

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Тольяттинский государственный университет
Гуманитарно-педагогический институт

Л.В. Иванова

ЖАНРЫ И ФОРМАТЫ ЖУРНАЛИСТИКИ МНЕНИЙ

Электронное учебно-методическое пособие



© ФГБОУ ВО «Тольяттинский
государственный университет», 2022

ISBN 978-5-8259-1069-7

УДК 070
ББК 76.01

Рецензенты:

д-р социол. наук, доцент, профессор, заведующий кафедрой
«Социальные технологии и гуманитарные науки» Поволжского
государственного университета сервиса *С.В. Явон*;
канд. филол. наук, доцент кафедры «Журналистика»
Тольяттинского государственного университета *М.В. Орлова*.

Иванова, Л.В. Жанры и форматы журналистики мнений : электронное учебно-методическое пособие / Л.В. Иванова. – Тольятти : Изд-во ТГУ, 2022. – 1 оптический диск. – ISBN 978-5-8259-1069-7.

Учебно-методическое пособие по изучению дисциплины «Жанры и форматы журналистики мнений» направлено на организацию аудиторной и самостоятельной работы студентов очной формы обучения направления подготовки 42.03.02 «Журналистика».

Содержит краткие теоретические сведения по темам дисциплины; методические материалы, необходимые студентам для подготовки к практическим занятиям; рекомендации по организации самостоятельной работы; списки рекомендуемой литературы; вопросы итогового контроля.

Текстовое электронное издание.

Рекомендовано к изданию научно-методическим советом Тольяттинского государственного университета.

Минимальные системные требования: IBM PC-совместимый компьютер: Windows XP/Vista/7/8/10; ПИИ 500 МГц или эквивалент; 128 Мб ОЗУ; SVGA; CD-ROM; Adobe Acrobat Reader.

© ФГБОУ ВО «Тольяттинский
государственный университет», 2022



Редактор *Т.М. Воропанова*
Технический редактор *Н.П. Крюкова*
Компьютерная верстка: *Л.В. Сызганцева*
Художественное оформление,
компьютерное проектирование: *Г.В. Карасева*

В оформлении пособия использованы
фотографии сайта pixabay.com

Дата подписания к использованию 24.06.2022.

Объем издания 2,3 Мб.

Комплектация издания: компакт-диск, первичная упаковка.

Заказ № 1-06-21.

Издательство Тольяттинского государственного университета
445020, г. Тольятти, ул. Белорусская, 14,
тел. 8 (8482) 44-91-47, www.tltsu.ru

Содержание

ВВЕДЕНИЕ	6
Раздел 1. ЖАНРЫ И ФОРМАТЫ КОЛУМНИСТИКИ	11
Тема 1.1. Генезис западной колумнистики. Формирование традиций праколумнистики в отечественной печати	12
Тема 1.2. Творчество известных европейских и американских колумнистов XX века	18
Тема 1.3. Современное состояние и тенденции развития отечественной колумнистики в печатных и сетевых СМИ	21
Тема 1.4. Жанровая дифференциация современной отечественной колумнистики	23
Тема 1.5. Технология работы в жанре реплики	34
Тема 1.6. Технология работы в жанре колонки	37
Тема 1.7. Авторские стратегии и форматы представления персональной точки зрения в колонке	41
Тема 1.8. Выбор и реализация авторской стратегии в колонке	47
Тема 1.9. Форматно-стилистические характеристики колонки	49
Тема 1.10. Колонка как локальный авторский медиапроект: этапы и методика разработки, последовательность реализации, способы корректировки	52
Тема 1.11. Концепция авторского медиапроекта как система характеристик	58
Тема 1.12. Реализация концепции авторского медиапроекта в колонке	60
Раздел 2. ЖАНРЫ И ФОРМАТЫ ПУБЛИЦИСТИКИ	62
Тема 2.1. Специфика публицистического способа отражения действительности в СМИ	63
Тема 2.2. Публицистические произведения в современном медиадискурсе	69
Тема 2.3. Использование документальных и образных средств для достижения эффекта типичности	73

Тема 2.4. Малые формы очерковой публицистики: жанры и форматы	74
Тема 2.5. Технология работы в жанре зарисовки	84
Тема 2.6. Технология работы в жанре житейской истории	94
Тема 2.7. Крупные формы публицистики: очерк и портретное интервью	97
Тема 2.8. Технология работы над портретным очерком	113
Тема 2.9. Технология работы над путевым очерком	117
Тема 2.10. Технология работы над портретным интервью	120
Тема 2.11. Комическое как инструмент и жанрообразующее средство сатирической публицистики	123
Тема 2.12. Средства создания юмористического образа в фельетоне	135
Тема 2.13. Средства создания сатирического образа в памфлете	138
ТЕСТОВЫЕ ЗАДАНИЯ	142
КЛЮЧИ К ТЕСТОВЫМ ЗАДАНИЯМ	162
ВОПРОСЫ К ЭКЗАМЕНУ	163
БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК	167
ГЛОССАРИЙ	169

ВВЕДЕНИЕ

Учебно-методическое пособие предназначено для организации учебной и самостоятельной работы студентов направления подготовки 42.03.02 «Журналистика» по дисциплине «Жанры и форматы журналистики мнений».

Цель дисциплины – формировать у студентов компетенции, необходимые для подготовки авторских материалов, интерпретирующих, типизирующих и образно отражающих факты и проблемы действительности, в различных жанрах и форматах журналистики мнений, для различных коммуникационных каналов.

Задачи изучения дисциплины:

- 1) ознакомить студентов с теоретическими представлениями о журналистике мнений, о специфике интерпретирующего, типизирующего и эстетического способа отражения действительности в разных жанрах и форматах;
- 2) развивать у студентов умение применять методы анализа действительности, обоснования суждений, оценок, умозаключений в авторских материалах;
- 3) формировать готовность студента выбирать и разрабатывать конкретную тему в индивидуально-авторском ключе, концептуально обосновывать идею авторской колонки и реализовывать проект;
- 4) развивать творческое мышление студентов и нестандартный взгляд на факты действительности;
- 5) формировать умение создавать логически выверенное и эстетически организованное произведение для СМИ, способное породить дискуссию в обществе;
- 6) обучать студентов использованию методов типизации и сатирического отражения действительности;
- 7) формировать готовность к выступлению в разных жанрах и форматах журналистики мнений.

В результате освоения дисциплины студенты должны приобрести *профессиональные компетенции:*

- профессионально осуществлять сбор, обработку и проверку информации, релевантной социальным, творческим и коммуникативным задачам журналистики;

– осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта.

В процессе изучения дисциплины студенты должны

▪ *знать:*

- специфику журналистики мнений как типа дискурса;
- базовые характеристики произведений колумнистики; технологии и творческие приемы создания произведений колумнистики, осмысленные современными теоретиками и практиками массмедиа;
- стилистические ресурсы выразительности медиатекста;
- суть публицистического способа отражения действительности в журналистских текстах, особенности образного и сатирического переосмысления и отображения действительности;
- жанровые модели журналистики мнений;
- форматные характеристики журналистики мнений;
- методику тематического и структурно-функционального анализа авторских материалов;
- технологию разработки концепции авторского медиапроекта;

▪ *уметь:*

- генерировать идею авторской колонки на конкретную тему и обосновывать ее целесообразность; работать в команде, разрабатывающей локальный авторский медиапроект;
- создавать тексты в жанре колонки различной тематической направленности;
- применять теоретические знания об образно-типизированном способе познания и отображения действительности в процессе исследования социальных фактов и подготовки публицистических текстов;
- создавать материалы в различных жанрах и форматах журналистики мнений;
- выбирать для авторского материала формат представления информации, максимально ориентированный на потребительские привычки, запросы и ожидания аудитории;

▪ *владеть навыками:*

- грамотной структурной организации текста в соответствии с идейно-тематической направленностью, жанровым своеобразием и другими эстетическими канонами;
- организации различных знаковых систем в единое текстовое образование;
- использования выразительных и стилистических ресурсов для реализации авторской идеи в медиатексте;
- применения метода типизации, приемами образного и сатирического отражения событий, процессов, ситуаций, явлений из различных сфер жизни общества;
- применения навыка «переупаковки» интерпретирующей, типизирующей информации под таргетированную аудиторию и конкретную платформу СМИ.

Учебно-методическое пособие предназначено для того, чтобы обеспечить усвоение теории жанров и форматов журналистики мнений, а также организовать процесс приобретения практических профессиональных умений и навыков подготовки авторских материалов интерпретирующего и публицистического характера для СМИ. В связи с тем, что содержательно журналистика мнений включает два типа деятельности – колумнистику и публицистику, структура пособия включает два раздела: «Жанры и форматы колумнистики» и «Жанры и форматы публицистики». В каждом представлен краткий теоретический материал по темам дисциплины, а также методические материалы по организации учебной и самостоятельной работы студентов. Методическая часть обоих разделов включает тематику практических занятий, задания и рекомендации по их выполнению. Структура пособия соответствует рабочей программе дисциплины, в том числе последовательности лекционных и практических занятий по темам.

Балльно-рейтинговая система оценки работы студентов

Дисциплина «Жанры и форматы журналистики мнений» реализуется с помощью балльно-рейтинговой системы.

В процессе освоения дисциплины студенты могут получить баллы:

- за подготовку и работу на практических занятиях: *17 практических занятий по 5 баллов за каждое = 85 баллов* (тематика занятий и перечень заданий представлены в модулях пособия);
- за выполнение индивидуальных творческих заданий, предполагающих написание авторских материалов в различных жанрах (форматах) журналистики мнений: *3 индивидуальных творческих задания по 5 баллов за каждое = 15 баллов* (перечень заданий представлен в разделе «Организация самостоятельной работы студентов»; они выполняются студентом индивидуально и самостоятельно; проверяются преподавателем во внеаудиторное время; задания с оценкой и комментариями преподавателя после проверки возвращаются студенту; баллы выставляются на образовательный портал).

Итого: 100 баллов.

Активность на практических занятиях включает:

- выполнение практических заданий; *критерии оценок* за выполнение практических заданий сформулированы с учетом специфики деятельности и представлены в конкретных темах данного пособия;
- подготовку и выступление с докладом, сообщением, участие в обсуждении вопросов по теме.

Подготовка докладов, сообщений, участие в обсуждении вопросов по теме на семинарских занятиях оценивается в соответствии с универсальными *критериями оценки*:

5 баллов – в ответе на вопрос (в докладе, в сообщении) студент продемонстрировал глубину раскрытия темы, полноту, точность определений терминов и понятий, правильно подобрал и привел примеры из практики массмедиа, доказывающие (иллюстрирующие) теоретические положения; компетентно затронул смежные вопросы; продемонстрировал свободное владение материалом, изложенным в учебной литературе, знание источников научной и учебно-методической информации, а также современного состояния практики массмедиа;

4 балла – в ответе на вопрос (в докладе, в сообщении) студент продемонстрировал глубину знаний, понимание и свободное владение материалом, грамотно использовал примеры из журналистской

практики, доказывающие (иллюстрирующие) теоретические положения; однако допустил незначительные ошибки в определении понятий, не раскрыл второстепенные аспекты темы, не смог свободно перейти к рассуждению на смежную тему;

3 балла – студент представил грамотный ответ на вопрос (доклад, сообщение), но не смог продемонстрировать понимание и свободное владение материалом, не ответил на уточняющие вопросы, хотя и привел правильные поясняющие примеры;

2 балла – студент представил компилятивный ответ на вопрос (сообщение, доклад), но не смог доказать теоретические положения примерами из журналистской практики; допустил ошибки в определении понятий;

1 балл – студент отказался отвечать на вопросы (не подготовил доклад, сообщение), но участвовал в обсуждении и дополнял выступающего.

Раздел 1. ЖАНРЫ И ФОРМАТЫ КОЛУМНИСТИКИ

Данный раздел посвящен одному из направлений журналистики мнений — колумнистике.

Колумнистика, по мнению ее исследователей, является результатом эволюции человеческого самосознания, в ходе которой у людей постепенно формировалась потребность не только смотреть внутрь себя, но и наблюдать за частным миром и мыслями других.

В период демократизации общества (90-е гг. XX века) российская аудитория СМИ стала проявлять стойкий интерес к персональным мнениям авторов. Их многообразие обеспечивало объемность отражения меняющейся действительности. Субъект творческой деятельности воспринимался не только как посредник между действительностью и аудиторией, но превращался в определяющий фактор формирования картины мира, мира, интерпретированного усилиями «человека думающего».

Вообще в процессе исторического развития статус автора текста менялся: от средневекового безымянного летописца, не считавшего себя вправе поставить подпись под рассказом о важнейших событиях своего времени, до колумниста или блогера конца XX — начала XXI столетия, который уверен (и небезосновательно), что его частный опыт, его мнение и детали его личной биографии интересны многотысячной аудитории.

К началу XXI века колумнист для читателя превращается в бытописателя эпохи, «свидетеля века» (по выражению Хосе Ногалеса)¹, при этом от него ожидают эстетической организации произведения. Синтез злободневности, проблемности, авторской интерпретации и эстетики порождает новый тип произведения для СМИ, становится медиатрендом.

¹ Ногалес Х. Л. М. Свидетель века // С намерением оскорбить / А. Перес-Реверте. М., 2005. С. 12.

Тема 1.1. Генезис западной колумнистики. Формирование традиций праколумнистики в отечественной печати

Форма проведения занятия — семинар.

