

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 Серия портретных очерков «Люди, которые меняют город» на платформе
молодежного медиахолдинга «Есть talk!» (творческая работа)

Студент

Н.А. Горбунов

(И.О. Фамилия)

(личная подпись)

Руководитель

кандидат филологических наук, Е.Р. Раскатова

(ученая степень, звание, И.О. Фамилия)

Тольятти 2020

Аннотация

Бакалаврская работа посвящена созданию авторского цикла портретных очерков «Люди, которые меняют город» для публикации материалов на сайт Молодёжного медиахолдинга «Есть talk!» ТГУ. Актуальность обусловлена злободневностью выбранной темы цикла и целесообразностью применения современных жанровых признаков портретного очерка.

Цель работы – создание авторского цикла «Люди, которые меняют город». В процессе создания удалось систематизировать современные научные представления о жанре «портретный очерк», определить трансформацию классического жанра в современном мультимедийном пространстве, разработать концепцию журналистского проекта «Люди, которые меняют город», написать материалы цикла портретных очерков и опубликовать их на сайте Молодёжного медиахолдинга «Есть talk!» ТГУ.

Работа состоит из введения, двух глав, заключения, списка использованной литературы. Во введении определяются актуальность выбранной темы, объект и предмет исследования, цели, задачи, практическая значимость. В первой главе рассматриваются и систематизируются научные представления о жанровых особенностях портретного очерка в журналистике. Во второй главе представлены концепция, ход работы и опубликованные материалы. В заключении делаются выводы по итогам работы, в приложении представлены копии дипломов, полученных за победы на конкурсах.

Результатом бакалаврской работы является цикл из четырех очерков о людях, которые реализуют свои идеи в Тольятти, на примере своего успеха вдохновляют горожан, тем самым, составляя в умах позитивную картину города.

Оглавление

Введение.....	3
Глава 1 Портретный очерк как жанр интернет-издания	7
1.1 Современные научные представления о жанре портретный очерк.....	7
1.2 Трансформация портретного очерка в современном мультимедийном пространстве	14
Глава 2 Работа над циклом портретных очерков «Люди, которые меняют город»	23
2.1 Концепция журналистского проекта «Люди, которые меняют город»	23
2.2 Реализация авторского проекта «Люди, которые меняют город»	32
Заключение	46
Список используемой литературы и используемых источников.....	49

Введение

Внутренняя миграция населения – одна из самых острых проблем современной России. По данным Администрации городского округа Тольятти сегодня численность населения города составляет 699 367 человек – впервые за двадцать лет тольяттинцев стало меньше 700 тысяч [27]. Данные Федеральной службы государственной статистики показывают, что в 2018 году численность населения Тольятти составляла 705 тыс. жителей, в 2019 – 702,8 тысяч [32]. Наилучший показатель был в 2009 году – 720 346 человек [28]. Ситуация катастрофическая – за 2019 год из Тольятти уехало 2,7 тысяч жителей. К 2022 году численность населения города по прогнозам сократится на 10–13,6 тысяч человек [20].

Причины миграции из города очевидны: невысокая зарплата, отсутствие рабочих мест, разнообразных форм досуга: недовольство экономическими и экологическими проблемами. Кандидат географических наук, Никита Мкртчян, в своей статье «Миграция молодёжи из малых городов России» отмечает, что выпускники региональных школ зачастую покидают «родину» из-за намерений получить высшее образование в крупном городе [17]. Нынешний миграционный тренд состоит в том, что перемещение людей имеет устойчивый «центростремительный характер»: из села в город, из периферии в «центр» [4, с. 6].

Стереотипные представления о малом городе, навязанные медиасферой, тоже способствуют оттоку молодёжи. Преподаватели и студенты кафедры «Социология» Тольяттинского государственного университета (ТГУ) провели исследование: были выявлены факторы, негативно влияющие на имидж Тольятти в СМИ. Оказалось, что журналистские материалы о кризисе на АвтоВАЗе, о критике отечественных автомобилей, отрицательные высказывания о городе в Интернете, фото и видеоматериалы некрасивых мест формируют негативный образ Тольятти у горожан [30]. В декабре 2019-го мною был проведён анонимный опрос на

тему «Тольятти глазами его жителей» с целью выявить устоявшиеся стереотипы подавляющего большинства граждан о своём городе. На вопрос «Выберите образ Тольятти, который наиболее точно отражает к нему ваше отношение» тридцать три респондента из восьмидесяти (41,25 %) на сайте Webanketa ответили: «Тольятти – город, сошедший с конвейера. Серый, однообразный, скучный» [1].

Для частичного решения насущной социальной проблемы – формирования негативного образа города в массовом сознании как одну из причин миграции молодого населения – следует найти интересную форму журналистских публикаций, которая создавала бы восприятие Тольятти, как перспективного и развивающегося города. В связи с этим представляется возможность разработать собственный цикл материалов, способных повлиять на восприятие города.

Идея проекта «Люди, которые меняют город» – создать образ Тольятти через истории горожан, которые реализуют в нём свои инициативы. Увидеть город, его перспективы их глазами, побудить представителей молодёжных организаций к решению проблем социального характера, продемонстрировать, что их идеи важны и реализуемы. Материалы будут делаться в жанре портретный очерк, опираясь на современные представления о жанре. Будут проводиться интервью с отобранными героями, на основе которых и создаются очерки.

Злободневность выбранной темы цикла и целесообразность применения современных жанровых признаков портретного очерка определили *актуальность* данной *работы*. Востребованность цикла материалов подтверждает тот факт, что на этапе реализации он был отмечен на всероссийском уровне – проект стал победителем XVII Всероссийского конкурса «Моя страна – моя Россия» и всероссийского конкурса молодых журналистов «Медиавызов-2020».

Объектом исследования является портретный очерк как жанр журналистики.

Предмет исследования – журналистский проект «Люди, которые меняют город», в основу которого лёг цикл портретных очерков.

Целью работы является создание авторского цикла портретных очерков «Люди, которые меняют город», для выполнения которой ставятся следующие *задачи*:

- 1) систематизировать современные научные представления о жанре «портретный очерк»;
- 2) определить трансформацию классического жанра в современном мультимедийном пространстве;
- 3) разработать концепцию журналистского проекта «Люди, которые меняют город»;
- 4) написать и опубликовать материалы цикла диалогических портретных очерков «Люди, которые меняют город» на сайт Молодёжного медиахолдинга «Есть talk!» ТГУ.

Теоретико-методологическую базу составили научные труды, посвящённые жанрам журналистики. Например, это работы А.А. Тертычного [25], Л.Е. Кройчика [14], М.И. Шостак [33]; статьи М.Н. Кима [11], Е.В. Зелениной [8], Ю. А. Гордеева [6] и так далее.

Эмпирическую базу составил авторский цикл «Люди, которые меняют город» из четырёх выпусков: «Доктор территорий Мария Степанова», «Не транзитный пассажир Юлия Петренко», ««Точка на карте»» Сергея Гридина», «Попутный ветер Евгении Котляровой» – опубликованные на интернет-платформе (сайте) Молодёжного медиахолдинга ТГУ. Кроме того, при разработке концепции были изучены и проанализированы существующие аналоги проекта, посвященные журналистским рассказам о жителях города, которые реализуют в нём свои идеи: «Люди, которые меняют Москву», «Люди о городе: Как живут люди, которые меняют город».

Для подготовки цикла использовались следующие **методы** работы. Сравнительно-сопоставительный метод использован при выделении

специфики портретного очерка. При работе над циклом использовались такие методы, как наблюдение, интервью, работа с документами, *биографический метод*.

Практическая значимость журналистского проекта «Люди, которые меняют город» обусловлена возможностью использовать результаты работы в учебных дисциплинах по электронной или печатной журналистике, а также в практической деятельности начинающих журналистов при работе над портретным очерком.

Структура работы определяется поставленными целью и задачами. Данная работа состоит из введения, двух глав, заключения, списка использованной литературы. Во введении определяются актуальность темы, объект и предмет исследования, цели, задачи, практическая значимость. В первой главе «Портретный очерк как жанр интернет-издания» рассматриваются и систематизируются научные представления о жанровых особенностях портретного очерка в журналистике. Во второй главе «Работа над циклом портретных очерков «Люди, которые меняют город» представлены концепция, ход работы и опубликованные материалы. В заключении делаются выводы по итогам работы, в приложении представлены скриншоты публикаций и копии дипломов, полученных за победы на конкурсах.

Глава 1 Портретный очерк как жанр интернет-издания

1.1 Современные научные представления о жанре портретный очерк

История возникновения очерка как жанра связана с развитием журналистского ремесла от первых печатных газет до мультимедийных интернет-изданий. Рассматривая его современное положение, стоит отметить, что очерковое произведение как таковое перестало быть прерогативой художественной литературы. Очеркистика планомерно перешла в журналистику, обосновалась там и с течением времени выработала новые признаки жанра. Актуальные труды научной журналистики позволяют всецело рассмотреть очерк и понять его специфику.

Исследователи считают, что родоначальниками российской очеркистики были Г.И. Успенский (*очерки провинциальной жизни* «Разоренье», написаны в 1868-1871 годах), его двоюродный брат Н.В. Успенский («Очерки народного быта», публиковались в журнале «Современник» с 1858-1859 год), В.Г. Короленко (цикл очерков «В голодный год», вышел отдельной книгой в 1893 году) [25, с. 239]. Первые исследования очерка с точки зрения теории жанра, возникли ещё в пятидесятых годах прошлого века. Например, известный советский писатель Борис Полевой в 1953-ем читал лекции о газетном очерке в высшей партийной школе при ЦК КПСС [21].

Исследователи жанров журналистики дают различные определения понятию «очерк». Т.А. Беневоленская определяет его, как «художественно-публицистический жанр, в котором путем сочетания логико-рациональных и эмоционально-образных способов отражения реальности решается определенный аспект концепции человека или общественной жизни» [2, с. 87]. Иначе звучит определение этого жанра у Л.Е. Кройчика: «публицистический жанр, в образной форме исследующий закономерности социально-нравственного бытия человека и развития общественных

процессов, а также конкретные ситуации реальной действительности» [14, с. 164]. В современных исследованиях очерк приводится как «оперативный художественно-публицистический жанр, который с достоверной точностью изображает социально важные факты и явления, а также типичных представителей определённых социальных групп общества» [24, с. 154]. А в статье кандидата филологических наук А.Л. Дмитриевского «Жанры журналистики» говорится следующее: «Очерк – беллетристическое произведение (в его основе литературный жанр «рассказ»), которое содержит описание социального типажа либо характера конкретного человека и ставящее задачей рассмотреть сквозь призму жизненных перипетий актуальные проблемы современности» [7].

