред. В. В. Григорьева. 2021. 130 с.
18. Российский медиаландшафт-2020 [Электронный ресурс] // Левада-центр. 2020. 29 апреля. URL: <https://momri.org/2020/momrinews/levada-centr-rossijskij-medialandshaft-2020/> (дата обращения 14.05.2025).
19. Основы журналистской деятельности : учеб. для вузов / Л. Е. Кройчик, В. Д. Мансурова, А. А. Пронин [и др.]; под ред. С. Г. Корконосенко. Москва : Юрайт, 2023. 240 с.
20. Пронин Е. И. Социальная практика и журналистский текст / [Е. А. Блажнов, С. А. Муратов, Л. В. Насреева и др.]; Под ред. Я. Н. Засурского, Е. И. Пронина. Москва : Изд-во МГУ. 1990. 173 с.
21. Распопова С. С. От нарративной идентичности к нарративной социальности: что человек рассказывает о себе в блогах // Челябин. гуманитарий. 2020. № 2 (51). С. 76–80
22. Распопова С. С. О понятии жанр в теории журналистики // Челябин. гуманитарий. 2012. № 6 (260). С. 114-117

23. Самарцев О. Р. Творческая деятельность журналиста (очерки теории и практики) : учебное пособие / О. Р. Самарцев. Москва : Академический Проект, 2020. 528 с.

24. У каждого человека – своя житейская история, достойная внимания журналиста [Электронный ресурс] // Союз журналистов России. 2020. 9 сентября. URL: <https://ruj.ru/news/blogs/u-kazhdogo-cheloveka-svoya-zhiteiskaya-istoriya-dostoinaya-vnimaniya-zhurnalista-13208> (дата обращения 10.02.2025).

25. Стровский Д. Л. Модернизация журналистики : методологический этюд / В. Л. Иваницкий. Москва : Издательство Московского университета, 2010. С. 44-76.

26. Тертычный А. А. Особенности жанрообразования в интернет-СМИ // Вопросы журналистики, педагогики, языкознания. 2013. №6. С. 172-179.

27. Тертычный А. А. Жанры периодической печати, учебное пособие. М.: Аспект Пресс, 2000 310 с.

28. Тулупов В.В. Типология современной российской прессы : Монография / А. А. Грабельников, А. А. Кажикин, В. В. Тулупов / Под ред. В. В. Тулупова. Воронеж : Кварта, 2018. 230 с.

29. Тодорова О. В. Сторителлинг как инновационный PR-инструмент // Современные проблемы науки и образования. 2014. № 4. С. 92-134.

30. Шкондин М. В. Типология периодической печати : Учебное пособие для студентов вузов / М. Е. Аникина, В. В. Баранов, О. А. Воронова и др. ; под ред. М. В. Шкондина, Л. Л. Реснянской. М.: Аспект Пресс, 2009. 236 с.

31. Янчева Н.Ю. Автопортрет в интервью: автореф., дис. канд. филол. наук. Воронеж. 2011. 123 с.

32. Bruner, J. (1991). Narrative Construction of Reality. *Critical Inquiry*, 18(1). 1-21.

33. Frank, A. .W. (2010). *Letting Stories Breathe: A Socio-Narratology*. Chicago: University of Chicago Press.
34. Gubrium, J. F. & Holstein, J. A. (2009). *Analyzing Narrative Reality*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.