Вопросы для обсуждения

1. Возникновение колонки как элемента структурирования газетного текста.
2. Колонка как содержательный элемент газеты. Редакторские колонки в европейских газетах.
3. Вклад Джеймса Г. Беннетта, Дж. Бреслина и У.Д. Хоуэллса в формирование традиций западной колумнистики.
4. Становление европейской колумнистики в XIX—XX вв.
5. Влияние «нового американского журнализма» на формирование традиций западной колумнистики.
6. Творчество американских колумнистов XX—XXI вв.
7. Взаимодействие массовой культуры и колумнистики в творчестве Кэндес Бушнелл (в New York Observer).
8. Персональные авторские колонки в отечественной периодической печати в дореволюционный период.

Методические указания по контактной работе

Во время заслушивания докладов студентам необходимо фиксировать основные вехи становления колонки как типа медиатекста и колумнистики как вида авторской деятельности в СМИ. Лучшему усвоению материала может способствовать его схематическая визуализация в виде таймлайна.

Методические материалы к занятию

Для освоения темы и подготовки к семинару необходимо ознакомиться с материалом о **генезисе западной колумнистики и формировании традиций праколумнистики в отечественной печати.**

Термин «колумнистика» является результатом словообразования и калькирования английского слова column, которое переводится как «колонка».

Слово «колонка» в русском языке имеет три значения. Первое — особым образом оформленный столбец на газетной полосе, являющийся существенным приемом выделения материала при решении конкретных тактических задач: подборка информационных материалов, статистические сведения, цитаты, опросы и т. п.

Второе значение — авторская рубрика, вводящая на газетную полосу имя автора, привлекающего внимание аудитории.

Третье значение — особый жанр, актуализирующий интерпретацию и личные переживания автора по конкретному поводу в виде демонстрации точки зрения субъекта высказывания.

Немногим более 20 лет назад колонка была знакома российским читателям лишь на примере частного случая, чаще всего колонки редактора какого-либо издания. Но тенденции изменения российского информационного поля, а также общемировые постмодернистские тенденции привели к тому, что на рубеже XX—XXI вв. колумнистика стала распространенной формой журналистики мнений.

Ее возникновение на российской почве было подготовлено длительной историей западной колумнистики.

Генезис западной колумнистики: движение колонки от технического элемента через рубрику к жанру

В своем движении *от рубрики к жанру* колонка фактически повторила путь фельетона, рождение которого относят к 28 января 1800, когда в парижскую газету «Журналь де Деба» (Journal des Debats) был впервые вложен дополнительный листок (feuilleton), в котором стали печататься объявления, театральные и музыкальные рецензии, модные новости, шарады, даже романы («Парижские тайны» Э. Сю, «Три мушкетёра» А. Дюма), словом, неполитические, неофициальные материалы. С увеличением формата газеты фельетоном стали называть ее «подвал». Постепенно разнородные тексты, объединяемые одной только рубрикой, пришли к единой форме, обрели общие признаки, и сейчас едва ли кто-то усомнится в том, что фельетон давно стал полноправным журналистским жанром.

Аналогично фельетону колонка первоначально возникла как типографский элемент.

Согласно мнению исследователей генезиса колумнистики, история колумнистики начинается с 1650-х годов, когда в Европе мелкий газетный текст (до 4, 5 пунктов в отдельных местах), сливающийся в единое нечитаемое поле, стал делиться *на несколько колонок*. Единственной ролью колонок в то время было облегчение чтения.

«Прошел век, прежде чем создатели газет начали задействовать колонки в конструировании газетной полосы, — вместе с кеглем шрифта колонка стала выполнять функцию выделения материала на полосе, отграничения одного текста от другого»², — отмечает исследователь генезиса колонки.

В начале 1800-х годов колонка начинает функционировать как *рубрика*. Отдельной колонкой на одном и том же месте оформляются самые важные материалы номера — обращения редактора, высказывания известных авторов. Например, редакционные статьи Ноя Уэбстера печатались отдельной колонкой в газете *American Minerva*.

Исследователи отмечают две заметные тенденции использования колонок в XIX веке: публикации в них сплетены из материалов о частной жизни людей — такие колонки выполняли бытописательскую функцию; оформление в отдельную колонку наиболее острых материалов номера. В этой связи значимой датой является 6 мая 1835 года, когда редактор газеты *New York Herald* Джеймс Гордон Беннетт начал с определенной периодичностью печатать социальные колонки. Существенный вклад в развитие колонки как самостоятельного жанра внес американский писатель и редактор Уильям Дин Хоуэллс (1837–1920). В январе 1886 года в ежемесячнике *Harper's New Monthly Magazine* появляется его первая колонка, и в течение 7 лет (до марта 1892 г.) он печатает их регулярно. Колонка Д. Хоуэллса состояла из 5–9 частей и представляла собой живой отклик на события американской и европейской жизни; в ней особое место отводилось вопросам религии, проблемам частного авторского права. Колонка Д. Хоуэллса была многообразна не только в тематическом, но и в жанровом плане: материалы были написаны

² Ярцева С. Эволюция колонки в зарубежной журналистике // LiveJournal : сетевое сообщество. URL: sonelchen.livejournal.com/11815.html (дата обращения: 10.12.2021).

в жанрах статьи, рецензии, обозрения, комментария. Часто Хоуэлл сам определял жанр своего выступления как эссе или очерк.

В начале XX века авторские колонки печатались во всех крупных газетах по всему Западу. Их спецификой было обращение к острым социальным и политическим темам; вызывали интерес аудитории феминистские колонки.

В 1920–1930-х годах в США колумнистика не просто получила широкое распространение — «это было выдающимся нововведением в североамериканских газетах и обладало силой воздействия»³.

В 60-е годы XX века в американской журналистике появляется новое течение, получившее впоследствии название «новая журналистика»⁴. Ее особенностью было использование в газетных текстах приемов художественной литературы (диалогов, картинок, образов и др.). Колонка превратилась в раздел, открытый для экспериментов со словом. Колумнистику на газетной полосе стали развивать публицисты и писатели, способные применить свое литературное мастерство в оперативных текстах на самые острые и актуальные темы. Так появилась авторская колонка в ее сегодняшнем понимании.

Авторская колонка в европейской печати была способом демаскификации содержания, в то время как американская колумнистика в конце XX века продемонстрировала пример взаимосвязи колумнистики и массовой культуры. Им стали колонки Кэндес Бушнелл, публиковавшиеся на протяжении второй половины 90-х гг. в журнале *New York Observer*. В 1997 году кабельный канал НВО (*Home Box Office* — *североамериканская кабельная и спутниковая телевизионная сеть, входящая в корпорацию Warner Media*) сделал по ним сериал «*Sex & The City*», который за пять сезонов приобрел огромную популярность во всем мире.

Отечественная колумнистика не обладает такой историей, как колумнистика западная. Первые русские газеты, появившиеся в XVIII веке, были газетами официальными, а из-за отсутствия политических свобод и цензурных и административных стеснений все газетное дело развивалось слабо еще в течение полутора столетий.

³ Tataryn L. *The Pundits: Power, Politics & the Press*. Toronto, 1985.

⁴ Вулф Т. *Новая журналистика и Антология новой журналистики*. СПб, 2008. 574 с.

Возможности для развития колумнистики в России появляются фактически только в начале XX века, когда газеты в России приобрели огромную общественную силу, сделавшись органами возникающих политических партий и групп.

Тем не менее профессор Воронежского государственного университета Л.Е. Кройчик считает, что в творчестве ярких публицистов XIX века можно увидеть истоки колумнистики. Многие отечественные публицисты имели свои авторские колонки в газетах или работали в определенных жанрах (М. Катков – автор передовых статей, А. Суворин вел авторскую рубрику «Маленькие письма»). Все это способствовало формированию в отечественной прессе жанра колонки и индивидуально-авторского дискурса.

Как пример регулярных авторских высказываний по злободневным темам интересны передовые статьи Михаила Никифоровича Каткова в «Московских ведомостях» (1863–1872), а также «Маленькие письма» Алексея Сергеевича Суворина, редактора и издателя газеты «Новое время». Начиная с 1889 года под псевдонимом «Незнакомец» в «Новом времени» на правах постоянной авторской рубрики стали появляться его заметки на политические темы. «Маленькие письма» (а их вышло около 600) – это «остроумные отклики на злободневные события, размышления и репортажи, поданные не отстраненно, а глубоко лично, в чем и заключается их главная ценность», «редкое сочетание дневниковой наблюдательности с чёткими обобщениями незаурядного мыслителя»⁵.

Кроме них М.Е. Салтыков-Щедрин, А.И. Герцен, Д.И. Писарев, В.М. Дорошевич, А.В. Амфитеатров, В.Г. Короленко, Л.Н. Андреев, по мнению Л.Е. Кройчика, формировали «российскую традицию <...> прислушиваться к голосу»⁶. Таким образом, в дореволюционной России были все предпосылки к появлению колумнистики. Революция также стала фактором развития авторского направления.

И.С. Бунин и его «Окаянные дни» несли в себе мощный потенциал диалогизма – одного из имманентных признаков колум-

⁵ Семанов С. Алексей Суворин как зеркало Русской смуты // Литературная газета. 2006. 25–31 янв. (№ 2–3).

⁶ Кройчик, Л. Е. Система журналистских жанров // Основы творческой деятельности журналиста : учебник / под ред. С. Г. Корконосенко. СПб, 2000. С. 158. URL: evartist.narod.ru/text5/64.htm (дата обращения: 10.12.2021).

нистики. Яркий пример регулярного выражения авторской позиции представляют выступления Горького в основанной им газете «Новая жизнь», позже объединенные в цикл «Несвоевременные мысли» (1917–1918).

Если бы не Октябрьская революция, приведшая к возникновению государства, в котором интерес к отдельной личности был невозможен, то, скорее всего, российская колумнистика пошла бы по тому же пути и развивалась так же плодотворно, как и в западной журналистике. Глубокими традициями персонально-авторской публицистики объясняется тот факт, что как только российское общество стало более открытым, колумнистика на страницах отечественных изданий возникла сразу, быстро распространилась и прижилась.

Рекомендуемая литература

1. Деревягина, Е. В. М. Н. Катков в «Московских ведомостях». К истории издания // Вестник Новгородского государственного университета. – 2003. – № 25. – С. 51–56. – URL: cyberleninka.ru/article/n/m-n-katkov-v-moskovskih-vedomostyah-k-istorii-izdaniya (дата обращения: 10.12.2021).
2. Успенская, С. С. Колумнистика – новое или хорошо забытое? // LiveJournal : сетевое сообщество. – URL: columnizm.livejournal.com/2467.html (дата обращения: 15.12.2021). – Дата публикации: 02.03.2007.
3. Фесянова, Н. Л. Американская колумнистика XIX века (на примере редакторской колонки Уильяма Дина Хоуэллса) // Журналистика и информационная политика в регионе: теория и практика функционирования : материалы Всерос. науч.-практ. конф. / редкол.: В. Д. Попов [и др.]. – Набережные Челны, 2007. – С. 67–70.
4. Ярцева, С. С. Жанровые признаки колонки // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Филология. Журналистика. – 2011. – № 1. – С. 226–228. – URL: www.elibrary.ru/item.asp?id=16444890 (дата обращения: 15.12.2021).
5. Ярцева, С. С. Эволюция колонки в зарубежной журналистике // LiveJournal : сетевое сообщество. – URL: sonelchen.livejournal.com/11815.html (дата обращения: 10.12.2021). – Дата публикации: 14.11.2007.

Тема 1.2. Творчество известных европейских и американских колумнистов XX века

Форма проведения занятия – семинар.

Вопросы для обсуждения

1. Творчество колумниста У. Эко: проявление постмодернистских традиций в «Картонках Миневры».
2. «Картонки Минервы» У. Эко как пример колонки оперативного отклика в европейской колумнистике.
3. Авторская позиция А. Перес-Реверте в сборниках «Корсарский патент», «С намерением оскорбить», «Живым не возьмете» (на выбор).
4. Вклад А. Перес-Реверте в формирование разнообразия авторских стратегий европейской колумнистики. Специфика творческого метода. А.П.-Реверте.
5. Колонки Кэндес Бушнелл в *New York Observer*: основные смыслы и формы их выражения.

Методические указания по проведению занятия

Проведение семинара требует предварительной подготовки студентов. Им необходимо ознакомиться с текстами колонок, а также с биографическими данными авторов.

На занятии студенты делятся на три творческие группы, перед которыми ставятся задачи:

- проанализировать колонки одного из трех авторов;
- подготовить аргументированные ответы на вопросы для обсуждения.

После завершения обсуждения одному-двум представителям группы предлагается выступить перед аудиторией, остальным – делать добавления, давать пояснения, приводить примеры, а также отвечать на вопросы участников других групп. Время выступления – 10 минут, время на ответы 5–7 минут.

Для исчерпывающего ответа на первый вопрос необходимо знание специфики культуры постмодернизма. Доклад на эту тему может быть предложен одному из студентов в качестве самостоятельной работы.

В конце занятия преподаватель выставляет баллы за работу на семинаре в соответствии с критериями, представленными во введении.

Методические материалы к занятию

Необходимо ознакомиться с колонками (не менее 4–5) трех авторов:

- Эко У. Картонки Минервы: сборник (URL: <https://www.litres.ru/umberto-eko/kartonki-minervy/chitat-onlayn/>).
- Перес-Реверте А. С намерением оскорбить (URL: <http://book-online.com.ua/read.php?book=5192&page=1>).
- Бушнелл К. Секс в большом городе (URL: <https://www.litmir.me/br/?b=5313>).