Из всего этого многообразия определений можно выделить закономерности. Во-первых, данный жанр существует на стыке литературы и журналистики, пребывает во взаимодействии их основополагающих элементов. Во-вторых, очеркистика рассматривает судьбы людей в конкретный период времени. В-третьих, в идейно-художественной структуре текста должна быть отмечена социальная проблема.

Следовательно, можно переходить к рассмотрению одного из классических видов очерка – портретного. Сперва обратимся к этимологии: изначально термин «портрет» (от франц. «portrait» – «изображение оригинала черта в черту») применялся в области изобразительного искусства, когда мастера живописи, графики и скульптурного творчества воссоздавали абсолютно любые объекты. Французский историк искусства Андре Фелибьен первым предложил употреблять понятие «портрет» в значении «изображения, описания человека или групп людей». Ключевым аспектом портретности стало сходство художественного изображения с подлинной внешностью натурщика [8, с. 35].

В журналистике «портретный» очерк – это художественно-документальное изображение реального человека, публикуемое в СМИ. М.И. Шостак делит «портреты» на три типа [33, с. 50]:

1. «Встреча для вас» – портрет по заявкам читателей или в виде знакомства с новой восходящей звездой.

2. «Человек на своем месте» – портрет о волевой и неутомимой личности.

Делиться на два подтипа:

2.1. «Портрет деятеля».

2.2. «Политический портрет».

3. *Психологический портрет.*

Делится на два подтипа:

3.1. «Нравственный учитель».

3.2. «Антигерой».

Исследователь портретных характеристик в литературе Н.А. Родионова предлагает свою классификацию [22, с. 33]:

1. *Портрет-представление*, цель которого – познакомить читателя с героем, не дополняя повествование авторским восприятием.

2. *Портрет-оценка*, в котором высказываются ощущение автора от разговора с героем и мнение по герою в целом.

3. *Портрет-ситуация* должен отражать облик и характер героя через призму конкретных эпизодов из его жизни.

Обе предложенные классификации подходят под определение портретного очерка. Д.В. Туманов считает жанр «спрессованным рассказом» о чьей-либо жизни. Его основа – это повествование о человеке, его мнениях и взглядах. Герой портретного очерка – это гражданин, который «наиболее ярко отразил эпоху, социальную действительность, значение личности в обществе и конкретных обстоятельствах» [5].

Классификация В.Т. Третьякова, утверждающая, что в журналистике существуют всего четыре классических жанра (статья информация, репортаж, интервью), а все остальные – это их разновидности, определяет «очерк о человеке» как статью, но «с элементами интервью» [29, с. 268].

В системе жанров интернет-журналистики, разработанной ИРТК (International Press Telecommunications Council), портретный очерк фигурирует с термином – Profile (биографический очерк), который определяется как «описание жизни или деятельности определённого участника событий» [26, с. 173].

Портретный очерк и биография близки, поскольку в их основе лежит описание жизнедеятельности героя. Однако, если сравнить их жанровые классификации, то отличия становятся очевидными.

Таблица 1 – Сравнение классификаций жанров портретного очерка и биографии

Критерии жанра	Портретный очерк	Биография
Основа	Описание жизнедеятельности героя	Описание жизнедеятельности героя
Предмет	Личность героя	Факты о герое
Авторское начало	Выраженное	Минимизированное
Раскрытие героя	Через описание внешности, внутреннего мира героя; авторскую оценку	Через подробности биографии
Стиль изложения	Художественно-публицистический	Документальный

М.Н. Ким, рассматривая технологии создания текста в форме портрета о государственных деятелях, выделяет три вида портретных очерков [11, с. 27]:

- *событийный*, основан на каком-либо факте или эпизоде из жизни;
- *биографический*, основан на создании целостного образа собеседника;
- *юбилейный*, выступает в виде поздравления известного политика.

Предметом портретного очерка является личность. Публикации данного жанра передают определенное представление о герое. Задача журналиста – показать в тексте ценности, которых придерживается

собеседник, в чём он видит смысл своего существования – то есть исключительно важные концептуальные моменты в жизни каждого человека [25, с. 250].

Задача портретного очерка — показать современника, «героя нашего времени», человека, с которого необходимо брать пример, который пребывает «на переднем крае жизни, занятого решением важнейших проблем времени, ищущего, спорящего, сражающегося и побеждающего» [31, с. 12].

Портретные очерк даёт возможность увидеть внутренний мир собеседника, его душевное равновесие или психологическую борьбу, источник вдохновения. Жанр обладает достоверным жизнеописанием, полухудожественной тональностью письма. Однако текст очерка не должен быть кратким биографическим изложением. Он должен напоминать рассказ и быть результатом художественного анализа личности.

По мнению В.И. Шкляра, «портрет в публицистике зачастую выступает в качестве своеобразного аналога характера героя, <...> стимулирует читательское воображение» посредством выделения внешних деталей собеседника [34, с. 44]. М.Н. Ким считает, что портретная характеристика напрямую зависит от психологических особенностей личности: «внешность, его манера одеваться, привычные позы, жестикация, мимика могут, при внимательном рассмотрении, многое сказать о человеке» [11, с. 27]. Основное требование к автору, использующему портретные характеристики – документальная точность в изображении. Напомним, что главный критерий портрета – это сходство с оригиналом, поэтому очеркист не может выдумывать детали внешности и даже преувеличивать существующие для красивого описания. Следует сочетать строгий документализм с художественным обобщением – так образ получается целостным.

Перед тем как отправиться на встречу с потенциальным героем журналист должен четко представлять, какую информацию ему необходимо собрать для материала. Конкретно к жанру портретного очерка для создания целостного образа применяются методы сбора информации:

- *Наблюдение.* Аудиовизуальный контакт автора с героем и окружающим миром;
- *Интервью или беседа.* Диалог между автором и героем в формате «вопрос-ответ» (интервью) или дискуссии на тему (беседа);
- *Работа с документами.* Изучение имеющихся сведений о герое будущего материала в различных медиа, доступ к которым ничем не ограничен.

Метод наблюдения позволяет обращать внимание на конкретные детали внешности, поведения героя во время разговора. Чем больше деталей, тем более целостный образ выстраивается перед читателем. Интервью или беседа позволяют узнать подробности биографии собеседника, его мнения на задаваемые автором темы. Работа с документами должна подтвердить, опровергнуть или дополнить собранные сведения. Из нетрадиционных методов сбора информации применим биографический метод, пришедший в журналистику из социологии. Его отличием считается акцент «на уникальных аспектах истории жизни человека, на субъективном, личностном подходе к описанию человеческой жизни, карьеры и т. п.» [18, с. 73]. В данном случае журналист выступает в качестве «судьи» чужой жизни, описывая достоверные события, произошедшие с героем, с высоты своего мировоззрения. В любом случае при грамотном структурировании собранной информации портретный очерк должен выстроить эмоциональную связь между героем и аудиторией: читатель будет оценивать персонажа повествования на основе своих взглядов и ощущений.

В художественно-публицистических жанрах, одним из которых является портретный очерк, используются средства художественной выразительности, позволяющие сделать текст ярким, красочным и образным по описанию. Стилеобразующая форма данного рассказа: метафоры, эпитеты, олицетворения, сравнения, гиперболы и далее. Соотношение троп в портретных очерках зависит исключительно от творческого стиля автора, а также от того, какие задачи он хочет выполнить своим текстом. Эпитеты,

например, применяются с целью повысить изобразительность рассказа, а парентезу с целью передать «объемность» авторской мысли [10]. Помимо литературных тропов, исследователи портретного очерка выделяют другие выразительные ресурсы:

1) *Формообразующие:*

a) *Диалоги;*

b) *Портрет;*

c) *Репортажные вставки;*

d) *Пейзаж;*

2) *Стилеобразующие:*

a) *Детали*

b) *Описание;*

c) *Просторечная (разговорная) лексика;*

3) *Мультимедийные:*

a) *Гипертекстуальность*

b) *Портретные фото героя, которые сопровождают материал.*

Пейзажные компоненты в портретной очеркистике выступают в качестве описания места действия. Они вводятся в текст, когда необходимо передать атмосферу происходящего, в котором детали интерьера, окружающий мир являются отражением внутреннего мироощущения.

Стоит отметить, что художественные средства не должны превалировать над жанровыми особенностями портретного очерка: достоверностью, анализом личности и отображением реального положения вещей в обществе. Выразительные ресурсы в рассказе выступают лишь инструментом повествования, а не первопричиной написания.

Миссия портретных очерков заключается в том, чтобы вместе с читателями решить острые проблемы современности, основываясь на опыте людей и событиях. Б.Н. Полевой говорил, что «каждая черточка описываемого действия должна быть четкой, характерной, предельно лаконичной, как линия чертежа» [21, с. 5]. Поэтому социальная проблема,

описываемая в тексте, должна хорошо ложиться на композиционно-стилистическую структуру.

1.2 Трансформация портретного очерка в современном мультимедийном пространстве

Портретный очерк – один из самых привлекательных жанров журналистики в виду частичной принадлежности к художественной литературе, но он и не самый востребованный. А.В. Колесниченко в октябре 2018 года проводила исследование о связи читаемости журналистских текстов с их жанрами [13]. В рейтинге популярности материалов за сутки портретный очерк занял восьмое место (8 востребованных публикаций – 1,1 % доли всех читаемых материалов). За неделю – седьмое место (3 востребованных текста – 1,5 % доли всех востребованных материалов). За месяц у очеркистики такое же место (5 читаемых материалов – 2,5 % доли всех популярных текстов). Портретный очерк занял седьмое место из восемнадцати потенциально читаемых жанров.

Несмотря на распределение, которое говорит о нейтральной предрасположенности читателей к очеркистике, всего в медиапространстве за период исследования было опубликовано шестнадцать материалов данного жанра, и даже с таким количеством материалов он попал в десятку самых читаемых. Всё дело в том, что портретный очерк избирателен! Журналисту требуется время на поиск своего героя. Иногда нужно провести с ним несколько дней, чтобы прощупать почву. Текст нужно тщательно проработать, особенно со стороны деталей. Этим объясняется малое количество очеркистики в исследовании.

Но все же классический очерк – редкое явление в нынешней журналистике. «Интерференция жанров, жанровая диффузия и синтез изменили природу этого жанра, в котором баланс репортажности, статейности, очерковости перестал быть «жанровой нормой» [23, с. 300]. Эта

ситуация характерна сегодня для всех жанров, что в печатных, что в электронных СМИ. Рассмотрим самые примечательные изменения в очерке.