Для подготовки аргументированных ответов на вопросы необходимо применить не только стилистический анализ, то есть анализ средств речевой выразительности, закономерностей их функционирования в произведении, обусловленных содержанием высказывания, целями, ситуацией, сферой общения и другими экстралингвистическими факторами, но и стилевой, позволяющий выявлять стиль конкретного автора как функционально обусловленную совокупность приемов отбора, употребления и сочетания средств речевого общения в конкретной сфере.

Стиль — своеобразие структурной организации медиатекста, проявляющееся на всех уровнях: содержательном, структурно-композиционном, языковом. Специфику стиля автора, передачи, канала и т. д. можно выявить на структурно-функциональном уровне.

Индивидуальный стиль автора СМИ проявляется в оригинальной творческой манере, т. е. в тех устойчивых идейно-содержательных, композиционных и лексико-стилистических особенностях произведений, которые позволяют читателю идентифицировать различные материалы этого автора, дают аудитории основание для узнавания его как творческой личности. Можно предположить, что творческая индивидуальность меняется в зависимости от типа информационного потока, типа издания и других факторов. Однако в то же время следует помнить, что стилевая концепция массмедиа может накладывать отпечаток на авторов, побуждая их к демонстрации узнаваемой, стилизованной концепции отражения действительности.

Методические указания по выполнению самостоятельной работы

Самостоятельная работа по теме предусматривает изучение научной и учебно-методической литературы по теме «Постмодернизм как фактор развития отечественной колумнистики»:

1. Землянова, Л. М. Постмодернизм: стимулятор развития или симптомом кризиса // Гуманитарная миссия современной глобализирующейся коммуникативистики / Л. М. Землянова. — Москва, 2010. — Глава IX. — С. 198—211.
2. Коломыц, Д. М. Влияние постмодернизма на эволюцию мировоззрения человека в культуре начала 21 века // Вестник Казанского государственного университета культуры и искусства. — 2015. — № 1. — С. 21—24. — URL: cyberleninka.ru/article/n/vliyanie-postmodernizma-na-evolyutsiyu-mirovozzreniya-cheloveka-v-kulture-nachala-21-veka (дата обращения: 10.12.2021).
3. Кортунув, А. От постмодернизма к неомодернизму, или Воспоминания о будущем // РСМД : Российский совет по международным делам : [сайт]. — URL: russiancouncil.ru/analytics-and-comments/analytics/ot-postmodernizma-k-neomodernizmu-ili-vozpominaniya-o-budushch/ (дата обращения: 10.12.2021). — Дата публикации: 30.01.2017.
4. Олизько, Н. С. Постмодернизм: к проблеме определения понятия // Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия: Лингвистика. — 2006. — № 6. — С. 49—52. — URL: cyberleninka.ru/article/n/postmodernizm-k-probleme-opredeleniya-ponyatiya (дата обращения: 10.12.2021).

Результатом изучения литературы может быть тезисный конспект.

Примерный план конспекта.

1. Понятие постмодерна (постмодернизма). Дискуссия о термине.
2. Теоретики постмодерна: Ж.Ф. Лиотар, Ж. Деррида, Ж. Бодрийяр, Ж. Делёз, Ф. Гваттари.
3. Историко-культурный контекст возникновения и развития постмодернизма.
4. Постмодернизм: установки, принципы, идеи.
5. Постмодернизм в искусстве.

6. Российский постмодерн. Цели и устремления.
7. Влияние постмодернизма на характер массовых коммуникаций.

Тема 1.3. Современное состояние и тенденции развития отечественной колумнистики в печатных и сетевых СМИ

Форма проведения занятия – круглый стол.

Методические указания по проведению занятия

Этап I. Тема круглого стола – «Современное состояние и тенденции развития отечественной колумнистики в печатных и сетевых СМИ».

Модератор – преподаватель.

Цель круглого стола – предоставить участникам возможность высказать свою точку зрения по предложенным для обсуждения вопросам; на основе обобщения разных точек зрения и знаний выработать общие представления о современном состоянии колумнистики и общее мнение о детерминантах ее развития.

Этап II. Вопросы для обсуждения

1. Детерминанты развития колумнистики как направления российских СМИ.
2. Современное состояние колумнистики: общая характеристика (СМИ, рубрики, тематика, авторы), тенденции развития.

Регламент круглого стола: участникам обсуждения дается 7–8 минут для высказывания по предложенным вопросам. Условие участия в обсуждении: каждый последующий выступающий представляет новый аспект (новую детерминанту – по первому вопросу, новое СМИ – по второму); после выступления каждого участника организуется свободная дискуссия – 5–6 минут.

Обязанности модератора:

- следить за соблюдением регламента;
- давать слово очередному участнику и обеспечивать ему возможность высказаться;
- не допускать тематических повторов в выступлении и отклонений от темы;

– модерировать свободную дискуссию после выступлений участников.

Этап III. Подведение итогов обсуждения по каждому вопросу.

Методические материалы к занятию

Для подготовки к выступлениям по первому вопросу рекомендуется ознакомиться с литературой:

1. Виноградский, В. С. О чем пишут колумнисты? / В. С. Виноградский, Н. В. Куницына // Вестник Волжского университета имени В.Н. Татищева. – 2016. – Т. 2, № 4. – С. 156–162.
2. Гордеев, Ю. А. Колумнистика в печатных и интернет-изданиях: жанровый аспект // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Филология. Журналистика. – 2015. – № 3. – С. 136–139. – URL: www.vestnik.vsu.ru/pdf/phylogolog/2015/03/2015-03-33.pdf (дата обращения: 10.12.2021).
3. Котова, К. Ю. Колумнистика в современных интернет-СМИ // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 2: Филология и искусствоведение. – 2019. – № 2. – С. 162–167. – URL: cyberleninka.ru/article/n/kolumnistika-v-sovremennyh-internet-smi/viewer (дата обращения: 13.12.2021).
4. Маевская, А. Ю. Колумнистика в глянцевах журналах // Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 9. Филология. Востоковедение. Журналистика. – 2011. – № 2. – С. 273–282. – URL: cyberleninka.ru/article/n/kolumnistika-v-glyantsevyyh-zhurnalakh (дата обращения: 13.12.2021).

Методические указания по выполнению самостоятельной работы

Для выступления по второму вопросу рекомендуется анализировать материалы рубрик «Колумнистика», «Мнения» в сетевых СМИ.

Рекомендуется обращаться к электронным версиям газетных изданий, таким как: «Известие», «Литературная газета», «Коммерсант», «Российская газета», «Московский комсомолец» и др.

Алгоритм анализа содержания раздела/рубрики «Колумнистика»/«Мнение»:

- авторы (краткая биография);
- тематика выступлений;
- идеи, концепции, позиции;
- специфика творческих методов авторов (приметы авторского стиля).

Тема 1.4. Жанровая дифференциация современной отечественной колумнистики

Форма проведения занятия – семинар.

Вопросы для обсуждения

1. Детерминанты жанровой дифференциации современной колумнистики.
2. Реплика как жанр колумнистики: общая характеристика.
3. Колонка как жанр СМИ: условия и факторы возникновения в СМИ, общая характеристика, тенденции развития.
4. Разновидности жанра колонки.

Методические указания по контактной работе

На выступление студентам дается не более 5 минут. После этого организуется коллективное обсуждение. Во время выступлений студентам необходимо фиксировать основные характеристики жанров колумнистики. Лучшему усвоению материала может способствовать его визуализация в виде таблицы.

Характеристики жанров колумнистики

Жанр (название)	Предмет	Целевая установка/задачи	Виды	Методы работы	Особенности формы

Методические материалы к занятию

Для освоения темы необходимо ознакомиться с **характеристиками жанров реплики и колонки**.

Характеристика реплики как жанра колумнистики

В средствах массовой информации реплика первоначально оформилась как газетный жанр. В федеральных изданиях («Известия», «Литературная газета», «Коммерсант») распространенной чертой стала трансформация реплик от уточняющих ремарок и встроенных текстовых элементов к завершеному, устойчивому типу публикации, представляющему собой короткий (компактный), емкий, эмоционально насыщенный авторский текст, содержащий ценностно ориентирующую информацию. В XXI веке реплика все активнее завоевывает радио- и телеэфир.

Возникновение и закрепление жанра реплики в СМИ 90-х г. XX века было закономерным. Как известно, новая форма отображения действительности может появиться только при условии сочетания ряда факторов: нового предмета, назревшей потребности познающего сознания в информации определенного типа и возможностей журналистики ответить на эту потребность. В постсоветский период сложились благоприятные условия для появления нового жанра оперативного комментирования. В социальной практике появилось большое количество новых реалий, требующих осмысления и отражения. Психологи, в частности Н.И. Семечкин⁷, отмечают, что быстрее и активнее всего человеческое сознание фиксирует что-то необычное, отличающееся, выступающее из общего ряда, а сильные эмоции человек испытывает в противоречивой ситуации, то есть когда поступающая к нему информация не соответствует его биологическим и психологическим потребностям, интересам, ожиданиям, мировоззренческим установкам. Новизна и противоречивость ряда социальных феноменов (в первую очередь действия властей и новой экономической элиты, явления массовой культуры) породили ситуацию, в которой оказались востребованы тексты, отражающие спонтанную реакцию человека, столкнувшегося с непонятным, неизвестным или неприемлемым для него фактом.

⁷ Семечкин Н. М. Социальная психология. Ростов н/Д., 2003. С. 12.

Столкновение противоположных установок всегда влечет за собой выплеск эмоций и не может разрешиться простым приемом информации к сведению, а значит, непременно приводит к активизации чувственных переживаний граждан.

В результате релевантной оказалась такая форма текста, которая фиксировала бы соответствующую технологию работы с информацией и способствовала удовлетворению потребности аудитории в эмоционально-чувственном переживании фактов. Данная потребность усиливалась в связи с переходом большей части СМИ на репродуктивно-фактологический способ отображения действительности, а также в связи с тем, что люди, вынужденные жить в ускоряющемся, постоянно «набирающем обороты» мире, стали нуждаться в предельно лаконичной и емкой форме подачи информации.

Толковый словарь русского языка содержит следующее определение понятия: «Реплика — краткое замечание, возражение, ответ. Возражение стороны на судебном процессе. В литературе, кино, театре — компактное высказывание персонажа, как правило, проносимое в ответ на слова другого. Литературно-газетный жанр»⁸. Существовавший в искусстве и юриспруденции жанр был приспособлен к нуждам журналистики. У нее уже был опыт обмена репликами с аудиторией.

Впервые попытку теоретически осмыслить жанровую природу реплики как жанра оперативного комментирования предприняла М.И. Шостак: «Реплика — лаконичное сообщение, представляющее собой энергичное провозглашение оценочного суждения журналиста о конкретном событии или явлении социальной практики, выражающее позицию газеты и стремящееся вызвать эмоционально окрашенную реакцию читателя (и общественного мнения в целом)»⁹. Наравне с такими жанрами, как колонка оперативного отклика, колонка-обозрение, колонка-эссе, М.И. Шостак отнесла реплику к группе жанров колумнистики — активно развивающегося в России направления публицистической деятельности.

⁸ Толковый словарь русского языка / Академия наук СССР, Институт русского языка. Изд. 25. М., 1994. С. 384.

⁹ Шостак М. И. В жанре реплики // Журналистика и медиарынок. 2004. № 10. С. 18.

Анализ современной практики СМИ, а также теории жанров журналистики позволяет систематизировать данные о природообразующих признаках реплики. Необходимо начать со специфического *предмета* отображения, в качестве которого выступает новое, общественно значимое событие или явление, имеющее негативный или ярко выраженный положительный смысл. М.И. Шостак отмечает, что в СМИ распространены реплики на высказывания политических лидеров. Они «настраивают читателя на скептический лад по поводу обитателей коридоров власти... Дурная речь, косноязычие, укрупненные репликой, отчасти обоснованы, так как могут свидетельствовать о культурном уровне представителя власти. Но это не должно быть единственным поводом для реплики. Ведь она дает возможность изящно подчеркнуть замаскированную суть высказывания, его нелепицу, а то и опасность»¹⁰.

Информация о негативном факте вызывает у автора сильную эмоциональную реакцию, которая, в свою очередь, является следствием конфликта поступившей информации и эмоционально-психологических ожиданий (мировоззренческих установок). Колумнист испытывает непреодолимое желание поделиться с аудиторией своей спонтанной реакцией на поступившие к нему сведения, как каждый человек испытывает потребность выразить (проговорить вслух) свою первую реакцию на поразивший его феномен. В этой связи главная творческая задача при создании реплики — как можно точнее отобразить эту реакцию, которая в большей степени является реакцией подсознания, чем сознания, а значит, она непосредственна, скорее человечна, чем социальна (в смысле — не ограничена социальными шаблонами, нормами, правилами, не конъюнктурна), и, что самое главное, в спонтанной реакции проявляется свобода человека. В этой свободе, подчас абсолютной, не скованной никакими рамками, без оглядки на требование актуальности, значимости и т. д. и заключен важный смысл реплики.

Отображение естественной эмоционально-оценочной реакции на конкретный факт действительности нельзя считать самоцелью реплики, так как даже в ситуации непреднамеренного, случайного

¹⁰ Шостак М. И. В жанре реплики // Журналистика и медиарынок. 2004. № 10. С. 18.

участия в споре человек ставит перед собой задачу переубедить собеседника. Бросая реплику, ее автор неизбежно вступает в полемику с «оппонентом», в качестве которого может выступать как факт действительности, вызывающий неприятие, так и мнение (суждение) конкретного человека либо позиция определенного типа людей. Автор стремится воздействовать на ситуацию. Можно сказать, что сверхзадача реплики — через выражение однозначной эмоциональной реакции на конкретный факт действительности социально сориентировать читателя в актуальной действительности. Эмоции и спонтанные суждения реплики призваны задать ракурс восприятия и оценки факта, изменить отношение к нему, перевернуть привычный взгляд на ситуацию. Нет необходимости произносить (писать) реплику, если она не расставляет неожиданные акценты, не способна создать в сознании адресата противоречие, которое потребует разрешения в новом понимании, в новом знании. Содержание реплики не претендует на истину, но если эмоции самоочевидны, а «вопросы напрашиваются сами по себе», то это лучшее доказательство правоты авторского мнения. Процессу социального ориентирования, важным результатом которого является принятие аудиторией предложенного суждения (фрагментарного мнения), значительно способствует монотемность реплики, конкретность и однозначность эмоций, очевидность чувств, то есть естественность продуцирования речи. Для достижения максимального эффекта автору реплики может помочь прием солидаризации с аудиторией, то есть использование таких методов и средств, которые будут понятны и органичны определенному типу аудитории. Автору следует стремиться к тому, чтобы «заразить» аудиторию энергией своей мысли, привлечь ее на свою сторону.

Основной метод подачи информации в жанре реплики — оценка. Необходимо отметить, что на убедительность оценки влияет очевидность для аудитории таких составляющих, как «субъект оценки», «характер оценки», «основания оценки». Для того чтобы читатель стал регулярным потребителем информации, представленной в виде реплики, ему должно быть интересно мнение конкретного колумниста (В. Шендеровича, А. Ореха), а этот интерес возникает, если публицист обладает нестандартным взглядом на мир,

если это смелый человек, готовый вступить в полемику с официально выдвинутой версией происходящего. Оценки и суждения реплики не обладают характером истинности. Они претендуют только на выражение чувств, переживаний, спонтанно возникших мыслей человека. Это, скорее, информация о собственных психических состояниях (эмоциональных, интеллектуальных, волевых) — так называемые внутренние оценки. Для достижения эффекта солидаризации необходимо, чтобы аудитории были понятны критерии вынесения оценок, а также чтобы очевидны были причины возникновения тех или иных эмоций. Критерии оценок по-другому можно назвать «опорными идеями» — теоретическим ядром общественной доктрины, которое может обеспечить стратегическое и тактическое единство взглядов, реакций и эмоций некоторого сообщества людей в конкретной сфере, по конкретной теме. В качестве таковых в репликах чаще всего выступают общечеловеческие гуманистические идеалы. Именно они способны придать устойчивость социальному значению произведения, обеспечить единство понимания и принятие эмоций и чувств автора большинством читателей. В том случае, когда в качестве критериев оценки выбираются политические доктрины, узкоспециализированные знания или концепции, не принятые массовой аудиторией, могут возникнуть препятствия для понимания содержания реплики. Знание критериев оценки обеспечивает адекватную реакцию аудитории на оттенки эмоций и чувств автора реплики. Эмоции, в свою очередь, могут охватывать широкий спектр: от возмущения, неприятия до искреннего восхищения, но в любом случае должны быть однозначны. Реплике очень вредит рассудочность, размеренность, логичность и спокойствие.

К жанровым характеристикам реплики стоит отнести монотемность, которая проявляется не только в том, что автор опирается на один факт, одно изречение, но и в том, что идея материала однозначна. Авторское «я» в материале доминирует над оперативным или информационным поводом. Реплика — это объяснение факта через спонтанную (фактически наличествующую) реакцию автора. Для создания эффекта спонтанности в реплике используются различные приемы: принципиальная неоднородность стилистических средств, намеренное нарушение смысловой связи слов в словосоче-

тании («Александра Лукашенко задержали на непочтительном рас- стоянии»), употребление просторечной лексики («на кой шут им»), жаргонизмов, распространенных фразеологических оборотов и во- обще наиболее частотных лексических единиц. Нередки в репликах и каламбуры, «случайно» возникшие ассоциации и параллели. Для усиления дискурсивности реплики, с одной стороны, используются термины, эмоционально окрашенная лексика, авторские эпитеты и метафоры («кризисная пьянка», «миролюбиво-безоружные нац- болы») – план адресанта; с другой – общепонятные и общеупотре- бительные пословицы, поговорки, крылатые слова (предложения) – план адресата. Активное использование в реплике изобразитель- но-выразительных средств призвано не только подчеркнуть эмоци- ональный характер высказывания, но и укрепить связь с аудиторией. Диалогичный характер реплики усиливается за счет использования большого количества личных местоимений, наиболее типичных для данного момента общественной жизни способов изложения материала, прямых обращений (как к читателю, так и оппоненту), риторических вопросов, а также синтаксических конструкций: вос- клицательных и побудительных предложений, оборванных фраз и сверхфразовых конструкций. Например: «Кто должен дать нашему телевидению хорошего, прочувствованного пинка под зад, чтобы оно сделало маленький шагжок вперед к спасению собственного народа и будущих поколений?! Где этот «кто-то»?!». Подобные риторические вопросы помимо усиления диалогичности создают эффект наводя- щего вопроса, то есть подталкивают аудиторию к самостоятельному поиску ответа. Эффект наводящего вопроса очень привлекателен своей необязательностью, он подчеркивает стремление автора удер- жаться от навязывания собственного мнения. Все указанные лингви- стические средства призваны способствовать преобразованию факта действительности в ее образно-художественный аналог.

Несомненное преимущество реплики перед другими жанрами публицистики – обязательность реакции аудитории. Реакция мо- жет быть разной, но в ее наличии не следует сомневаться. Эмоции рождают эмоции. Оценки рождают оценки. Однако эффективность реплики может стать приманкой для людей, стремящихся достичь нужной реакции общественности любой ценой. В этом случае

ресурсы реплики могут быть использованы для манипуляции эмоциями, чувствами и мыслями аудитории, что недопустимо с точки зрения профессионально-этических регуляторов.

Характеристика колонки как жанра колумнистики

Колонка – ведущий жанр колумнистики, ее типформирующая форма. Колонки с их возможностями представления персонифицированного мнения удовлетворяют читательский запрос в плюрализме объяснений, интерпретаций, оценок происходящего, обеспечивают расширение информационной повестки и тематики дня.

История колонки как жанра СМИ началась в 90-е г. XX века, но до сих пор знание о ней принципиально не завершено. Всплеск колумнистики в конце XX – начале XXI века породил серьезный исследовательский интерес. Ученые Воронежского государственного университета во главе с профессором Л.Е. Кройчиком сформировали основы теории жанра колонки. Однако бурное развитие блогосферы и социальных сетей привело к «миграции» авторского мнения в новое информационное пространство и остановило развитие колумнистики. В 10–20-х гг. XXI века научные работы на тему колумнистики стали большой редкостью. Однако имеющиеся концепции позволяют дифференцировать ее основной жанр – колонку – от других жанровых форм и форматов.

Необходимым условием для определения колумнистики как направления информационно-творческой деятельности является ее транслирование по каналам средств массовой информации. Сущностный признак колонки – *демонстрация персонального мнения, авторской позиции*.

Современная авторская колонка существует в нескольких вариантах: колонки оперативного отклика, комментирующей конкретное событие; колонки-обозрения, нацеленной на прогноз, и эссеистский вариант колонки.

В *колонке оперативного отклика* новость-мнение оттесняет новость-событие. Авторский отклик на событие самостоятелен и предполагает неординарность реакции на событие. Спецификой данной разновидности колонки является эффект подчеркнутой необязательности. Автор не претендует на то, чтобы читатель разде-

лил его мнение. Он предлагает принять его к сведению, если угодно — внутренне поспорить с ним. Привлекательность колонки оперативного отклика — в отличающейся от официальной точки зрения интерпретации события, а также в особой авторской стратегии — сомневающегося, размышляющего интеллигента, равнодушного к тому, что происходит в стране и мире.

Стиль колонки — ближе к разговорному, по тональности он может быть разным: доверительным, даже задушевым, задиристым, острым. Комментарийные эскизные авторские колонки порой оказываются более эффективны, чем рациональные и обстоятельные аналитические материалы.

Специфические черты крупноблочных *колонок-обзрений* и *колонок-эссе* проявляются уже на уровне предмета. В отличие от других жанров журналистики, например комментария, она может не отгалкиваться от конкретного информационного повода, от конкретного события. Актуальность и новизна колонки обеспечивается новизной взгляда колумниста, пусть даже уже на известную ситуацию, на вполне обыденное событие. Ее основная тема — это новый взгляд на событие, явление, ситуацию, имеющие для колумниста смысловую ценность.

Цель колонки лучше всего сформулировал профессор Л.Е. Кройчик: «В образно-эмоциональной форме представить аудитории авторскую оценку фактов и явлений действительности»¹¹. Колонка должна выражать одну точку зрения (в этом ее принципиальное отличие от статьи, представляющей объективный (многомерный) взгляд на ситуацию или проблему). «Персональная точка зрения — смысловое ядро колонки»¹², — настаивает Л.Е. Кройчик. Право на свободу выражения точки зрения колумниста не отменяет требование доказательности и аргументированности. В этом колонка сходна со статьей.

Методика доказательства точки зрения может различаться в зависимости от метода обработки информации: это может быть самоанализ (колонка-эссе), и тогда в основе структуры текста лежат наравне с логикой ассоциации, реминисценции; но могут быть и методы

¹¹ Кройчик, Л. Е. Система журналистских жанров // Основы творческой деятельности журналиста : учебник / под ред. С. Г. Корконосенко. СПб, 2000. С. 158. URL: evartist.narod.ru/text5/64.htm (дата обращения: 10.12.2021).

¹² Там же.

аналогии, сравнения, анализа, синтеза — и тогда в тексте главенствует логическая структура (колонка-обозрение), а для предъявления информации используются методы объяснения и рассуждения.

Особого внимания в колонке требует *категория автора*. Мнение автора колонки всегда персонально и «увязывается» с конкретной биографической личностью. Ответственность колумниста за сказанное тем больше, чем более яркую и эксклюзивную позицию он представляет. И если ранее колонки демонстрировали сочетание собственно авторской позиции и позиции издания, были демонстрацией (или подтверждением) широты взглядов, полемической корректности, сбалансированности позиций редакционного коллектива газеты, журнала или еженедельника, дистанцирующихся от жестко политизированного курса, то теперь все чаще мы можем прочитать, что «мнение авторов может не совпадать с мнением редакции».

Личность автора по-разному проявляется в колонке: автор может выражать себя как герой-повествователь, как лицо размышляющее и переживающее (колонка-эссе) или, наоборот, демонстрировать жесткую логику, а может выступать под маской персонажа-маски (в комическом варианте колонки), но во всех случаях именно точка зрения колумниста является главным предметом исследования в колонке.

К личности колумниста предъявляются повышенные требования: он должен уметь воспринимать спорную персонифицированную информацию, мыслить системно, обладать особыми личностными характеристиками. Весьма остро стоит и проблема политических пристрастий автора.

Как отмечает Л.Е. Кройчик, важной чертой колонки является то, что она, «как оперативный отклик на происшедшее (или — происходящее), по своей тональности *полемична*»¹³. Взгляд автора колонки чаще всего не совпадает с общепринятой точкой зрения, так как колонка предлагает новое представление о ситуации. Этим она отличается от комментария, в котором мнение автора нейтрально.

¹³ Кройчик, Л. Е. Система журналистских жанров // Основы творческой деятельности журналиста : учебник / под ред. С. Г. Корконосенко. СПб, 2000. С. 158. URL: evartist.narod.ru/text5/64.htm (дата обращения: 10.12.2021).

Еще одну черту колонки Л.Е. Кройчик определяет образно: «колонка — это всегда *прямой диалог с аудиторией*, соло, рассчитанное на контакт со слушателями, живое, образное слово, сориентированное на сочувственный отклик тех, к кому оно обращено (по крайней мере — на понимание)»¹⁴. В связи с этим принципиально важным умением колумниста является готовность *вести диалог с читателем*, втягивать его в процесс размышления.

Форма выражения персонального мнения важна так же, как и содержание. Колонка — это эстетически организованный медиатекст. От его прочтения аудитория должна получать удовольствие, как от прочтения литературного произведения. В связи с этим от колонки требуется и драматизм повествования, и четкость структуры, и риторическая выразительность, и речевая изобретательность.

К разновидностям колонки сегодня правомерно относить и колонку-рецензию. Рецензия в современных СМИ, сохранив свое аналитическое начало, приобрела новое качество — доминирование взгляда конкретного автора. Цель колонки-рецензии, в отличие от аналитической рецензии, — представить персональное аргументированное оценочное суждение автора о произведении искусства.

В отличие от художника автор, создающий произведения для СМИ, не может быть абсолютно свободен. И разговор о литературности колонки в обязательном порядке должен вестись только в сочетании с обсуждением этической стороны творческого процесса. Колонки читают не только пока сохраняется интерес к предложенному кругу проблем, но и пока читатель может сказать: «Доверяю этому автору».

Рекомендуемая литература

1. Барашкина, Е. А. Колонка в системе журналистских текстов / Е. А. Барашкина, Е. В. Выровцева // Колонка как вид медиатекста : учеб. пособие / Е. А. Барашкина, Е. В. Выровцева. — Самара, 2019. — С. 6–35. — URL: repo.ssau.ru/handle/Uchebnyye-izdaniya/Kolonka-kak-vid-mediateksta-Elektronnyi-resurs-ucheb-posobie-77484 (дата обращения: 16.12.2021).

¹⁴ Кройчик, Л. Е. Система журналистских жанров // Основы творческой деятельности журналиста : учебник / под ред. С. Г. Корконосенко. СПб, 2000. С. 158. URL: evartist.narod.ru/text5/64.htm (дата обращения: 10.12.2021).