Современная портретная журналистика ориентируется на социальный статус героев. Честный труженик, который выступает примером нравственности и доброты, вытесняется «громким именем», восходящей звездой, человеком успешным и признанным. Главенствующая характеристика сегодняшнего портрета – это «популярность» героя, являющаяся притягательной стороной для аудитории [15, с. 167] Большинство читателей хотят ассоциировать себя с личностью, которая, наоборот, в отличие от них, более успешна в самореализации.

Нынешняя общественно-экономическая формация ставит коммерческие интересы превыше всего, поэтому жизнедеятельность издания СМИ зависит от интереса аудитории к ней. Учитывая спрос аудитории на «лидеров мнений», авторы ищут героев очерков среди бизнесменов, шоуменов, экономистов, политиков, людей творческой интеллигенции, спортсменов и так далее. По мнению Е.А. Мещеряковой, «всё реже в качестве героя современного очерка можно встретить малоизвестную личность, увлеченную редким хобби или обладающую необычными способностями» [16]. В советском очерке, например, малоизвестный работник выступал частым героем ввиду того, что журналистика пребывала в другой общественно-экономической формации. Однако «лидеры мнений» выступают в качестве героев портретного очерка только в федеральных (московских) СМИ. В провинциальных СМИ образ современника всё еще актуален, его характерные черты: «шустрый, коммуникабельный, толерантный член команды» [8, с. 45]. Это добрый, отзывчивый гражданин, который приносит пользу обществу в данный момент времени.

Портрет современника – это всегда отображение реального состояния общества через судьбу простого человека. Такая история вскрывает проблемы и указывает векторы развития. В современном портретном очерке

герой указывает на позитивные изменения и перспективы, недостатки, которые необходимо решить в ближайшем будущем.

Сегодня для привлечения внимания читателей применяются издательские уловки при подготовке материалов к выпуску: тексты очерков сопровождаются большим количеством портретных фото собеседника, привлекательным заголовком, зачастую являющийся высказыванием героя из текста. А.А. Тертычный отмечает: «Огромная часть портретов известных людей — предпринимателей, банкиров, экономистов, политиков и других деятелей возникают чаще всего в результате краткого изложения их биографий или описания карьеры, деловых характеристик» [25, с. 252].

В постперестроечный период наметилось постепенное видоизменение классических жанровых признаков портретной очеркистики. Большой объём текста, обусловленный жанром, стал сокращаться. В связи с этим нередко на страницах газет и интернет-изданий можно встретить очерк в виде портретной зарисовки, так называемого мини-очерка. Подобные образно-документальные произведения публикует Ю.М. Рост в «Новой газете». Большинство исследователей отечественной журналистики считают зарисовку самостоятельным жанром, однако по мнению Ю.А. Гордеева, она представляет собой малую форму очерка: «...характерные для очерка особенности прослеживаются и в зарисовке, её отличие – в меньшем объеме текста и, соответственно, в менее широком и глубоком исследовании предмета» [6, с. 118].

В медиапространстве наблюдается стирание жанровых границ между портретным интервью и очерком. В центре внимания обоих – человек, его жизнь и его взгляды. В обоих жанрах интервью-беседа является методом получения информации. Разница лишь в структуре текста: интервью выполняется в формате «вопрос-ответ», рассказчиком выступает герой публикации, а не автор. Необходимо отметить, что жанровые признаки интервью входят и в другие группы жанров. Оно может перенимать, а

главное, перенимает особенности очеркистики. Специфика интервью при этом сохраняется на уровне структуры публикации.

Как раз на уровне выстраивания структуры текста заметно взаимовлияние рассматриваемых жанров. Несмотря на основополагающую диалогичность портретного интервью, в нём усиливают роль недиалогических фрагментов: увеличивают объём вступления (лида), используют ремарки, вставные фрагменты, дополнительную информацию в виде справки; для Интернета –выразительные ресурсы (гиперссылки); авторское заключение. В портретном очерке наоборот, усиливается роль диалогических фрагментов. Недавно возникла особая разновидность жанра – очерк-интервью, основная сюжетная линия которого – это «наглядное представление аудитории беседы автора с героем; в тексте недиалогических фрагментов мало, и они краткие» [6, с. 119]. Преимущество данной разновидности в том, что элементы интервью и очерка пропорционально равны. Следовательно, портретное интервью, тяготеющее к очерку, невольно выполняет его функции. В очерке-интервью присутствуют не только фрагменты бесед журналиста и собеседника, но реплики других людей (друзей, знакомых героя), авторские ремарки, значимые по смыслу и объёму, сочетание диалогических и недиалогических фрагментов, которые выглядят естественными.

Чтобы создать эффект достоверности текста, раскрыть характер героя, в современном портретном очерке часто используют элемент репортажа – автор и собеседник принимают участие в событии. Используют также монологи и диалоги: «цитаты самого героя, представляющие своего рода «исповедь», рассказ героя о фрагментах своей биографии, о своих чувствах, взаимоотношениях с другими людьми» [16].

Благодаря стремительно научному прогрессу, достижениям в области техники, технологии производства, создавать журналистский контент стало значительно проще. Как подмечает А.П. Аржанов, «... интернет-журналистика меняется, всё больше ориентируется на аудиовизуальный

характер восприятия информации, вырабатывает собственные специфические формы, активно начинает пользоваться возможностями, заложенными в Интернет его создателями» [26, с. 172]. Журналистам предоставляется возможность использовать разные технологические средства для составления и подачи информации. Технологический прогресс, который упрощает написание текстов, творческие изыскания авторов позволяют создавать в мультимедийном пространстве новые жанры, их разновидности, как это и произошло с портретным очерком на вышеуказанных примерах. В качестве мультимедийного текста он получает такое новое свойство как «гипертекстуальность» – неотъемлемый дифференциальный признак интернет-журналистики. Обращаясь к классическому определению, «гипертекст» (от англ. «hypertext», то есть «больше, чем текст») – это «форма письма, которая ветвится или осуществляется по запросу» [9]. Более современное определение – взаимосвязанная совокупность автономных текстов, как способ предъявления их аудитории» [26, с. 174]. В любом гипертексте используются гиперссылки. Гиперссылки – это «дифференциальный признак гипертекста, организующий его структуру и обеспечивающий функциональность – навигацию» [24, с. 273].

Гиперссылка может быть в виде графического элемента веб-страницы: фотографии, рисунка, схемы, таблицы и так далее – или в форме текста: слов, словосочетаний, прямых ссылок. Основные виды гиперссылок [19, с. 133-139]:

1. Контент-ссылки. Доступное пользователям аудиовизуальное наполнение интернет-сайта: тексты, аудио, видео, поисковая строка, фотографии, реклама, контакты, прочий возможный контент.

1.1. Ссылки-рубрики. Разделы и меню официального сайта интернет-СМИ.

1.2. Текстовые ссылки. Фрагменты текста, выделяющиеся графическим выразительным средством: цветом, подчёркиванием, вынесением за скобки, дизайнерским решением.

1.2.1. Внетекстовые (новостные).

1.2.2. Внутритекстовые.

2. Сервисные ссылки. Оформленный переход к различным информационным, справочным и развлекательным интернет-ресурсам.

3. Коммуникационные ссылки. Оформленная конструкция, обеспечивающая прямую связь с аудиторией, оставление комментариев.

4. Рекламные ссылки. Инструмент распространения рекламной интеграций.

В интернет-СМИ текстовые ссылки используют для создания доказательной базы: подтверждения своих слов документами и первоисточниками. Читателю важно, чтобы текстовые ссылки легко опознавались. Их оформление осуществляется за счёт вынесения фрагментов за пределы текста или с помощью выделения внутри. Внетекстовые ссылки чаще всего оформляются в виде новостных сообщений кратким предложением перед началом публикации. В ней содержится основная компактная информация текста. Пример: «При посадке самолета десятки пассажиров сгорели заживо. Кадры с места крушения».

Внутритекстовые ссылки, поскольку они должны легко опознаваться, выделяются заметным цветом (как правило, синим) и подчёркиванием. Данные средства помогают читателю найти первоисточник – исходное сообщение какого-либо информационного агентства.

Гипертекстуальность расширяет возможности визуализации портретного очерка в современном медиапространстве. Оформление текста может быть простым, например, в виде разделения его на многочисленные текстовые блоки в форме системы тематических гиперссылок. Но чаще всего при оформлении портретного очерка на страницах интернет-СМИ применяют все средства воздействия на пользователя – «от чисто литературных (выбора повествовательной стратегии и стилистики) через издательские (шрифты, верстка, иллюстрации) и вплоть до сложных компьютерных (звук, анимация, отсылка к другим нехудожественным

материалам)» [12, с. 84]. В этом и заключается мультимедийность жанра. Текст может сопровождаться аудиокомментарием героя, его видеоархивом, подробностями из биографии, заключенные во внутритекстовые ссылки или в виде справочной информации. При этом публикация может состоять исключительно из структурированной системы гиперссылок с минимальными вкраплениями авторского текста. Такая разнородность характеризуется тем, что истории героев отражают действительно сложные проблемы, требующие дополнительной, уточняющей информации.

Однако линейный текст до сих пор остаётся преимущественной формой очеркистики в интернет-изданиях. Авторы не применяют гипертекст осознанно, поскольку большинство материалов изначально создаются для печатных вариантов этих же изданий [3]. Но при этом в Интернет-СМИ очень часто встречаются варианты линейного текста, разделённый на текстовые блоки с подзаголовками, в котором присутствует внутритекстовые, внетекстовые и аудиовизуальные гиперссылки.

Основой жанра портретного очерка является повествование о человеке, его жизни и взглядах.

Методами сбора информации для написания портретного очерка являются наблюдение, интервью или беседа, работа с документами, биографический метод.

Формообразующие выразительными ресурсы портретного очерка – портрет, диалоги, репортажные вставки, пейзаж. Стилеобразующие – тропы, детали, описание, просторечная (разговорная) лексика. Мультимедийные – гипертекстуальность и портретные фото героя, сопровождающие текст.

В современной журналистике под влиянием таких факторов как стирание границ между жанрами, уменьшение объёмов текста, расширение возможностей Интернет-ресурсов происходят изменения очерка. А именно – появление новых разновидностей жанра с характерными признаками других жанров: очерк-интервью, мини-очерк (портретная зарисовка).

Портретный очерк по мере трансформации жанра в современном мультимедийном пространстве получает такие новые свойства как гипертекстуальность и мультимедийность, которые расширяют возможности его визуализации на страницах интернет-изданий и дополняют публикацию уточняющей информацией в виде системы гиперссылок.