2. Гордеев, Ю. А. Колумнистика в печатных и интернет-изданиях: жанровый аспект // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Филология. Журналистика. — 2015. — № 3. — С. 136–139. — URL: www.vestnik.vsu.ru/pdf/phylogolog/2015/03/2015-03-33.pdf (дата обращения: 16.12.2021).
3. Гюббенет, И. В. Авторская колонка в газете как объект филологического исследования / И. В. Гюббенет, Т. Л. Черезова // Вестник Московского университета. Серия 19. Лингвистика и межкультурная коммуникация. — 2018. — № 1. — С. 47–53. — URL: cyberleninka.ru/article/n/avtorskaya-kolonka-v-gazete-kak-objekt-filologicheskogo-issledovaniya (дата обращения: 16.12.2021).
4. Иванова, Л. В. Реплика — жанр современной колумнистики // Материалы VI Международной научно-практической конференции «Татищевские чтения: актуальные проблемы науки и практики»: Информационные технологии в организации производства. Актуальные проблемы современной журналистики. Актуальные проблемы организации работы с молодежью. — Тольятти, 2009. — Ч. 1. — С. 162–170.
5. Шашкова, Е. В. Специфика реплики как жанра современного телевидения // Коммуникативные исследования. — 2018. — № 4. — С. 165–176. — URL: cyberleninka.ru/article/n/spetsifika-repliki-kak-zhanra-sovremennogo-televideniya (дата обращения: 16.12.2021).

Тема 1.5. Технология работы в жанре реплики

Форма проведения занятия — практическое занятие с использованием индивидуальной и коллективной работы студентов.

Вопросы для обсуждения

1. Реплика как форма представления авторской позиции в СМИ: современное состояние, тенденции развития.
2. Выбор темы реплики и технология ее подготовки.
3. Профессиональный анализ и самоанализ реплик.

Практические задания

- Проанализировать реплики современных колумнистов. Дать оценку их познавательным-коммуникативным характеристикам.
- Написать авторский материал в жанре реплики для молодежного СМИ.

Методические указания по проведению занятия

Практическое занятие включает три блока, каждый из которых направлен на проверку определенных компетенций студентов:

- знание теории жанра реплики;
- умение анализировать реплики других авторов и оценивать их с точки зрения содержания и формы;
- умение создавать материалы в жанре реплики.

Успешность занятия зависит от качества выполнения заданий для самостоятельной работы.

Методические материалы к занятию

Для подготовки к обсуждению теоретических вопросов необходимо ознакомиться с теоретическим материалом по теме, а также со статьей Л.В. Ивановой «Реплика – жанр современной колумнистики»¹⁵.

Практические задания выполняются студентами самостоятельно дома. На занятии совместно с преподавателем и учебной группой обсуждаются и оцениваются результаты.

Методические указания по выполнению самостоятельной работы

1. Выбор темы реплики и технология ее подготовки.

Разработайте и опишите технологию подготовки авторского материала в жанре реплики. Для этого:

- Опишите процесс мониторинга действительности для выбора актуальных и способных вызвать общественный резонанс социальных фактов. Предложите возможные формулировки тем реплики.

¹⁵ Материалы VI Международной научно-практической конференции «Татищевские чтения: актуальные проблемы науки и практики»: Информ. технологии в орг. пр-ва. Актуал. проблемы соврем. журналистики. Актуал. проблемы орг. работы с молодежью. Тольятти, 2009. Ч. 1. С. 162–170.

- Дайте характеристику каждому этапу познавательной деятельности через формулировки задач и методов их решения, предложите правила выбора источников информации и обоснуйте их правомерность.

- Опишите условия, соблюдение которых необходимо для выработки авторской концепции материала. Опишите процесс дотекстовой подготовки материала.

- Охарактеризуйте процесс применения знаний о жанровой модели реплики при создании текста.

- Обоснуйте выбор варианта авторской стратегии в материале.

- Охарактеризуйте ресурсы «диалога в монологе», стилистические и другие средства выразительности (авторские ассоциации, образные обобщения), которые могут быть эффективно использованы для выражения авторской идеи.

2. Профессиональный анализ реплик.

Найдите в современных СМИ два примера реплик. Рекомендуется искать примеры по персоналиям (фамилиям известных колумнистов).

Докажите принадлежность выбранных материалов к жанру реплики, сопоставляя характеристики текстов с жанровой моделью. Анализ материалов можно проводить по алгоритму жанроописания: — детерминирующие признаки: предмет — цель — методы познания; — жанровые признаки: методы предъявления информации о факте — авторская стратегия — структура — речевые и стилистические характеристики.

3. Создание и самоанализ реплики.

Выберите актуальный оперативный повод, интересный молодежной аудитории. Следуя характеристикам жанровой модели реплики, напишите материал для молодежного медиахолдинга ТГУ «Есть talk!».

Проведите профессиональный анализ созданного текста с точки зрения эффективности решения познавательной и коммуникативной задачи. Ориентируйтесь на жанровую модель реплики как эффективное единство содержания и формы, как эффективный способ решения познавательной и коммуникативной задачи.

Тема 1.6. Технология работы в жанре колонки

Форма проведения занятия — практическое занятие с использованием индивидуальной и коллективной работы студентов.

Вопросы для обсуждения

1. Колонка — жанр или рубрика: суть научной дискуссии.
2. Колонка как жанр СМИ: условия и факторы возникновения в СМИ, общая характеристика, тенденции развития. Критерии качества колонки как жанра, провозглашающего авторскую позицию.
3. Колонка и жанры аналитики (статья, обозрение): сравнительно-сопоставительная характеристика.
4. Разновидности жанра колонки: основания дифференциации, характеристика.

Практические задания

- Описать процесс выбора темы колонки и технологию ее разработки.
- Проанализировать колонки современных колумнистов. Дать оценку их познавательно-коммуникативным характеристикам. Выявить тенденции разработки тем в жанре колонки.
- Написать авторский материал в жанре колонки (любой разновидности) для молодежного СМИ.

Методические указания по проведению занятия

Практическое занятие включает три блока, каждый из которых направлен на проверку определенных компетенций студентов:

- 1) знание теории жанра колонки и ее разновидностей;
- 2) умение анализировать колонки других авторов и оценивать их с точки зрения познавательно-коммуникативного решения;
- 3) умение выбирать тему колонки, разрабатывать ее и создавать материалы в жанре колонки.

Успешность занятия зависит от качества выполнения заданий для самостоятельной работы.

Методические материалы к занятию

Для подготовки к обсуждению вопросов необходимо ознакомиться с теоретическим материалом по теме, а также с рекомендуемой литературой:

1. Барашкина, Е. А. Колонка в системе журналистских текстов / Е. А. Барашкина, Е. В. Выровцева // Колонка как вид медиатекста : учеб. пособие / Е. А. Барашкина, Е. В. Выровцева. – Самара, 2019. – С. 6–35. – URL: repo.ssau.ru/handle/Uchebnye-izdaniya/Kolonka-kak-vid-mediateksta-Elektronnyi-resurs-ucheb-posobie-77484 (дата обращения: 16.12.2021).
2. Гордеев, Ю. А. Колумнистика в печатных и интернет-изданиях: жанровый аспект // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Филология. Журналистика. – 2015. – № 3. – С. 136–139. – URL: www.vestnik.vsu.ru/pdf/phylog/2015/03/2015-03-33.pdf (дата обращения: 10.12.2021).
3. Кройчик, Л. Е. Система журналистских жанров // Основы творческой деятельности журналиста : учебник / под ред. С. Г. Корконосенко. – Санкт-Петербург : Знание, 2000. – Глава 5. – С. 125–167. – URL: evartist.narod.ru/text5/64.htm (дата обращения: 10.12.2021).
4. Потсар, А. Н. Трансформация жанровой структуры колонки под влиянием политического дискурса // Медиаскоп : электрон. науч. журнал. – 2012. – № 1. – URL: www.mediascope.ru/node/1023 (дата обращения: 16.12.2021).
5. Успенская, С. С. Колумнистика: проблемы жанровой идентификации // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Филология. Журналистика. – 2007. – № 1. – С. 240–244. – URL: www.vestnik.vsu.ru/pdf/phylog/2007/01/2007-01-41.pdf (дата обращения: 16.12.2021).
6. Ярцева, С. С. Жанровые признаки колонки // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Филология. Журналистика. – 2011. – № 1. – С. 226–228. – URL: www.vestnik.vsu.ru/pdf/phylog/2011/01/2011-01-53.pdf (дата обращения: 16.12.2021).

Практические задания выполняются студентами самостоятельно дома. На занятии совместно с преподавателем и учебной группой обсуждаются и оцениваются результаты.

Методические указания по выполнению самостоятельной работы

1. Выбор темы колонки и технология ее подготовки.

Разработайте и опишите технологию подготовки авторского материала в жанре колонки (любой разновидности). Для этого:

- Опишите процесс мониторинга действительности для выбора актуальных и способных вызвать общественный резонанс социальных фактов. Предложите возможные формулировки тем колонок.
- Дайте характеристику каждому этапу познавательной деятельности через формулировки задач и методов их решения, предложите правила выбора источников информации и обоснуйте их правомерность.
- Опишите условия, соблюдение которых необходимо для выработки авторской концепции материала. Опишите процесс дотекстовой подготовки материала.
- Охарактеризуйте процесс применения знаний о жанровой модели колонки при создании текста.
- Обоснуйте выбор варианта авторской стратегии в материале.
- Охарактеризуйте ресурсы «диалога в монологе», стилистические и другие средства выразительности (авторские ассоциации, образные обобщения), которые могут быть эффективно использованы для выражения авторской идеи.

2. Профессиональный анализ колонок.

Найдите в современных СМИ два примера колонок. Рекомендуется искать примеры по персоналиям (фамилиям известных кolumnистов).

Проанализируйте тексты с точки зрения жанрообразующих и жанровых признаков. Определите разновидность колонки. Выявите существенные характеристики проанализированного материала, оцените влияние на колонку концепции СМИ, по каналу которого она транслировалась.

Анализ материалов можно проводить по алгоритму жанроописания:

- детерминирующие признаки: предмет – цель – методы познания;
- жанровые признаки: методы предъявления информации о факте – авторская стратегия – структура – речевые и стилистические характеристики.

В качестве аргументов оценочных суждений используйте результаты содержательно-структурного анализа, алгоритм которого представлен в виде перечня вопросов:

- Содержит ли материал концептуально обоснованную, аргументированную позицию автора?
- Отличается ли она от официальной (от распространенной в обществе) точки зрения? Предлагает ли автор новый взгляд на происходящее?
- Ориентирует ли автор читателя в злободневных событиях, явлениях, ситуациях?
- Какие средства диалога он использует для вовлечения читателя в тему материала? Как соотносен текст с предварительной информированностью аудитории, с ее информационными потребностями?
- Вызывает ли материал ответную эмоциональную реакцию читателя? Какие приемы для этого использованы?
- Какие ресурсы композиции и стиля использованы автором для создания эстетического эффекта?
- Удовлетворению каких потребностей (социальных, биологических, идеальных (чистое познание), эстетических) служит колонка? Актуальны ли (или латентны (второстепенны)) они сегодня?

3. Создание и самоанализ колонки.

Выберите актуальный оперативный повод, интересный молодежной аудитории. Следуя характеристикам жанровой модели колонки конкретной разновидности, напишите материал для молодежного медиахолдинга ТГУ «Есть talk!».

Проведите профессиональный анализ созданного текста с точки зрения эффективности решения познавательной и коммуникативной задачи. Ориентируйтесь на жанровую модель колонки как эффективное единство содержания и формы, как эффективный способ решения познавательной и коммуникативной задачи.

Тема 1.7. Авторские стратегии и форматы представления персональной точки зрения в колонке

Форма проведения занятия – семинар.

Вопросы для обсуждения

1. Понятие авторской и коммуникативной стратегии.
2. Формат как характеристика медиаконтента.
3. Современные форматы представления авторской точки зрения.

Методические указания по контактной работе

Во время семинара заслушиваются доклады студентов по предложенным вопросам, все участники семинара имеют возможность дополнять выступления. Всем студентам необходимо фиксировать определения основных понятий, а также характеристики типов стратегий и форматов контента.

Методические материалы к занятию

Для освоения темы необходимо ознакомиться с теоретическим материалом **об авторских стратегиях и форматах представления точки зрения.**

Специфика стратегии автора в колонке

К типифицирующим характеристикам колонки относится категория автора. Ее сущность раскрывается через понятия «производитель речи», «субъект повествования», «модальность». Авторы пособия «Колонка как вид медиатекста» Е.А. Барашкина и Е.В. Выровцева обращают внимание на то, что «создание текста – акт всегда индивидуальный, глубоко личный и сокровенный. Автор остается один на один с материалом, обдумывает его, подвергает анализу, классифицирует и соответствующим образом излагает»¹⁶. Н.С. Валгина отмечает, что именно через форму текста «создается субъект повествования (непосредственное «я», коллективный автор, отстраненный и т. д.). И непосредственный автор (субъект, от имени которого предлагается текст) каждый раз предстает то как автор-повествова-

¹⁶ Барашкина Е. А., Выровцева Е. В. Колонка как вид медиатекста : учеб. пособие. Самара, 2019. С. 12.

тель, то как автор-описатель, то как автор-«объявитель» и др. «Форма авторства» всегда есть категория искомая <...> Она предопределена жанром и типом текста»¹⁷.