Современный мультимедийный портретный очерк представляет собой линейный текст, разделённый на текстовые блоки с подзаголовками, в котором присутствует система внутритекстовых, внетекстовых и аудиовизуальных гиперссылок. Публикация сопровождается большим количеством портретных фотографий собеседника, привлекательным заголовком, зачастую являющимся высказыванием героя из текста. Усиливается роль диалогических фрагментов, основной сюжетной линией становится «наглядное представление аудитории беседы автора с героем». Присутствуют репортажные вставки, недиалогические фрагменты, биографические подробности, однако они краткие и применяются не часто. В федеральных (московских) СМИ героем очерка выступает так называемый «лидер мнений», в провинциальных СМИ – это добрый, отзывчивый человек, который приносит пользу обществу в данный момент времени.

Разрабатывая концепцию авторского журналистского проекта, мы будем ориентироваться на классический жанр очерка – портретный. Проект представляет собой цикл портретных очерков с элементами интервью, состоящий из четырёх выпусков. Главной тематической направленностью станут журналистские художественно-документальные рассказы о жителях Тольятти, которые реализуют в нём свои идеи, предлагают городу проекты по благоустройству и искренне хотят изменить его к лучшему. Исходя из того, что проект будет создаваться в жанре портретный очерк, мы ориентируемся на следующие методы сбора информации: наблюдение, интервью, работа с документами. В числе формообразующих средств мы будем использовать портретные характеристики, репортажные вставки, диалоги, пейзажные элементы в качестве описания места проведения

интервью. Из стилеобразующих выразительных средств будут задействованы: тропы, детали, описание, разговорная лексика. Из мультимедийных ресурсов неотъемлемыми станут внутритекстовые ссылки и фото.

Глава 2 Работа над циклом портретных очерков «Люди, которые меняют город»

2.1 Концепция журналистского проекта «Люди, которые меняют город»

Прежде чем приступить к созданию концепции журналистского проекта «Люди, которые меняют город» для сайта Молодёжного медиахолдинга «Есть talk!» ТГУ, нужно учитывать базовые элементы, которые используются при разработке медиапродуктов. В этот перечень входят:

- Миссия.
- Цель.
- Задачи.
- Целевая аудитория.
- Сценарий выпусков.
- Программа продвижения.

Однако учитывая теоретические положения, выведенные в первой главе, и то, что проект реализуется для интернет-издания, стоит внести конкретизирующие элементы, позволяющие разработать проект более подробно:

- Тематика.
- Обоснование выбора сетевого издания.
- Жанр.
- Принципы выбора героя.
- Визуальное оформление.
- Выразительные средства.
- Анализ конкурентов.
- Смета.

Название проекта «Люди, которые меняют город» связано с его тематической направленностью – журналистскими рассказами о жителях Тольятти, которые реализуют в нём свои идеи, предлагают городу проекты по благоустройству и искренне хотят изменить его к лучшему.

Миссия проекта – создать позитивное восприятие Тольятти у аудитории интернет-СМИ для частичного решения насущных социальных проблем миграции и формирования негативного образа города в сознании горожан.

Главная тема проекта – Тольятти как источник вдохновения для самореализации горожан, так как любовь к городу мотивирует людей на решение внутригородских проблем. Также немаловажные темы, которые будут освещены в публикациях, это:

- Бренд города Тольятти через рассмотрение совокупности позитивных и негативных мнений героев публикации;
- Освещение значимых проектов города, которые реализуют герои публикаций, направленные на улучшение комфортной среды.

Авторский проект имеет несколько целей:

- 1) создать образ Тольятти через истории горожан, которые реализуют в нём свои инициативы. Увидеть город и его перспективы их глазами;
- 2) продемонстрировать недавние положительные изменения в Тольятти по формированию комфортной городской среды;
- 3) побудить представителей молодёжных организаций к решению проблем социального характера, продемонстрировать, что их идеи важны и реализуемы.

Проект «Люди, которые меняют город» город адресован молодому поколению: людям в возрасте от 16 до 30 лет, которые обучаются в школе, в Высшем учебном заведении или Среднем специальном учебном заведении Самарской области и в частности города Тольятти. В эту же категорию учитываются люди, закончившие обучение и уже имеющие опыт работы.

Авторы проекта ориентируются на молодых горожан, которые имеют активную жизненную позицию и потребность в профессиональной самореализации. Пол, размер дохода и сфера их профессиональной деятельности не важны, так как тематическая направленность нашего медиапродукта охватывает широкий спектр сфер профессиональной или деятельности.

Обозначив цели проекта, на их основе были сформулированы необходимые задачи:

1. Составить список потенциальных героев проекта по критериям отбора.
2. Составить список потенциальных тем выпусков, интересных и актуальных в нынешнем медиапространстве.
3. Из списка потенциальных героев выбрать тех, кто наиболее подходит для составления портретного очерка по критериям и тематике каждого выпуска.
4. Провести прединтервью с героями (при личной встрече и в социальных сетях), прощупать почву, узнать, подходит ли герой для составления очерка.
5. Встретиться с потенциальным героем, провести интервью. При необходимости провести повторное интервью или серию в случае нехватки информации для создания целостного образа.
6. Расшифровать интервью, выделить наиболее важные аспекты из истории героя.
7. Собрать документы, связанные с персонажем публикации, для формирования справок и гиперссылок в тексте.
8. Написать материал и отправить его на рассмотрение редактору интернет-платформы Молодёжного медиахолдинга «Есть talk!» ТГУ.
9. После включения правок редактора отправить итоговый материал на согласование с героем публикации.

10. Опубликовать материал на сайте Молодёжного медиахолдинга «Есть talk!» ТГУ.

Исходя из темы, целей, целевой аудитории и теоретических основ, рассмотренных в первой главе, проект будет реализован в жанре портретного интервью – художественно-документального рассказа, отражающего картину города через историю конкретного человека. Публикации будет тяготеть к очерку-интервью для усиления роли диалогического начала и для утверждения авторского стиля, который заключается в том, что автор публикации раскрывает героев, давая им возможность высказаться на ту или иную тему.

Поскольку одним из признаков мультимедийного портретного очерка является гипертекстуальность, проект «Люди, которые меняют город» публикуется на сайте Молодёжного медиахолдинга «Есть talk!». Тексты публикаций будут сопровождаться документами, связанные с героем повествования, подтверждающие его суждения или уточняющие факты биографии. Документы будут оформляться в виде внутритекстовых ссылок, справок, а также сопровождаться большим количеством (минимум 10 штук) портретных фотографий. Подобное оформление возможно реализовать только в сетевом издании, что обосновывает правильность выбора интернет-платформы Молодёжного медиахолдинга «Есть talk!» ТГУ в качестве площадки для публикации проекта.

Отбор спикеров для составления портретного очерка осуществляется по следующим критериям:

1. Герой публикации должен быть жителем Тольятти, проживающим на территории города.
2. У героя публикации должна быть успешная инициатива, которая приносит пользу городу.
3. Герой должен специализироваться в выбранной авторами теме выпуска.

Персонаж публикации не обязательно должен быть человеком публичным. В отличие от федеральных интернет-СМИ, проект «Люди, которые меняют город» не ориентируется на «громкие имена». Он ориентируется на тех, кто являлся бы позитивным примером для молодого поколения.

Исходя из того, что проект будет создаваться в жанре проектный очерк, проект ориентируется на следующие методы сбора информации: наблюдение, интервью, работа над документами. В числе формообразующих средств будут использоваться портрет героя, репортажные вставки и диалоги. Из стилеобразующих выразительных средств в проекте будут задействованы: тропы, детали, описание, разговорная лексика. Из мультимедийных ресурсов неотъемлемыми станут внутритекстовые ссылки и фото.

Визуальное оформление проекта «Люди, которые меняют город» выполняется в виде сопровождения текста серии портретных фотографий героя публикации (минимум 10 штук). Ещё одна фотография является обложкой к выпуску. На этом изображении должно присутствовать название подкаста, а также интегрированная фотография ведущего, для персонификации подкаста и знакомства слушателей не только с голосом, но и с внешностью, что позволит усилить доверительное отношение аудитории к ведущему и всему содержанию подкаста. Также, это изображение выполняет функцию превью – обозначение гостя каждого конкретного выпуска, путём интегрирования личной фотографии гостя в изображение. Такой частично изменяемый способ визуального оформления аудиоконтента позволяет: исключить недостаточную осведомлённость аудитории о личности и внешнем облике ведущего и гостей; расширить каналы воздействия на аудиторию (добавляя визуализацию).

Визуальное оформление проекта «Люди, которые меняют город» выполняется в виде сопровождения текста серии портретных фотографий героя публикации – минимум 10 штук, и одиннадцатая должна выступать в

качестве обложки выпуска. Такой способ позволяет исключить недостаточную осведомлённость аудитории о внешности личности, отражённая в портретном очерке. На основании собранных документов, уточняющих и дополняющих новыми фактами биографию персонажа повествования, формируются справки и гиперссылки, которых в выпуске должно быть не менее двух. Проект подразумевает индивидуальные издательские средства: дизайнерская вёрстка, выделение прямой речи курсивом.

Для формирования полноценной концепции проекта «Люди, которые меняют город» необходимо прописать сценарий и обозначить структуру каждого выпуска. Структура портретных очерков будет представлять собой линейный художественно-документальный рассказ, разделенный на текстовые блоки и выделенный мини-заголовками, каждая из которых будет давать старт новой теме, мысли или дискуссии, затронутой во время разговора с героем публикации.

Каждый выпуск проект будет разделён на четыре основные части.

В первой, которую можно неофициально назвать «вступлением», автор представляет нового героя портретного очерка, вводит его и себя в повествование и своим вступительным словом обозначает идею выпуска, задаёт настроение, интригует читателя, мотивирует его на прочтение всего текста.

Первая часть состоит из:

Введения (лида). Должно быть небольшим по размеру, но ёмким, задавать тон повествования, тематику и идею всего материала;

Небольшого *досье* в виде справки о герое: ФИО, кем работает или работал, где обучался, какие заслуги (награды) имеет в наличии;

Описания проекта, реализуемый героем публикации на территории Тольятти; В этом же фрагменте автор задаёт основные вопросы материала, которые далее по тексту будут адресованы собеседнику;

Зарисовки о месте проведения интервью с репортажными вставками. В этом фрагменте автор акцентирует наибольшее внимание к деталям, а также в нём наиболее ярко выражено авторское начало, поскольку журналист позволяет себе эмоциональную оценку происходящего, использование сравнений, метафор и первые впечатления от разговора с героем публикации.

Вторая часть материала повествует о подробностях биографии собеседника. События, которые происходили до создания проекта очень важны для формирования целостного образа пути от идеи к реализации. Обязательные вопросы и темы, которые должен отобразить автор:

- Любимые воспоминания из детства?
- Кем мечтали стать?
- Кем работали до создания собственного проекта?
- Что побудило создать проект?
- Что изменило вашу жизнь?

Вторая часть является той, в которой уместны расположения наибольшего количества справок и документов в виде гиперссылок. Во-первых, это привносит визуальную разнообразность, а во-вторых, за суждением героем сразу должно идти его подтверждение, если, разумеется, такое у автора имеется.

Третья часть должна быть посвящена проекту героя, который реализовался в Тольятти. В этом фрагменте говорится о значимости проекта как для его создателя (мнение собеседника), так и для города (авторское мнение).

Четвёртая часть посвящена образу города, который прошёл через мироощущения героев публикации. Это финал истории, кульминация, цель проекта и окончание рассказа на мажорной ноте. Обязательно должны быть отражены темы:

- Тольятти вашего детства?
- Что вам нравится/не нравится в Тольятти?

- Какой по-вашему образ города?
- В чём уникальность Тольятти?
- Что бы вы хотели в нём изменить?
- Ваши мечты, связанные с Тольятти?

Далее идёт заключение, которое закрепляет тезис, идею, заданную вступлением (лидом). Формируется авторская оценка героя и закрепление идеи, высказанной в лиде. Желательно закончить тем, чему лично автор научился у собеседника.

Основным способом продвижения проекта «Люди, которые меняют город» станет оптимизация страницы публикаций и их привязка соответствующих содержанию очерка тегов. Ещё одним каналом продвижения станет публикация ссылок на страницу социальной сети «ВКонтакте» в группе Молодёжного медиахолдинга «Есть Talk!», в группе Тольяттинского государственного опорного университета, на личной странице автора проекта, в различные беседы молодёжных общественных организаций с возможностью репоста. Каждая публикация будет сопровождаться небольшой преамбулой выпуска и небольшим авторским комментарием. Это является действенной схемой воздействия на целевую аудиторию проекта, так как целевая аудитория получает новостную информацию именно из социальных сетей. Основной страницей публикации проекта станет сайт молодёжного медиахолдинга «Есть Talk!» под вкладкой «Спецпроекты». После публикации материалы будут выкладываться в группу «ВКонтакте» медиахолдинга «Есть Talk!», в группу Тольяттинского государственного университета, количество подписчиков которой составляет более 11 тыс. человек, а среднее число просмотров более трёхсот.

Необходимо найти и проанализировать существующие аналоги проекта, посвященные журналистским рассказам о жителях того или иного города, которые реализуют в нём свои идеи, предлагают городу проекты по благоустройству, искренне хотят изменить его к лучшему. Оказалось, что

аналоги тематической направленности проекта существуют только в виде отдельных публикаций.

Примеры материалов:

1. «Люди, которые меняют Москву»;
2. «Люди о городе: Как живут люди, которые меняют город».

Публикация «Люди, которые меняют Москву» представляет собой последовательность комментариев персонажей, полностью лишённая авторского начала.

Публикация «Люди о городе: Как живут люди, которые меняют город» посвящена Ольге Малышевой, создательнице авторского блога о здоровом образе жизни Salatshop.ru и танцовщице Снежане Ежковой, сооснователь проекта *Matryoshki in Jazz*. Обе героини – жительницы Москвы, следовательно, это второй материал подряд, повествующий о позитивных изменениях в крупном городе. Также это второй подряд материал, в котором полностью отсутствует авторское начало – рассказ ведётся действующими лицами, а текст разделяется подзаголовками. Присутствует гипертекстуальность – плавные переходы с помощью прокрутки колеса мышки между частями текста, разделенные фотографиями.

Следовательно, учитывая существующие на данный момент публикации и отсутствие в медиа цикла публикаций в рамках нашей тематики, следует сделать вывод, что проект «Люди, которые меняют город» не имеет конкурентов. В приведённых публикациях нет типологических признаков портретного очерка, в них ориентируются на «громкие имена» – богатые и успешные в плане бизнеса, полностью вычеркнут из повествования художественный стиль речи.

Заключаящим этапом создания концепции проекта «Люди, которые меняют город», является смета на производство и реализацию медиапродукта. Автор публикации обладает необходимой звукозаписывающей аппаратурой для проведения интервью, а также

техникой для поиска, сбора и структурирования информации. Следовательно, затраты на техническое оснащение отсутствуют. Выпуски проекта будут публиковаться на сайте Молодежного медиахолдинга «Есть talk» ТГУ, а их распространение и продвижение будет осуществляться за счет публикации в группах «ВКонтакте», на личной странице журналиста, в беседах молодёжных общественных организаций, поэтому какие-либо финансовые затраты на реализацию не предусмотрены.

2.2 Реализация авторского проекта «Люди, которые меняют город»

Завершающий этап в создании проекта «Люди, которые меняют город», это реализация ранее описанной концепции.

Обозначив главную тему, цели, используемые средств выразительности, необходимо провести подготовку:

1. Составить список потенциальных героев портретного очерка, соответствующих критериям, описанным в концепции проекта, а также реализуемые ими проекты по развитию Тольятти с примерной формулировкой темы конкретного выпуска.

2. Составить блоки вопросов для структурирования информации в каждой части будущего текста.

3. Составляя тематические блоки вопросов, стоит учитывать структуру повествования, выработанную в концепции проекта.

Напомним основные критерии выбора героев очерка, которые были описаны в концепции проекта:

1. Герой публикации должен быть жителем Тольятти, проживающим на территории города.

2. У героя публикации должна быть успешная инициатива, которая приносит пользу городу.

3. Герой должен специализироваться в выбранной авторами теме выпуска.

Исходя из вышеперечисленных критериев, был составлен список героев портретного очерка, которые подходят для полноценной реализации задач проекта «Люди, которые меняют город».

Далее приводиться небольшое досье отобранных героев цикла с кратким описанием их инициативы и предполагаемой темой выпуска:

1. Мария Степанова, директор Центра урбанистики и стратегического развития территорий ТГУ.

«32 квартал» – проект по восстановлению заброшенного сквера в центре Автозаводского района.

Тема выпуска: благоустройство города.

Идея выпуска: «Будущее города зависит от нас».

2. Юлия Петренко, заместитель генерального директора – директор по связям с общественностью ЗАО Корпорация «Тольяттиазот».

«Химия слова» - образовательный проект в формате открытого городского лектория.

Тема выпуска: интеллектуальный досуг в городе.

Идея выпуска: «Как чужой Тольятти стал родным».

3. Сергей Гридин, опытный путешественник.

«Точка на карте» - проект о развитии туризма и путешествий в Тольятти.

Тема выпуска: внегородской туризм.

Идея выпуска: «Изменить город можно, изменившись самому».

4. Евгения Котлярова, профессиональный спортсмен-сноукайтер.

«Сила Ветра» - школа сноукайтинга и виндсёрфинга, где Евгения является тренером.

Тема выпуска: спорт в городе.

Идея выпуска: «Уникальность города Тольятти»

Участие в проекте вышеуказанных героев публикации обуславливается их желанием продвинуть собственный проект в СМИ, и

тем самым побудить читателей на решение социальных проблем города Тольятти.

Каждый выпуск проекта «Люди, которые меняют город», публикуемый на сайте Молодёжного медиахолдинга «Есть Talk!» ТГУ должен иметь художественно обоснованный заголовок с именем главного героя публикации.

Напомним, что каждый текст условно разделён на четыре части: «Вступление», «Биография», «Проект и его значимость», «Город». Следовательно, для каждой части надо составить тематические блоки вопросов. Мы считаем необходимым соединить «Вступление» и «Биографию» в один тематический блок – «Становление героя», так как данный блок посвящён пути персонажа от детства до реализации своей инициативы. Следовательно, сформировалось три тематических блока вопросов:

- «Становление героя: жизненный путь до создания проекта».
- «Проект (идея, инициатива), его значение для Тольятти и для героя».
- «Мнение героя о Тольятти: создание образа».

В период с 13 декабря по 16 апреля было подготовлено и опубликовано четыре выпуска.

Первый выпуск стал пилотом. Героем выпуска выступила Мария Степанова, директор Центра урбанистики ТГУ.

Пилотный выпуск был опубликован 13 декабря 2019 года.

На обложке изображён главный герой публикации – фото из личного архива Марии Степановой.

Размещение на сайте сопровождалось лидом: «Со времён античности города являлись основой цивилизации. Спустя тысячелетия их роль не изменилась. Город по-прежнему невозможен без людей, без их непрерывной и коллективной деятельности. Люди – это и есть город. Именно они формируют ландшафт, культуру, образ жизни и будущее

родного края. «Люди, которые меняют город» – это проект о жителях Тольятти. О тех, кто меняет его здесь и сейчас».

Выбор героя был обусловлен актуальностью реализованного проекта Марии Степановой «32 квартал».

За весь срок хранения материала на сайте его просмотрело 503 человека, что говорит о верном выборе формата и актуальности данной работы.

Краткое содержание материала:

Первый блок. Повествование стартует с предыстории «32 квартала» – проекта по восстановлению посещаемого в 80-х, но ныне заброшенного пустыря в центре Автозаводского района Тольятти. В феврале 2019 года Мария Степанова, директор Центра урбанистики и стратегического развития территорий ТГУ в составе добровольческой группы организовала на территории три субботника и праздничный фестиваль, посвящённый Дню города. Автор публикации встретился с героем в Тольяттинском государственном университете, дал свою оценочную характеристику рабочего кабинета Марии, описал детали поведения.

Второй блок. Посвящён проекту, курируемой Марией Степановой – «32 квартал». А именно: «Как возникла идея? Кто авторы проекта? Чем восстановление сквера поможет городу?». Мария рассуждает, что восстановление любой территории нужно проводить методами урбанистики.

Третий блок. Посвящён поэтапному становлению Марии в качестве урбаниста. Инженерные навыки проявлялись у собеседника с детства – она любила ремонтировать вещи: игрушки, обувь – а в школе начала конструировать. На уроках труда Мария Степанова сама усложняла себе задания, чтобы интереснее было их выполнять. Любимым школьным предметом героини была химия. До одиннадцатого класса Мария была уверена, что станет врачом. Но в результате поступила на архитектуру в Самару. Вернувшись в Тольятти, поступила в ТГУ на должность

преподавателя. В этом же блоке отражены её мнения и предпочтения в литературе и архитектуре.