В колонке реализуется тип авторской стратегии, которую Е.С. Щелкунова вслед за Г.Я. Солгаником называет «персонифицированный автор». Колумнист — это всегда подлинная, живая, конкретная личность, обладающая определенным мировоззрением, готовая взять ответственность за каждое слово; это личность, известная аудитории жизненным опытом, мыслями, чувствами; в то же время это частный человек со всеми присущими ему достоинствами и недостатками. С одной стороны, это определяет такие качества текста, как документальность, подлинность рисуемой картины (автор — свидетель происходящего), с другой — порождает эмоциональность, пристрастность, нередко тенденциозность высказывания (автор — человек, легко верящий и проникающийся каким-либо идеями), что усиливает эмоциональное воздействие текста на аудиторию одновременно, при этом усиливая оценочный компонент текста.

Отражение действительности в колонке осуществляется персонифицированным автором в индивидуально-неповторимом ключе, авторская модальность закрепляется за конкретным человеком.

Е.А. Барашкина и Е.В. Выровцева в понятии «авторская модальность» (объективное или субъективное отношение к действительности) видят в том числе и «практические усилия автора, предпринятые для более полного самовыражения, его поиск оптимальных вариантов текстообразования среди всех возможных. Модальность — это поле, в пределах которого автор делает то, что не противоречит установленным правилам, что можно делать, чтобы реализовать авторское волевое начало в его субъективном проявлении. И вот в границах действия фактора текстовой модальности автор во всех мыслимых аспектах экспериментирует, подбирает средства выражения идеи»¹⁸.

В этом процессе происходит выработка творческого метода колумниста — основного принципа отбора, изображения и оценки

¹⁷ Валгина Н. С. Теория текста : учеб. пособие. М., 2003. URL: www.hi-edu.ru/e-books/xbook029/01/part-012.htm#i792 (дата обращения: 16.12.2021).

¹⁸ Барашкина Е. А., Выровцева Е. В. Указ. соч.

фактов, явлений действительности, наиболее связанные с мировоззрением автора, с концепцией жизни, с его общественной позицией, которая раскрывается в закономерных связях и взаимодействиях образов.

Творческий метод находит выражение и в идее как содержательной категории, и в стиле как системе выразительных средств в их закономерных взаимосвязях. Стиль — это материализованная идея.

Творческий метод автора колонки проявляется и в выборе коммуникативной стратегии. В определении термина «коммуникативная стратегия» мы склонны согласиться с Ю.А. Мартыновой, акцентирующей внимание на следующих характеристиках коммуникативной стратегии: это «концептуально положенное в технологии мировоззренческое намерение и его действенное осуществление <...>, то есть выбор того или иного типа взаимодействия [с аудиторией]»¹⁹. Исследователи коммуникации выделяют, как правило, три типа коммуникативных стратегий — презентационный, манипуляционный и конвенциональный. Первый тип представляет собой «пассивную коммуникацию», его задача заключается в сообщении знания. Данный тип стратегии не приемлем для колонки. Манипуляционный тип является активным и подразумевает воздействие на адресата, несколько завуалированное управление его поведением и владение сложившейся ситуацией. Используемый в колумнистике тип стратегии, но не выдерживающий критики с точки зрения этики. Конвенциональный тип подразумевает осуществление интерактивной коммуникации и ориентируется на организацию диалога. Данный тип направлен на достижение договора и согласованной коммуникации между участниками установившегося общения.

Форматы представления точки зрения

В условиях жесткой конкуренции колумнистов за внимание аудитории еще одной важной характеристикой авторского дискурса становится формат.

¹⁹ Мартынова Ю. А. Анализ коммуникативных стратегий в общественно-публицистическом дискурсе // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: Социология. Политология. 2009. Т. 9, № 2. С. 97. URL: cyberleninka.ru/article/n/analiz-kommunikativnyh-strategiy-v-obschestvenno-publitsisticheskodiskurse (дата обращения: 16.12.2021).

Формат (лат.) – это вид, внешнее оформление. В полиграфию термин вошел в XVIII веке как обозначение размера печатного издания, размер листа (позже – номенклатурные полиграфические наименования: А4, А3, А2). В 1990-х гг. термин «формат» был связан со всеобщей компьютеризацией: параметры, свойства и возможности, электронный стандарт (формат DVD, MP3), с которым могут работать соответствующие компьютерные программы.

В XXI веке термин «формат» стал использоваться для обозначения способа «упаковки» информации, ориентированной на запросы конечного потребителя. Он получил широкое распространение в научных дискуссиях о массмедиа и активное использование в практике массмедиа, в том числе в качестве синонима понятия «идеология СМИ». Существует множество определений понятия «формат». Наиболее емкими, на наш взгляд, являются следующие: «Формат СМИ – это совокупность параметров элементов, составляющих контент и определяющих особенности его подачи»²⁰; «Формат СМИ – это стандарты организации информационного потока, которые оптимизируют процесс серийного выпуска контента на определенной платформе для конечного потребителя; стандарт, который задают себе СМИ, в соответствии с которым поступающий информационный поток трансформируется в содержание, конечный облик которого зависит от выбранной платформы и целевой аудитории»²¹. Во всех определениях очевидно общее: формат используется для усиления коммуникативной направленности материала.

В сетевом медиапространстве формат стал необходим для упорядочения творческих задач и в то же время для установления устойчивой связи с аудиторией. Колонка как жанр, то есть модель, обеспечивающая синтез содержания и формы, может быть «дополнена» форматными характеристиками, так как именно формат в наибольшей степени отвечает специфике запросов аудитории на способы получения информации, на ее потребительские привычки.

²⁰ Лащук О. Р. Термин «формат» в массовой коммуникации // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. 2010. № 6. С. 38.

²¹ Степанян С. К. Формат печатного СМИ в современной российской медиаиндустрии : автореф. дис. ... канд. филол. наук. М., 2013. С. 12.

Наиболее популярными форматами в сетевых СМИ являются:

- мультимедийный формат;
- инфотейнмент;
- сторителлинг.

Мультимедийный формат обеспечивает выразительность колонки равноправным сочетанием нескольких знаковых систем: текст, фотография, видео, аудио и т. п. При этом каждый элемент обладает одинаковой ценностью для раскрытия идеи. Визуализация доступных для этого смыслов ориентирована прежде всего на поколение, сформировавшееся как аудитория в условиях визуального переворота.

Инфотейнмент – это такой способ организации материала, при котором сочетаются полезность и интересность, развлекательность и познавательность информации. Это форма диалога автора и аудитории, в котором автор учитывает не только потребности, но и интересы читателя. Эффект двойственности достигается за счет внедрения развлекательной информации (анекдоты, байки, фельетонные примеры) в социально значимый контент. Чередование смысловых блоков обеспечивает смену смыслов, что добавляет колонке динамичности. Инфотейнментом в какой-то степени можно считать и мультимедийный формат.

Формат сторителлинга предполагает развертывание колонки в сюжетно-историческом виде. Термин «сторителлинг» в переводе с английского означает «рассказывание историй». Изобретателем сторителлинга считается Дэвид Армстронг, глава Armstrong International – британской компании по подбору менеджеров высшего звена. С середины 1990-х гг. сторителлинг развивался прежде всего как метод или техника эффективного управления персоналом организации.

В XXI веке сторителлинг прочно вошел в практику массмедиа.

История в колонке – это описание действительных событий в виде сюжета, выстроенного по законам драматургии. Наряду с сюжетом элементами сторителлинга являются:

- конфликт – противоречие, которое развивается и разрешается с помощью сюжетной линии;
- хронотоп (единство места-времени действия, которые должны быть реальны и адекватны друг другу; хронотоп может сложно объединять прошлое – настоящее – будущее);

- герой (герои), на действиях которого основан сюжет;
- автор-рассказчик в разных формах: отстранённого автора или нарратора;
- второстепенные герои, которые так или иначе влияют на героя;
- маркеры повествования с элементами описания (особый стиль повествования, передающий динамику развития сюжета и предлагающий увидеть происходящее собственными глазами, помогающий захватить воображение, высвободить эмоции).

Рекомендуемая литература

1. Методический семинар «Динамика развития форматов и жанров в современных СМИ» : [20 мая 2009 год] : [основные доклады] / Г. Я. Солганик, Т. И. Сурикова, А. В. Николаева, О. Р. Лащук ; подгот. публ. Г. Г. Щепиловой и Н. И. Клушиной // Медиаскоп : электрон. науч. журнал. – URL: www.mediascope.ru/ методический-семинар-«динамика-развития-форматов-и-жанров-в-современных-сми» (дата обращения: 16.12.2021).
2. Мартынова, Ю. А. Анализ коммуникативных стратегий в общественно-публицистическом дискурсе // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: Социология. Политология. – 2009. – Т. 9, № 2. – С. 96–101. – URL: cyberleninka.ru/article/n/analiz-kommunikativnyh-strategy-v-obschestvenno-publitsisticheskom-diskurse (дата обращения: 16.12.2021).
3. Кузьмина, Н. А. Медиатекст в функционально-прагматическом аспекте. Специфика автора и адресата // Современный медиа-текст : учеб. пособие / отв. ред. Н. А. Кузьмина. – 2-е изд., испр. – Москва, 2013. – С. 21–28.
4. Сретенская, Л. В. Автор и субъект оценки в газетно-публицистическом тексте // Концепт : науч.-метод. электрон. журнал. – 2015. – Т. 13. – С. 711–715. – URL: e-koncept.ru/2015/85143.htm (дата обращения: 16.12.2021).
5. Яковлев, Л. С. Инфотейнмент как стратегия структуризации социокультурного пространства / Л. С. Яковлев, Е. В. Потехина // Вестник Поволжского института управления. – 2016. – № 3. – С. 89–96. – URL: cyberleninka.ru/article/n/infoteynment-kak-strategiya-strukturatsii-sotsiokulturnogo-prostranstva (дата обращения: 16.12.2021).

Тема 1.8. Выбор и реализация авторской стратегии в колонке

Форма проведения занятия — практическое занятие с использованием индивидуальной и коллективной работы студентов.

Вопросы для обсуждения

1. Автор как категория колонки: общая характеристика.
2. Авторские стратегии в колонке.
3. Выразительные средства, используемые для реализации авторской стратегии в колонке.
4. Способы реализации диалогической стратегии в колонке.

Практическое задание

Проанализировать 2–3 колонки одного из современных колумнистов. Выявить специфику реализации авторской стратегии. Дать оценку ее эффективности. Используя результаты анализа, охарактеризовать творческий метод колумниста.

Методические указания по контактной работе

Практическое занятие включает два блока, каждый из которых направлен на проверку определенных компетенций студентов:

- знания о специфике авторской стратегии в колонке;
- умение анализировать колонки других авторов с точки зрения выбранной и реализованной стратегии, идеи и диалогических ресурсов выступления.

Успешность занятия зависит от качества выполнения практического задания для самостоятельной работы.

Методические материалы к занятию

Для подготовки к обсуждению специфики авторской стратегии в колонке необходимо ознакомиться с теоретическим материалом по теме, а также с рекомендуемой литературой:

1. Валгина, Н. С. Авторская модальность. Образ автора // Теория текста : учеб. пособие / Н. С. Волгина. — Москва, 2003. — URL: www.hi-edu.ru/e-books/xbook029/01/part-012.htm#i792 (дата обращения: 16.12.2021).
2. Мартынова, Ю. А. Анализ коммуникативных стратегий в общественно-публицистическом дискурсе // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: Социология. Политология. — 2009. — Т. 9, № 2. — С. 96–101. — URL: cyberleninka.ru/article/n/analiz-kommunikativnyh-strategiy-v-obschestvenno-publitsisticheskom-diskurse (дата обращения: 16.12.2021).

Практическое задание выполняется студентами самостоятельно дома. На занятии совместно с преподавателем и учебной группой обсуждаются и оцениваются результаты.

Методические указания по выполнению самостоятельной работы

Анализ авторской стратегии в колонках можно проводить по алгоритму:

- Тип авторства (персонифицированный, деперсонифицированный, коллективный, «маска» и т. д.).
- Модальность (демонстрация объективного отношения, субъективного отношения; имплицитные модусные показатели, самостоятельные метавысказывания).
- Коммуникативная стратегия (презентационный, манипуляционный и конвенциональный).
- Выразительные средства, используемые для реализации авторской стратегии: интертекст, образность, изобразительно-выразительные средства, форматные «добавки».
- Способы реализации диалогической стратегии в тексте.

Тема 1.9. Форматно-стилистические характеристики колонки

Форма проведения занятия — практическое занятие с использованием индивидуальной и коллективной работы студентов.

Вопросы для обсуждения

1. Стиль как воплощение личностного отношения автора к предмету изображения, как свойство плана выражения и средство реализации конструктивной идеи медиатекста. Индивидуальный стиль колумниста как отражение творческого метода.
2. Понятие стилевой нормы как соответствие способа выражения предмету речи, ситуации общения, стилевой концепции масс-медиа.
3. Эффективная выразительность как риторический аспект стиля. Общетекстовые выразительные приемы и эффекты (эффект обманутого ожидания, эффект напряжения, эффект конвергенции). Эмоциогенные ситуации.
4. Композиционные приемы выразительности (проспекция, ретроспекция, ретардация, дробление, повтор, подтекст, контраст, экспрессивный зачин (концовка) и т. д.).
5. Средства создания повышенной стилистической и эмоциональной окраски колонки: оценочные средства, средства создания комического (иронического) эффекта, образные средства (фигуры и тропы), стилистически окрашенные средства и т. д.
6. Форматные характеристики колонки как способ повышения привлекательности материала для аудитории.