Четвёртый блок. О Тольятти и его проблемах. Строительство ГЭС, АВТОВАЗа, архитектура, широта улиц, расположение у Волги, природа – это говорит о перспективности развития и преобразования Тольятти. Мария утверждает, что тольяттинцам надо понять, что запущенность, неустроенность и неорганизованность в Тольятти можно сдвинуть только благодаря активности самих людей.

Продвижение выпуска заключалась в оптимизировании страницы публикации с помощью пометки тегов «#Урбанистика», «#Город» для увеличения возможности появления материала в поисковике на основе данных ключевых слов.

Герой данного выпуска – добрый, отзывчивый человек, приносящий пользу городу Тольятти. Публикация представляет собой линейный художественно-публицистический текст, разделённый на текстовые блоки с подзаголовками: «Важная предыстория», «Человек нарасхват», «Парк на пустыре», «Детская инженерия», «Архитектура vs медицина», «Пока не выгонят вахтёры», «Утопии: в словах и на бумаге», «Про город». В нём присутствуют портретные фотографии героя и внутритекстовые ссылки: в виде гиперссылок на первоисточники, справок, дополнительных (разъясняющих) фактов, заключённые в выделяемые рамки. Заголовок «Доктор территории» соответствует теме выпуска – благоустройство города. Основная сюжетная линия – это беседа автора с Марией Степановой в Центре урбанистики и стратегического развития территорий ТГУ. История основана на реальном факте реализации проекта «32 квартал». Присутствуют диалогические фрагменты, где автор напрямую задаёт вопрос, а Мария отвечает в форме прямой цитаты. Присутствуют биографические подробности как в виде справок, так и в самом тексте, репортажные вставки: «Обстановка минималистическая, но креативная. Три рабочих стола, шкаф с книгами, 3D-принтер. Даже стаканчики для кофе

стали здесь строительным материалом для необычной башенки. Архитекторы есть архитекторы». Детали: «Её ежедневник – это надёжный помощник, с которым Мария почти не расстанется»; «Мария опять на проводе. Она – человек нарасхват. Отчёты, многочисленные звонки, встречи, подготовка к мероприятиям...». Задействованы авторская оценка героя: «И меня восхищает, что при таком стиле она остаётся искренней и улыбочивой» – портретная характеристика: «Она готова менять пространства вокруг себя не потому, что ей так удобно, а потому что так будет удобно всем» – тропы, разговорная лексика и диалоги. Следовательно, данный текст соответствует критериям современного мультимедийного портретного очерка.

Героем второго выпуска выступила Юлия Петренко, заместитель генерального директора – директор по связям с общественностью ЗАО Корпорация «Тольяттиазот»

Материал был опубликован 24 января 2020 года.

На обложке изображена главная героиня публикации – фото из личного архива Юлии Петренко.

Размещение на сайте сопровождалось лидом: «Тольятти – Москва: маршрут, ставший популярным среди многих горожан. В родном городе учатся, работают по нелюбимой специальности, а позже собирают чемодан – и в столицу! Но бывает и наоборот: из Москвы переезжают жить в Тольятти. С моей героиней случилось именно так».

Выбор героя был обусловлен личностными симпатиями автора к проведению в городе проекту Юлии Петренко «Химия слова».

За весь срок хранения материала на сайте его просмотрело 752 человека – это самая читаемая публикация проекта «Люди, которые меняют город».

Краткое содержание материала:

Первый блок. Выражает идею материала: бывает, что из крупного города как Москва переезжают жить в малый город. Так поступила Юлия

Петренко – директор по связям с общественностью «Тольяттиазот». В Тольятти она переехала пять лет назад из Москвы, реализует здесь множество полезных проектов. Один из них – «Химия слова» – бесплатный интеллектуальный клуб, где проводят лекции ведущие эксперты страны. Почему Юлия не использовала свои идеи в Москве? Что побудило её переехать? И чем её привлёк Тольятти?

Второй блок. Посвящён детству героини и её периоду проживания в Москве. Юлия Петренко – офицерская дочка. Её детство проходило в маленьком военном городке Мирный рядом с космодромом Плесецк. Отсутствие соблазнов большого города и тихая жизнь выработали в ней внутреннюю дисциплину. После того, как Юлия окончила учёбу в ГУУ, она проработала десять лет в столице консультантом в компании Ernst & Young – британской аудиторско-консалтинговой фирме. За это время героиня накопила усталость от бешеного ритма жизни Москвы и переехала в более расслабленный Тольятти.

Третий блок. Посвящён поэтапной реализации проекта Юлии Петренко «Химия слова». Его прародитель – «Литературный оркестр», формат, предполагающий чтение лекций о художественной книге и постановку на его основе вербатима. «Литературный оркестр» преобразовали в «Химию слова». При этом Юлия Петренко расширила спектр тем и увеличила продолжительность лекций. В этом же блоке рассказывается о хобби героини и факторах, которые помогают ей развиваться.

Четвёртый блок. Посвящён городу Тольятти. У героини он ассоциируется со спящим медведем. Несмотря на недостатки промышленного города, на берегу Волги Юлии нравится больше, чем Москве.

Продвижение выпуска заключалась в оптимизировании страницы публикации с помощью пометки тегов «#Город», «#Профессия»,

«#Журналистика» для увеличения возможности появления материала в поисковике на основе данных ключевых слов.

Герой данного выпуска – творческий, инициативный человек, приносящий пользу городу Тольятти. Публикация представляет собой линейный художественно-публицистический текст, разделённый на текстовые блоки с подзаголовками: «Дочь офицера», «Жажда знаний», «День сурка», «Уникальный контент», «Культурный уровень», «Лекарство от слабоумия», «Спящий медведь», «Человек с высокой целью». В нём присутствуют портретные фотографии героя и внутритекстовые ссылки: в виде гиперссылок на первоисточники, справок, дополнительных (разъясняющих) фактов, заключённые в выделяемые рамки. Заголовок «Не транзитный пассажир» не соответствует теме выпуска – интеллектуальный досуг в городе, однако подчёркивает уникальное явление: человек переехал из Москвы в Тольятти, и он стал для него родным. Основная сюжетная линия – это беседа автора с Юлией Петренко в кафе «Пропорция» ДК «Тольяттиазот». История основана на реальном факте реализации проекта «Химия слова». Присутствуют диалогические фрагменты, где автор напрямую задаёт вопрос, а Юлия отвечает в форме прямой цитаты. Присутствуют биографические подробности как в виде справок, так и в самом тексте, репортажные вставки: «Кафе «Пропорция» дворца культуры «Тольяттиазот», пять часов вечера. Здесь Юлия Петренко назначила мне встречу. Через два часа начнётся очередная лекция «Химия слова», и Юлии, как бессменной ведущей, необходимо вовремя выйти на сцену, поприветствовать зрителей и представить нового спикера». Детали: «Есть люди, которые любят поговорить, и те, которые предпочитают делать. Очевидно, что Юлия – точно из второй породы. На мои вопросы она отвечает чётко, исключительно по делу, неторопливо...». Авторская оценка героя: «Она целеустремлённая, мудрая, не воспринимает мир негативными шаблонами» – портретная характеристика: «Юлия – пассионарий, человек, который делится энергией и своим примером вдохновляет многих

горожан...» – тропы, разговорная лексика и диалоги. Следовательно, данный текст соответствует критериям современного мультимедийного портретного очерка.

Героем третьего выпуска выступил Сергей Гридин – опытный путешественник

Материал был опубликован 27 февраля 2020 года.

На обложке изображён главный герой публикации – фото из личного архива Сергея Гридина.

Размещение на сайте сопровождалось лидом: «Есть люди, которые горы сворачивают. Заявляют громкие инновационные идеи, реализуют их – и это здорово! А есть другая категория людей. Те, кто получают удовольствие от жизни, кому нравится быть здесь и сейчас, кто находит себе применение там, где проживает».

Выбор героя был обусловлен освещением малоизвестного туристического проекта Сергея Гридина «Точка на карте» в городе Тольятти.

За весь срок хранения материала на сайте его просмотрело 434 человека – интерес публики к проекту не угасает.

Краткое содержание материала:

Первый блок. Выражает идею материала: есть люди, которые меняют город, просто получая удовольствие от жизни. Один из них – Сергей Гридин. В Тольятти он реализует проект «Точка на карте» о волжских путешествиях. Автор и герой встретились в технопарке «Современник». В будущем здесь будет интерактивное пространство «Точки на карте».

Второй блок. Посвящён периоду, когда Сергей работал журналистом. В Москве открывался журнал «Папарацци» о закулисной жизни знаменитостей, и герой участвовал в его разработке. Пожив в столице полтора года, Сергей решил вернуться в Тольятти к любимому хобби – походам на природу, путешествиям по родному региону и фотографированию.

Третий блок. Посвящён проекту Сергея «Точка на карте». Инициатива образовалась спонтанно и изначально не имела конкретной цели. Группу «ВКонтакте» Сергей Гридин создал в феврале 2016 года и выкладывал туда фотографии природных достопримечательностей Самарской области. Многим подписчикам паблика захотелось отождествлять себя с проектом, поэтому предложили организовать продажу брендовых значков. Так у Сергея появился мерч на продажу, связанный с путешествиями по округе Тольятти.

Четвёртый блок. По мнению Сергея Гридина, Тольятти – это город-спокойствие. Просторный, удобный с точки зрения расположения. Самое лучшее, что есть в Тольятти – то люди, инициативные, созидательные, креативные.

Продвижение выпуска заключалась в оптимизировании страницы публикации с помощью пометки тегов «#Город», «#Путешествия», для увеличения возможности появления материала в поисковике на основе данных ключевых слов.