Практическое задание

В выбранных для выполнения предыдущего задания колонках определить выразительные ресурсы стиля и форматные «добавки», охарактеризовать их роль в реализации авторской идеи.

Методические указания по контактной работе

Практическое занятие включает два блока, каждый из которых направлен на проверку определенных компетенций студентов:

- знание о форматно-стилевых ресурсах колонки;
- умение выявлять и оценивать форматно-стилевые ресурсы колонки других авторов.

Успешность занятия зависит от качества выполнения практического задания.

Методические материалы к занятию

Для подготовки к обсуждению теоретических вопросов необходимо ознакомиться с рекомендуемой литературой:

1. Валгина, Н. С. Стиль как средство реализации конструктивной идеи произведения // Теория текста : учеб. пособие / Н. С. Валгина. – Москва, 2003. – URL: www.hi-edu.ru/e-books/xbook029/01/part-027.htm#i1468 (дата обращения: 16.12.2021).
2. Лисицкая, Л. Г. Индивидуальный речевой стиль и стилистическая норма в медиатексте // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 2: Филология и искусствоведение. – 2009. – № 2. – С. 67–72. – URL: cyberleninka.ru/article/n/individualnyy-rechevoy-stil-i-stilisticheskaya-norma-v-mediatekste (дата обращения: 16.12.2021).
3. Чернышова, Т. В. Типологические признаки медиатекстов с псевдосоциальной оценочностью // Филология и человек. – 2013. – № 3. – С. 161–174. – URL: cyberleninka.ru/article/n/tipologicheskie-priznaki-mediatektov-s-psevdosotsialnoy-otsenochnostyu (дата обращения: 16.12.2021).

Практическое задание выполняется студентами самостоятельно дома. На занятии совместно с преподавателем и учебной группой обсуждаются и оцениваются результаты.

Методические указания по выполнению самостоятельной работы

Индивидуальный стиль автора СМИ выявляется на текстовом уровне через те устойчивые идейно-содержательные, композиционные и лексико-стилистические особенности произведений, кото-

рые позволяют читателю идентифицировать различные материалы этого автора, дают основание для «узнавания» его как творческой личности.

Форматно-стилевые характеристики колонки можно анализировать, придерживаясь алгоритма:

- Эмоциогенные ситуации.
- Общетекстовые выразительные приемы и эффекты.
- Композиционные приемы выразительности (проспекция, ретроспекция, ретардация, дробление, повтор, подтекст, контраст, экспрессивный зачин (концовка) и т. д.).
- Средства создания повышенной стилистической и эмоциональной окраски колонки: оценочные средства, средства создания комического (иронического) эффекта, образные средства (фигуры и тропы), стилистически окрашенные средства и т. д.
- Форматные характеристики колонки.

Методические материалы для выполнения задания

Условием успешного анализа является понимание того, какие приемы, эффекты, речевые ситуации могут использоваться в колонках для решения коммуникативной задачи.

Эмоциогенные ситуации — текстовые приемы, моделирующие ситуации эмоционального напряжения: новизны, необычности, внезапности, конфликта мотиваций, пробуждение эмоциональной памяти, заряжения эмоцией (смех, страх); стрессовые ситуации.

Экспрессивные эффекты:

- эффект обманутого ожидания состоит в том, что различными средствами у адресата формируется привыкание к определенному разворачиванию изложения, а потом привыкание разрушается, ожидание не оправдывается;
- эффект напряжения создается, когда при чтении возникают вопросы к тексту, а ответы на них особыми приемами задерживаются;
- эффект конвергенции заключается в том, что подбираются одинаковые по эмоциональной окраске средства, и это создает ситуацию заражения эмоцией.

Композиционные приемы выразительности:

- проспекция – «забегание вперед», сообщение того, о чем нужно было бы сказать позднее, если бы была соблюдена естественная последовательность частей события;
- ретроспекция – это отступление в прошлое, сообщение того, о чем нужно было бы сказать раньше, если бы соблюдалась естественная последовательность частей события;
- повтор различных элементов (фраз, слов, частей);
- ретардация – это композиционный прием замедления повествования, используемый для оттягивания развязки и, следовательно, для создания эффекта напряжения;
- подтекст – способ выражения смысла без его словесной формулировки (с помощью интертекста, создания иронического эффекта);
- контраст – прием противопоставления друг другу по какому-то признаку тезисов логической схемы, деталей портрета, эпизодов: эпизода – пейзажу, портрета – характеру;
- экспрессивная (вместо логической) концовка.

Тема 1.10. Колонка как локальный авторский медиапроект: этапы и методика разработки, последовательность реализации, способы корректировки

Форма проведения занятия – семинар.

Вопросы для обсуждения

1. Колонка как локальный авторский медиапроект.
2. Этапы и промежуточные результаты разработки проекта.
3. Реализация проекта.
4. Продвижение проекта в социальных сетях.

Методические указания по контактной работе

Доклады по предложенным вопросам могут быть подготовлены группой студентов. Обязательное требование – примеры медиапроектов из СМИ (например, ТАСС). Во время семинара студентам необходимо фиксировать определения основных понятий, а также

характеристики этапов разработки проекта. Удобно использовать для этого «векторную линию», на которой отмечать последовательность действий и промежуточные результаты каждого этапа.

Методические материалы к занятию

Для освоения темы и подготовки к семинару необходимо ознакомиться с теоретическим материалом **о процессе разработки и реализации концепции авторского медиапроекта**. Авторская колонка не как жанр, а как тип медиапродукта проектируется и создается как медиапроект. Медиапроект – это самостоятельно сгенерированная идея, разработанная и реализованная концепция медиапродукта, обладающего субъективной или объективной новизной, выполненного с использованием современных медиатехнологий.

Авторская колонка как тип медиапродукта обладает постоянными типологическими, содержательными и формальными признаками. Процесс разработки и реализации концепции рубрики аналогичен процессу создания СМИ.

В связи с тем, что колонка как продукт профессиональной деятельности может быть представлена только на платформе СМИ (в случае существования на отдельной платформе она автоматически становится блогом), важным условием успешности является ее адекватность информационной политике базового канала.

Создание колонки как медиапроекта состоит из нескольких этапов:

- 1) анализ рынка (изучение спроса, предложений, потенциальных конкурентов и партнеров);
- 2) разработка концепции колонки (миссия, программа: тематика и способы ее разработки, формальные, форматные характеристики; оформительская модель);
- 3) запуск медиапроекта и его продвижение в социальных сетях.

Анализ рынка включает следующие действия:

- анкетирование потенциальных заказчиков, партнеров (в том числе представителей базового канала);
- опрос потенциальной читательской аудитории;
- анализ конкурентов;
- анализ текущей ситуации на информационном рынке.

Условием начала работы над медиапроектом является наличие *идеи колонки*, которая потенциально может быть полезна и интересна участникам массовой коммуникации. Анализ рынка обеспечивает автора исходными данными для разработки концепции колонки; они необходимы для наполнения содержанием (для осмысления) детерминирующих признаков. Анализ рынка включает проведение социологических опросов потенциальной аудитории, анкетирование потенциальных рекламодателей, партнеров проекта, выявление прямых и косвенных конкурентов. Результаты опросов и анкетирование призваны помочь в определении целей и задач ресурса.

Проводить опрос потенциальных потребителей необходимо в той сфере (на той площадке), в которой будет реализован проект. В случае с колонкой, ориентированной на сетевую платформу, опрос следует организовать в Интернете. Создавать опросную форму удобно с помощью бесплатных шаблонов (например, Google docs). Это набор удобных средств редактирования и оформления документов, позволяющих использовать разные шрифты, добавлять ссылки, фотографии, фоновые рисунки и таблицы. Такой опрос не требует обязательной регистрации, что может способствовать повышению уровня достоверности ответов респондентов. Ещё один плюс опросной формы в том, что его можно интегрировать в социальные сети в виде короткой ссылки. Это позволяет распространять опрос среди потенциальной аудитории в сообществах социальных сетей.

В результате опроса аудитории желательно получить следующие данные: демографические и социальные характеристики потенциальных читателей, информационные потребности (тематика, аспекты), степень удовлетворенности информационных потребностей.

Параллельно с опросом аудитории необходимо проводить и анкетирование потенциальных партнеров, рекламодателей и ньюсмейкеров проекта. Результаты могут помочь выявить их потребности, интересы, запросы, определить возможности и формы сотрудничества.

Анализ конкурентов на информационном рынке поможет выбрать незанятую или недостаточно разработанную информационную нишу, тем самым несколько снизив конкурентную борьбу

за аудиторию на этапе запуска колонки и повысив ее привлекательность для редакции базового канала.

Результат изучения информационного рынка — наполнение содержанием таких детерминирующих факторов, как «заказчик» (партнер); аудитория, цель и задачи распространения информации; определение уникальности авторской идеи и одновременно соотношение ее с конкретными запросами аудитории. По сути, качественный анализ рынка помогает скорректировать сгенерированную автором идею и «встроить» ее в реальный информационный дискурс.

Результаты анализа рынка позволяют разработать *концепцию колонки* — коренной замысел, учитывающий потребности целевой аудитории, потенциальных партнеров и конкурентов, позволяющий спроектировать и реализовать конкретный продукт.

Концепция колонки, если проводить аналогию с процессом создания СМИ, включает ее миссию (предназначение) и программу (тематику и способы ее разработки (в том числе посредством реализации определенной авторской стратегии), формальные, форматные, оформительские и технические характеристики колонки).

Под понятием «*миссия*» обычно понимают предназначение колонки как рубрики, медиапроекта. Она наполняет колонку конкретным смыслом, объединяет целевые установки автора проекта (его партнеров) и аудитории. Например: «Колонка предлагает определённую информацию, с помощью которой субъектом может быть достигнут конкретный результат».

Программа колонки включает характеристику ее содержательных (идейно-тематических), формально-стилистических, форматных, оформительских и технических характеристик.

Содержательная модель колонки должна разворачивать следующие элементы: тематическое направление колонки (например, образование); конкретные темы и аспекты (дистанционное образование, техники, методы, плюсы, минусы и т. д.); проблемные (дискуссионные) вопросы (какие последствия будут иметь новые технологии для специалистов); идеи (хотя бы на уровне гипотез), которые должны обеспечить новый взгляд на происходящее; территориальные и временные привязки тематики.

Формально-стилистическая модель должна включать характеристики авторской стратегии, включая модальность материалов; жанровой палитры (реплика, конкретные разновидности колонки) и приметы авторского стиля, включая композиционные и лексико-стилистические особенности.

Колонка в сетевом издании может быть мультимедийной, следовательно, необходимо описать принципы сочетания текстовых и визуальных материалов; интерактивной – с различными технологиями включения аудитории в создание контента (анкеты, опросы, игры, тесты). В ней может быть запланировано использование формата инфотеймента (например, регулярное включение каких-либо развлекательных материалов).

Оформительская модель предусматривает описание дизайнерского решения для колонки, технической работы над его содержанием. Планируя дизайн, необходимо определиться с цветовой гаммой, шрифтами, расположением фотографий, графическими выделениями и т. п. Возможно, потребуется подготовка технического задания для web-программиста, если планируется размещение колонки на отдельном сайте базового канала. В задании необходимо предусмотреть требования к пользовательскому интерфейсу, навигации, дизайну страницы (например, деление ее на колонки).

Запуск проекта. После завершения работы над концепцией необходимо оперативно запустить колонку, при том обеспечив точную и последовательную реализацию программы. После публикации «пилотных колонок» следует организовать обратную связь с аудиторией: получить оценки и отклики. Это можно сделать с помощью опросов на Google-платформе. Реакция аудитории может потребовать корректировки проекта как в содержании, так и в формально-форматных, технических и даже стилистических характеристиках.

Продвижение проекта. Положительная реакция аудитории – повод обдумать программу продвижения колонки среди целевой аудитории. Наиболее простой и малозатратный способ – это оптимизация колонки под социальные сети, возможность лайков и репостов.

Рекомендуемая литература

1. Акопов, А. И. Теория журналистики // Некоторые вопросы журналистики : история, теория, практика : (публикации разных лет) / А. И. Акопов. — [Ростов-на-Дону, 2002]. — С. 96–209. — URL: window.edu.ru/resource/185/51185/files/akopov_questions.pdf (дата обращения: 16.12.2021).
2. Дзялошинский, И. М. Медиапространство России: состояние и тенденции развития // Связь и массовые коммуникации в Российской Федерации : федеральный справочник. — Москва, 2013. — Т. 12. — С. 97–104. — URL: federalbook.ru/files/SVAYZ/saderzhanie/Tom%2012/III/Dzyaloshinskiy.pdf (дата обращения: 16.12.2021).
3. Ерофеева, И. В. Аксиосфера современных СМИ: специфика и компоненты конструирования // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 8: Литературоведение. Журналистика. — 2009. — № 8. — С. 132–140. — URL: cyberleninka.ru/article/n/aksiosfera-sovremennyh-smi-spetsifika-i-komponenty-konstruirovaniya (дата обращения: 16.12.2021).
4. Ефанов, А. А. «Хайпы» в современном поле медиа // Знак: проблемное поле медиаобразования. — 2018. — № 1. — С. 63–69. — URL: cyberleninka.ru/article/n/haypy-v-sovremennom-pole-media (дата обращения: 16.12.2021).
5. Зубанова, Л. Б. Сетевые проекты: потенциал воздействия на аудиторию (на примере проекта «вДудь») / Л. Б. Зубанова, Н. Л. Зыховская // Знак: проблемное поле медиаобразования. — 2018. — № 4. — С. 119–127. — URL: cyberleninka.ru/article/n/setevye-proekty-potentsial-vozdeystviya-na-auditoriyu-na-primere-proekta-vdud (дата обращения: 16.12.2021).
6. Лазуткина, Е. В. Лидеры мнений в информационном пространстве блогосферы Рунета // Вестник Новосибирского государственного университета. Серия: История, филология. — 2016. — Т. 15, № 6. — С. 51–59. — URL: cyberleninka.ru/article/n/lidery-mneniy-v-informatsionnom-prostranstve-blogosfery-runeta (дата обращения: 16.12.2021).