Герой данного выпуска – человек, раскрывающий природу Самарской области через удивительные фотографии. Публикация представляет собой линейный художественно-публицистический текст, разделённый на текстовые блоки с подзаголовками: «Первое впечатление», «Ламповые приключения», «Соблазн большого города», «Поставил точку», «Точка расширилась», «Успехи сегодняшние», «Типичная вылазка», «Кредо путешественника», «Природная терапия», «Город-спокойствие», «Символ баланса». В нём присутствуют портретные фотографии героя и внутритекстовые ссылки: в виде гиперссылок на первоисточники, справок, дополнительных (разъясняющих) фактов, заключённые в выделяемые рамки. Заголовок «Точка на карте» соответствует теме выпуска – внегородской туризм. Основная сюжетная линия – беседа автора с Сергеем Гридиным в технопарке «Современник». История основана на реальном факте реализации проекта «Точка на карте». Присутствуют диалогические

фрагменты, где автор напрямую задаёт вопрос, а Сергей Гридин отвечает в форме прямой цитаты. Присутствуют биографические подробности как в виде справок, так и в самом тексте, репортажные вставки: «Технопарк «Современник». Сергей Гридин открывает массивную железную дверь, входим. Передо мной полупустая комната: несколько стульев, голые стены из обшарпанного кирпича. В будущем тут будет интерактивное пространство. Планируются фотовыставки, творческие встречи... «Точка на карте» развивается, и ей уже тесно в рамках одного паблика». Детали: «На шапке у Сергея ярко-белым проступает символика проекта, термос в его руках тоже отмечен «Точкой на карте»». Авторская оценка героя: «На вид самый обычный человек, да и общается по-простому» – портретная характеристика: «Сергей Гридин никогда не ставил глобальных целей: его метало – из Тольятти в Москву и обратно. И только когда интернет вывел его на природу, Сергей отчасти нашёл душевный баланс» – тропы, разговорная лексика и диалоги. Следовательно, данный текст соответствует критериям современного мультимедийного портретного очерка.

Героем четвертого выпуска стала Евгения Котлярова – профессиональная спортсменка и специалист по сноубайтингу;

Материал был опубликован 16 апреля 2020 года.

На обложке изображена главная героиня публикации – фото из личного архива Евгении Котляровой.

Самый гипертекстуальный текст из всех.

Размещение на сайте сопровождалось лидом: «Каждый город имеет свою природную особенность. Рельеф, географическое положение, климат... В Тольятти есть это всё и ещё – уникальный ветер. Ежегодно в феврале на заснеженной акватории Жигулёвского моря его укрощают кайтеры со всего мира. Наша героиня не представляет свою жизнь без этого ветра, морозного, непредсказуемого, но такого притягательного и родного».

Выбор героя был обусловлен актуальностью проходивших соревнований по сноукайтингу, организатором которых выступала Евгения Котлярова.

За весь срок хранения материала на сайте его просмотрело 145 человек. Это не значит, что у публики пропал интерес к проекту. Материал был выложен в условиях развивающейся пандемии коронавируса, и он затерялся в стремительном потоке информации.

Краткое содержание материала:

Первый блок. Выражает идею материала: уникальность юго-западного ветра Тольятти, который раз в год на тольяттинской акватории укрощают кайтеры всего мира. Один из таких укротителей – Евгения Котлярова, профессиональный сноукайтер, один из основателей тольяттинской школы «Сила Ветра», многократный чемпионка мира и Европы. Автор и героиня встретились во время этапа Куба мира по сноукайтингу в кафе Небо на набережной Автозаводского района Тольятти. Описываются детали поведения Евгении и небольшая предыстория проходящих соревнований.

Второй блок. Посвящён тому, как героиня начала заниматься сноукайтингом. В спорте Евгения Котлярова с 2000 года. Знакомые из Москвы сшили кайт и прислали на пробу. Мимолётное увлечение превратилось в хобби. Героиня совместно с коллегой Алексеем Ражевым построила в Тольятти школу кайтинга «Сила Ветра», где Евгения Котлярова даёт уроки.

Третий блок. Посвящён добровольческим и гражданским инициативам героини. Чтобы открыть на набережной центр парусного спорта, она пытается взаимодействовать с концепцией благоустройства набережной. Главное событие в жизни Евгении – SNOWKITERUSSIA – информационный ресурс о главных событиях в мире сноукайтинга и виндсёрфинга.

Четвёртый блок. По мнению Евгении, Тольятти – это город «сумасшедших», в хорошем смысле, людей – новаторов, изобретателей,

творческих личностей, спортсменов. Город комфортный для жизни, потому что ключевые точки Тольятти расположены недалеко друг от друга, в отличие от столичных городов.

Продвижение выпуска заключалась в оптимизировании страницы публикации с помощью пометки тегов «#Город» для увеличения возможности появления материала в поисковике на основе данных ключевых слов.

Герой данного выпуска – это добрый, отзывчивый человек, приносящий пользу городу Тольятти. Публикация представляет собой линейный художественно-публицистический текст, разделённый на текстовые блоки с подзаголовками: «Перерыв в небе», «Московская диковинка», «Ветер свободы», «Испанский сериал», «Мечты сбываются», «С миру по нитке», «Дуновения юга», «SNOWKITERUSSIA», «Европа vs Россия», «Спорт в моде при любой погоде», ««Сумасшедший» город», «Формула успеха». В нём присутствуют портретные фотографии героя и внутритекстовые ссылки: в виде гиперссылок на первоисточники, справок, дополнительных (разъясняющих) фактов, заключённые в выделяемые рамки. Заголовок «Попутный ветер» соответствует теме выпуска – спорт в городе. Основная сюжетная линия – беседа автора с Евгенией Котляровой в ресторане Nebo на набережной Автозаводского района. История основана на реальном факте реализации проекта «SNOWKITERUSSIA» и Чемпионата мира по сноукайтингу в Тольятти. Присутствуют диалогические фрагменты, где автор напрямую задаёт вопрос, а Евгения Котлярова отвечает в форме прямой цитаты. Присутствуют биографические подробности как в виде справок, так и в самом тексте, репортажные вставки: «Ресторан Nebo на набережной. Гряда парящих разноцветных змеев просматривается из окна. Евгения Котлярова в спортивном костюме за столиком говорит по телефону. Как организатор она принимает сотни важнейших звонков: от прессы, партнёров, участников соревнований». Детали: «Это почему-то напомнило мне сцену из фильма «Крёстный отец»: Евгения как дон

выслушивает просьбу, спокойно даёт распоряжение и переключается на интервью». Авторская оценка героя: «...Евгения будто переходит в режим боевой готовности» – портретная характеристика: «На вопросы отвечает быстро, подробно, словно знает, что именно я буду спрашивать. Однако, когда речь заходит о спорте, она начинает светиться счастьем, возникает искренняя улыбка и непоседливость...» – тропы, разговорная лексика и диалоги. Следовательно, данный текст соответствует критериям современного мультимедийного портретного очерка.

Была реализована концепция журналистского проекта «Люди, которые меняют город». В своём составе проект имеет 4 опубликованных выпуска со средним количеством знаков (без пробела) – более 24 тыс. Все опубликованные материалы соответствуют критериям современного мультимедийного портретного очерка. Тема «Тольятти как источник вдохновения для самореализации горожан была раскрыта в полной мере», в результате жизнеописания героев создались образы города Тольятти. Также в результате освещения значимых проектов были продемонстрированы позитивные изменения в городе.

Заключение

Жанр портретного очерка, как и многие другие публицистические жанры, сегодня претерпевает изменения. Исследователи отечественной журналистики отмечают размывание границ между жанрами, и современный портретный очерк все больше приобретает признаки портретного интервью. Уменьшение объёмов текста способствовало тому, что портретный очерк трансформировался в расширенную портретную зарисовку – так называемый мини-очерк. На страницах интернет-СМИ жанр приобрёл новые свойства, такие как гипертекстуальность и мультимедийность.

Главенствующая характеристикой сегодняшнего портрета является популярность героя. Учитывая спрос аудитории на «лидеров мнений», авторы ищут героев очерков среди бизнесменов, шоуменов, экономистов, политиков, людей творческой интеллигенции, спортсменов и так далее. Современные исследования показывают, что портретный очерк – один из самых привлекательных жанров журналистики у авторов, и один из самых востребованных у аудитории, однако исследователи отмечают его редкость в медийном пространстве.

Современный мультимедийный портретный очерк представляет собой линейный текст, разделённый на текстовые блоки с подзаголовками, в котором присутствует система внутритекстовых, внетекстовых и аудиовизуальных гиперссылок. Публикация сопровождается большим количеством портретных фотографий собеседника, привлекательным заголовком, зачастую являющимся высказыванием героя из текста. Усиливается роль диалогических фрагментов, основной сюжетной линией становится наглядное представление аудитории беседы автора с героем. Присутствуют репортажные вставки, недиалогические фрагменты, биографические подробности, однако они краткие и применяются не часто. В федеральных (московских) СМИ героем очерка выступает так называемый

«лидер мнений», в провинциальных СМИ – это добрый, отзывчивый человек, который приносит пользу обществу в данный момент времени.

Работа над выпуском цикла портретных очерков подразумевает следующие этапы:

- выбор героя по критериям проекта и жанра;
- предварительный сбор информации о герое в свободном доступе, проведение прединтервью при личной встрече или в переписке;
- составления вопросов и распределение их по тематическим блокам;
- встреча с потенциальным героем, проведение интервью (при нехватке информации для раскрытия образа могло проводиться повторное интервью);
- расшифровка, выделение ключевых тем беседы;
- написание материала, редаKTура и согласование с героем;
- публикация выпуска.

Учитывая все жанровые признаки жанра и его трансформацию в мультимедийном пространстве, была разработана концепция цикла портретных очерков «Люди, которые меняют город».

Цель проекта «Люди, которые меняют город» – создать образ Тольятти через истории горожан, которые реализуют в нём свои инициативы. Увидеть город, его перспективы их глазами; побудить представителей молодёжных организаций к решению проблем социального характера, продемонстрировать, что их идеи важны и реализуемы.

Проект «Люди, которые меняют город» город адресован молодому поколению: людям в возрасте от 16 до 30 лет, которые обучаются в школе, в высшем учебном заведении или среднем специальном учебном заведении Самарской области и, в частности, города Тольятти. Цикл работ может заинтересовать людей с активной жизненной позицией и начинающие профессиональную карьеру.

Предмет изображения в цикле – личность героя, его мировоззрение и взгляды, повлиявшие на его становление как человека, меняющего мир вокруг себя.

Основными методами сбора информации является наблюдение и интервью.

В тексте используются такие выразительные средства как метафоры, олицетворения, сравнения, эпитеты. В материалах уделялось внимание к «говорящим» деталям, их описание позволяло усилить художественное начало очерков. Так же использованы репортажные вставки, позволяющие читателю «увидеть» героя в его профессиональной деятельности. Диалоги имеют преимущество в тексте, что соответствует современным тенденциям развития жанра. Все выпуски насыщены гиперссылками, иллюстративным фото и видеоматериалами.

Герои портретных очерков – жители Тольятти, которые реализовали в городе успешный проект по его развитию или реализовали себя в нём с помощью своих индивидуальных качеств.

Проект «Люди, которые меняют город публикуются на сайте Молодёжного медиахолдинга «Есть talk!» ТГУ. Всего сделано четыре материала, общее количество просмотров 1834.

Цикл портретных очерков был сделан с учётом всех признаков жанра и тенденций, новыми свойствами очерка в мультимедийном пространстве.

Каждый выпуск проекта полностью раскрывает героя, создаёт целостный проработанный образ, а с ним образ города, в котором живёт герой.

Востребованность цикла материалов подтверждает тот факт, что на этапе реализации он был отмечен на всероссийском уровне – проект стал победителем XVII Всероссийского конкурса «Моя страна – моя Россия» и всероссийского конкурса молодых журналистов «Медиавызов-2020».

Список используемой литературы и используемых источников

1. Анкетирование / Тольятти глазами его жителей: Статистика / Webanketa : официальный сайт. – URL: <https://webanketa.com/ru/myforms/statistic/?form.uid=278103> (дата обращения: 11.04.2020). – Текст : электронный.
2. Беневоленская, Т. А. Портрет современника. Очерк в газете / Т. А. Беневоленская. — Москва : Мысль, 1983. – 134 с. – Текст : непосредственный.
3. Бирюкова, Т. А. Гипертекстовая онлайн-журналистика: история возникновения (на примере электронного журнала Feed) / Т. А. Бирюкова. – Текст : электронный // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2017. – URL: <https://vestnik.journ.msu.ru/books/2017/3/gipertekstovaya-onlayn-zhurnalistika-istoriya-vozniknoveniya-na-primere-elektronnogo-zhurnala-feed/> (дата обращения: 11.04.2020).
4. Будилов, А. П. Основные тренды внутренней миграции населения России / А. П. Будилов. – Текст : электронный // Вопросы территориального развития. Вып. 4 (49). 2019. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osnovnye-trendy-vnutrenney-migratsii-naseleniya-rossii/viewer> (дата обращения: 11.04.2020).
5. Ворошилов, В. В. Журналистика : учебник / В. В. Ворошилов. — Москва : КНОРУС, 2020. – ISBN 978-5-406-07595-1. – 174 с.
6. Гордеев, Ю. А. Жанровые разновидности современного очерка в печатных и интернет-изданиях / Ю. А. Гордеев. – Текст : электронный // Вестник ВГУ. Серия: Филология. Журналистика. 2015. №4. – С. 117-120. – URL: <http://www.vestnik.vsu.ru/pdf/philolog/2015/04/2015-04-29.pdf> (дата обращения: 11.04.2020).
7. Дмитровский, А. Л. Жанры журналистики / А. Л. Дмитровский. – Текст : непосредственный // Ученые записки Орловского государственного

университета. Серия «Гуманитарные и социальные науки» – Орёл: ФГБОУ ВПО «Орловский государственный университет», №4 (60), 2014. – С. 156.

8. Зеленина, Е. В. «Портрет героя»: Ценностно-смысловые и творческие аспекты / Е. В. Зеленина. – Текст : электронный // Журналистская практика. 2014. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/portret-geroaya-tsennostno-smyslovyie-i-tvorcheskie-aspekty/viewer> (дата обращения: 11.04.2020).

9. Зефирова, В. Л. История Гипертекста / В. Л. Зефирова, В. М. Челноков. – Текст : электронный // Эврика! Научный портал. – URL: <http://evrika.tsi.lv/index.php?name=site&page=51>. (дата обращения: 11.04.2020).

10. Кивилиди, Е.А. Специфика функционирования средств художественной выразительности в разных типах очерка / Е. А. Кивилиди. – Текст : электронный // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 2: Филология и искусствоведение. 2013. С. 161-164. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/spetsifika-funktsionirovaniya-sredstv-hudozhestvennoy-vyrazitelnosti-v-raznyh-tipah-ocherka/viewer> (дата обращения: 11.04.2020).

11. Ким, М. Н. Портретные очерки о государственных деятелях: технология создания / М. Н. Ким. – Текст : электронный // Управленческое консультирование. №4. 2012. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/portretnye-ocherki-o-gosudarstvennyh-deyatelyah-tehnologiya-sozdaniya/viewer> (дата обращения: 11.04.2020).

12. Колесникова, М. М. Специфические признаки интернет-коммуникаций – интерактивность, гипертекст, мультимедиа / М. М. Колесникова // Сборник научных работ «Журналистика электронных сетей». – Воронеж, 2007. – ISBN 5-7266-0253-6. – С. 79-96.

13. Колесниченко, А. В. Востребованность жанров журналистских текстов аудиторией онлайн-медиа / А. В. Колесниченко. – Текст : электронный // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. – URL: <https://vestnik.journ.msu.ru/books/2019/3/vostrebovannost-zhanrov->

zhurnalistskikh-tekstov-auditoriey-onlaynovykh-media/ (дата обращения: 11.04.2020).

14. Кройчик, Л.Е. Система журналистских жанров // Основы творческой деятельности журналиста: Учебник для студентов вузов по специальности «Журналистика» / Ред.-сост. С. Г. Корконосенко. – Санкт-Петербург: Знание, СПБИНВЭСЭП, 2000. – С. 115-167. – ISBN 5-7320-0539-0. – Текст : непосредственный.

15. Кручевская, Г.В. Журналы биографий: типологические особенности / Г.В. Кручевская // Журналистика в 2009 году: Трансформация систем СМИ в современном мире. Сборник материалов Международной научно-практической конференции. — Москва : Факультет журналистики МГУ им. М. В. Ломоносова, 2010. – С. 146-175 – ISBN 978-5-91832-009-9. – Текст : непосредственный.

16. Мещерякова, Е.А. Особенности современного портретного очерка / Е.А. Мещерякова. – Текст : электронный // Язык. Культура. Коммуникации. – URL: <https://journals.susu.ru/lcc/article/view/149/363> (дата обращения: 11.04.2020).

17. Мкртчян, Н.В. Миграция молодежи из малых городов России / Н. В. Мкртчян. – Текст : электронный // Мониторинг общественного мнения: Экономические и социальные перемены. 2017. № 1. С. 225—242. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/migratsiya-molodezhi-iz-malyh-gorodov-rossii/viewer> (дата обращения: 11.04.2020).

18. Нечаева, Е.С. Биографический метод как способ изучения повседневности / Е.С. Нечаева. – Текст : электронный // Общество: социология, психология, педагогика. 2012. №2. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/biograficheskiy-metod-kak-sposob-izucheniya-povsednevnosti/viewer> (дата обращения: 11.04.2020).

19. Носовец, С.Г. Гипертекстовые ссылки: опыт типологического описания / С.Г. Носовец. – Текст : непосредственный // Вестник ЧелГУ. Серия: «Филология. Искусствоведение». – Челябинск, 2011. – С. 127-131.

20. Об утверждении прогноза социально-экономического развития городского округа Тольятти на 2020 год и плановый период 2021 и 2022 годов (PDF-документ) / Документы / Власть / Администрация городского округа Тольятти : официальный сайт. – URL: <https://tgl.ru/documentation/obj?obj=33212> (дата обращения: 11.04.2020). – Текст : электронный.

21. Полевой, Б.Н. Очерк в газете : Лекция. / Б.Н. Полевой – Москва : [б. и.], 1953., Высш. парт. школа при ЦК КПСС. Кафедра журналистики. — 32 с. – Текст : непосредственный.

22. Родионова, Н.А. Типы портретных характеристик в художественной прозе И.А. Бунина: Лингвостилистический аспект : специальность 10.02.01 «Русский язык» : диссертация на соискание ученой степени кандидата филологических наук / Родионова Наталья Альбертовна ; Самарский государственный университет. – Самара, 1999. – 201 с. – Текст : непосредственный.

23. Скибицкая, Л.В. Современный очерк: проблема внутрижанровой типологии / Л.В. Скибицкая – Текст : непосредственный // Слова ў кантэксте часу: Тыпалогія публіцыстычных жанраў. – Брест, 2014. – ISBN 978-985-553-176-2. – С. 300-307.

24. Современный медиатекст: учебное пособие / отв. ред. Н.А. Кузьмина. – Омск, 2011. – 414 с. – ISBN 978-5-905548-02-4. – Текст : непосредственный.

25. Тертычный, А.А. Жанры периодической печати : учеб. пособие / А.А. Тертычный. — Москва : Аспект Пресс, 2000. – 312 с. – ISBN 978-5-7567-0875-2. – Текст : непосредственный.

26. Тертычный, А. А. Особенности жанрообразования в интернет-СМИ / А. А. Тертычный. – Текст : электронный // Научные ведомости. Серия: Гуманитарные науки. 2013. № 6 (149). Выпуск 17. С. 172 – 179. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-zhanroobrazovaniya-v-internet-smi/viewer> (дата обращения: 11.04.2020).

27. Тольятти в цифрах / О Тольятти / Администрация городского округа Тольятти : официальный сайт. – URL: <https://tgl.ru/tgl-in-figures> (дата обращения: 11.04.2020). – Текст : электронный.

28. Тольятти Самарской области / GorodaRUS.ru : официальный сайт. – URL: <https://gorodarus.ru/tolyatti.html> (дата обращения: 11.04.2020). – Текст : электронный.

29. Третьяков, В.Т. Как стать знаменитым журналистом: Курс лекций по теории и практике современной русской журналистики / Предисл. С.А. Маркова / В.Т. Третьяков. — Москва, 2004. – 881 с. – ISBN 5-86218451-1. – Текст : непосредственный.

30. Цветкова, И.В. Имидж города Тольятти в сети Интернет как фактор региональной идентичности населения / И.В. Цветкова. – Текст : электронный // Научно-методический электронный журнал «Концепт». – 2018. – № 11 (ноябрь). – URL: <http://ekoncept.ru/2018/183072.htm>. (дата обращения: 11.04.2020).

31. Черепახов М. С. Работа над очерком / М. С. Черепახов. — Москва : Изд-во МГУ, 1966. – 95 с. – Текст : непосредственный.

32. Численность постоянного населения городских округов и муниципальных районов Самарской области на 1.01.2019 г. и среднегодовая численность за 2018 г. (Excel-документ) / Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Самарской области : официальный сайт. – URL: <https://samarastat.gks.ru/population?print=1> (дата обращения: 11.04.2020). – Текст : электронный.

33. Шостак, М.И. набросок портрета пером журналиста / М.И. Шостак. – Текст : непосредственный // Журналист. 1998. № 4. — С. 61–64.

34. Шкляр, В.И. Публицистика и художественная литература: продуктивно-творческая интеграция : специальность 10.01.10 «Журналистика» : диссертация на соискание учёной степени доктора филологических наук / Шкляр, Владимир Иванович ; Киевский

государственный университет им. Т. Г. Шевченко. – Киев, 1989. – 343 с. –
Текст : непосредственный.