Тема 1.11. Концепция авторского медиапроекта как система характеристик

Форма проведения — практическое занятие с использованием индивидуальной и коллективной работы студентов.

Вопросы для обсуждения

1. Предварительный этап работы над проектом колонки: выдвижение идеи-гипотезы и проверка ее «жизнеспособности».
2. Ситуационный анализ рынка: социологические опросы для выявления и обоснования информационных потребностей аудитории, анкетирование «заказчиков» (партнеров), изучение конкурентов.
3. Формулирование миссии колонки. Слоган: теоретическое обоснование и формулировка.
4. Концепция колонки: цель, задачи, идейно-тематическая направленность, жанровая специфика, роль (позиция) автора, стилистические характеристики.
5. Форматные характеристики колонки: интерактивность, гипертекстовость, мультимедийность. Инфотейминг и сторителлинг.
6. Вторичные формальные признаки: периодичность, объем.

Практическое задание

Следуя логике процесса, предложите идею и разработайте концепцию авторской рубрики для сайта молодежного медиахолдинга «Есть talk!».

Методические указания по контактной работе

Практическое занятие включает два блока, каждый из которых направлен на проверку определенных компетенций студентов:

- знание о процессе разработки концепции авторской колонки;
- умение предлагать идею авторской колонки, разрабатывать концепцию, представляя ее как систему характеристик, обоснованных результатами анализа информационного рынка.

Успешность занятия зависит от качества выполнения заданий для самостоятельной работы.

На занятии студенты по очереди представляют концепции своих рубрик. Обязательное требование – раскрытие взаимосвязи и взаимовлияния характеристик. На выступление дается 6–8 минут. Для визуализации информации рекомендуется подготовить презентацию на 8–10 слайдов. Презентации выкладываются в общий чат по дисциплине.

Методические материалы к занятию

Методической основой выполнения задания является теоретический материал по теме «Колонка как локальный авторский медиапроект: этапы и методика разработки, последовательность реализации, способы корректировки».

Практическое задание выполняется студентами самостоятельно дома. На занятии совместно с преподавателем и учебной группой обсуждаются и оцениваются результаты.

Методические указания по выполнению самостоятельной работы

Концепцию авторской колонки можно представить через совокупность пунктов:

- Название колонки. Слоган.
- Тематика (предмет, поводы, проблемы).
- Обоснование актуальности (исходя из «заказа» партнеров, потребностей аудитории, анализа конкурентов).
- Миссия: *предназначена для...* (результат).
- Цель: *обеспечение устойчивой коммуникации между..., имеющими потребность в... / организация общественной дискуссии по вопросам...*
- Задачи:
 - *обеспечение актуальной информацией о...;*
 - *просвещение...;*
 - *формирование...;*
 - *позиционирование...;*
 - *заполнение информационного вакуума... удовлетворение информационной потребности...;*
 - *представление новой точки зрения на...*

- Потенциальные партнеры: ...
- Читательская аудитория: ...
- Авторская стратегия колумниста (*биография, позиция, мировоззрение, интенции...*) и его позиционирование в колонке. Модальность.
 - Способ коммуникации с аудиторией (*монолог, диалог, провокация, поиск поддержки...*).
 - Жанры: реплика, конкретный вид колонки...
 - Стилистические особенности.
 - Форматные характеристики колонки: мультимедийность, интерактивность, гипертекстуальность, развлекательность, сюжетность, элементы игры.
 - Оформление: цвет, шрифт, символы... Дизайнерское оформление виджета (элементов интерфейса).
 - Периодичность. Объем.
 - Планируемая посещаемость (с доказательствами).
 - Запуск и продвижение колонки в социальных сетях и на платформах других массмедиа.

Тема 1.12. Реализация концепции авторского медиапроекта в колонке

Форма проведения — практическое занятие с использованием индивидуальной и коллективной работы студентов.

Практическое задание для обсуждения на занятии

Подготовить материал для собственной авторской рубрики на платформе молодежного медиахолдинга «Есть talk!», разработанной и концептуально обоснованной.

Методические указания по проведению занятия

Студенты выкладывают подготовленные тексты в общий чат по дисциплине не позднее чем за сутки до занятия. Преподаватель и студенты заранее знакомятся с авторскими материалами и соотносят их с представленными ранее концепциями (презентации кон-

цепций сохраняются в общем чате дисциплины). Эффективность занятия зависит от качества выполнения задания.

Методические указания по выполнению самостоятельной работы

При написании авторского текста необходимо основываться на знании жанровой модели колонки и соотносить его содержатель-но-формальные характеристики с концепцией медиапроекта, представленной на предыдущем практическом занятии.

Раздел 2. ЖАНРЫ И ФОРМАТЫ ПУБЛИЦИСТИКИ

Данный раздел посвящен одному из направлений журналистики мнений — публицистике, принципиально отличающейся от колумнистики типом автора — носителя коллективного сознания.

Публицистика как тип дискурса с момента формирования социальных отношений оказывала наибольшее влияние на массовое сознание и общественное мнение. В новейшее время в советской печати она представляла собой высший уровень творчества, демонстрирующий качественно отличную от других типов произведений глубину изучения, а также эмоционально-образного представления фактов и явлений действительности. В период «застоя» публицистика была «скомпрометирована» служением идеологии правящей партии, поэтому начиная с периода перестройки постепенно сдавала свои позиции под напором быстро развивающейся колумнистики. Ценностно-ориентирующая, морально-нравственная функции, закреплённые за публицистикой, ушли на задний план, а на первый план выступила функция стимулирования общественной дискуссии за счет порождения и столкновения персональных точек зрения, успешно реализуемая колумнистикой. В современном обществе пока еще не сформирован запрос на публицистический способ отражения действительности, но постепенно происходит осознание необходимости появления в информационных потоках публицистического дискурса как «скрепляющего», объединяющего граждан, способствующего преодолению крайнего индивидуализма, отстраненности и заикленности на собственных проблемах.

Публицистика как генератор смыслов, имеющих коллективную значимость и ценность, обеспечивающих интеграцию общества, в условиях нарастающих угроз (биологической, техногенной, военной, климатической и т. д.) может выступить инструментом формирования нового типа коммуникации на основе общественно, а не индивидуально, значимых концептов. Возрождение традиций публицистики, их актуализация и продолжение в новых условиях становится практикой, жизненно необходимой для устойчивого существования и развития общества.

Тема 2.1. Специфика публицистического способа отражения действительности в СМИ

Форма проведения занятия – семинар.

Вопросы для обсуждения

1. Публицистика как тип медиадискурса.
2. Специфика категорий автора и аудитории.
3. Риторические основы публицистики.

Методические указания по контактной работе

В докладах студентам необходимо фиксировать природообразующие характеристики публицистики, придерживаясь логики: от предмета, цели и функций – к автору и аудитории и далее – к особенностям способа отражения действительности (формату, стилю).

Методические материалы к занятию

Для освоения темы необходимо ознакомиться с теоретическим материалом о специфике публицистики.

Слово «публицистика» имеет латинский корень (*publicus* – публичный, народный, общественный). Однако в русский язык оно пришло в Петровскую эпоху из польского языка, в котором, в свою очередь, трансформировалось после заимствования из французского – *public* (публика). В современном значении слово «публицистика» стало употребляться в России в первой половине XIX века. В советское время В.Г. Березиной была написана статья «К истории слов «публицист» и «публицистика», посвященная этимологии слова «публицистика»¹.

К тому времени, когда в середине XIX века слово «публицистика» вошло в широкое употребление, само это явление имело уже многовековую историю.

Наибольшее количество отечественных работ по теории публицистики было написано в советскую эпоху, когда публицистика напрямую связывалась с идеологией правящей партии. Это серьезно дискредитировало само понятие публицистики в журналистской

¹ Вестник Ленинградского университета. 1971. № 20. С. 81–86.

науке постсоветской России. Вместе с тем теоретические результаты, накопленные в теории публицистики советского периода, представляются ценными и сегодня.

Советские ученые (в частности, В.В. Ученова²) в качестве истоков публицистики рассматривали полемическую деятельность классового общества. По ее мнению, становление публицистической деятельности как специфического вида общественного труда происходило в классовых битвах. Своим продуктом — публицистическими текстами — публицистика обеспечила возможность массового политического общения, ставшего социальной необходимостью в классовой борьбе. Основной функцией публицистики В.В. Ученова считала воздействие на текущие политические процессы посредством их оперативного документально-эмоционального отражения.

В современной теории публицистика понимается предельно широко. Вплоть до использования понятия для номинации всей творческой деятельности журналиста (в отличие от организационной). Такой точки зрения, в частности, придерживался профессор Воронежского государственного университета Л.Е. Кройчик. Исследователи не находят единого основания для определения предмета и природы публицистики, что указывает на чрезвычайную сложность и многоаспектность рассматриваемого явления.

Не вдаваясь в детали научных споров и не претендуя на исчерпанность знания, охарактеризуем публицистику через совокупность взаимосвязанных признаков, которые признаются большинством ученых.

Объектом внимания публицистов является человек, государство и общество в системе общественных и политических отношений: актуальные события, ситуации, процессы социальной и политической сфер, персонажи, их действия, отношения между государствами, классами, военные конфликты и мирное сотрудничество, экономические кризисы, образ жизни и стиль мышления людей — все разнообразие того, что называется жизнью современного обще-

² Учёнова В. В. Три грани теории журналистики : гносеологические проблемы публицистики. Публицистика и политика. У истоков публицистики. М., 2009. 557 с.

ства в ее органической связи с прошлым и тенденциями развития в будущем, составляет «поле зрения» публицистики. Предметом — проблемы, имеющие непосредственное отношение к человеку социальному и социуму в целом и требующие помимо анализа морально-нравственной, мировоззренческой оценки.

Цель публицистики: посредством особого типа произведений формировать у конкретных людей и общества в целом адекватные знания об актуальных проблемах современности, а также давать им оценку, формируя тем самым аксиологический уровень изменения процессов, обеспечивая жизнеутверждающую социальную коммуникацию.

Принципиальное отличие публицистики от аналитики — направленность на изменение сознания человека социального в отношении типичных ситуаций, а не на изменение его поведения в конкретной ситуации.

Публицистика призвана участвовать в формировании политической культуры граждан, оказывать влияние на социальные процессы и политическую социализацию.

Специфику публицистики можно рассматривать через систему социальных функций.

Как тип творческой деятельности в СМИ, направленный на непрерывное воздействие на общественное мнение, использующий средства и способы убеждающего влияния публицистического слова, различные виды обосновывающей аргументации и т. д., *публицистика ориентирована на то, чтобы осмысление любого факта, проблемы вывести на морально-нравственный, этический уровень*, тем самым не только раскрывая на документальной основе многообразие характерных для текущего момента противоречий, но и способствуя выработке морально-этических, нравственных норм поведения и оценок.

Таким образом, публицистика способна не только *оперативно исследовать проблемы действительности*, но в соответствии со стремлением, присущим российской ментальности, определять их значимость, давать эмоциональную и морально-нравственную оценку событий.

Важнейшей функцией публицистики является *нормообразован*ие; она также реализует управленческую, организационную (организация социального поведения масс) и аксиологическую функции.

Адресатом публицистического дискурса является социальная группа, общество и выражаемое им общественное мнение. В свое время в монографии «Искусство публицистики» Е.П. Прохоров делал акцент на том, что «...творческая специфика публицистики <...> напрямую зависит от ее социального призвания — принимать непосредственное участие в жизни общественного мнения»³.

Автор публицистического произведения выступает как представитель общества, выражающий от лица «коллективного автора» *общезначимые смыслы и значения*. Именно автор обеспечивает такое качество текста, как публицистичность. Оно возникает благодаря особому свойству мышления автора публицистического произведения, который отождествляет себя с неким корпоративным целым, выступает не сам по себе, а от лица какой-либо общности (социальной группы, коллектива единомышленников, общества в целом). Автор в публицистическом произведении — категория, принадлежащая тексту в целом и интегрирующая разные уровни текста в единое целое.

Осмысление отношения к миру для публициста — специальная и профессиональная задача. Она не может быть реализована *без полноты суждений* о явлениях жизни. *Полнота суждений же, в свою очередь, достигается в результате системного (многоуровневого) подхода*. В отличие от отдельных специальностей и специалистов, рассматривающих только «свои» элементы общественного развития (социолог не трогает экономику, а политолог не касается психологии) и нередко изолированно от смежных отраслей, публицист пересекает отраслевые границы и проводит свой анализ комплексно. При характеристике ситуаций переплетаются политические и нравственные, правовые и экономические, эстетические и философские характеристики, оценки, суждения. События, ситуации, поступки и действия людей обязательно проецируются на системы социальных ценностей, выработанных в обществе. В отличие

³ Прохоров Е. П. Искусство публицистики : Размышления и разборы. М., 1984. С. 27.

от науки, где показателем состояния той же экономики может быть полученный в реальных измерениях результат, *публициста интересуют и нравственные аспекты исследуемого предмета, и психология, и «натура» человека.*

Целостность «картине современности», созданной публицистикой, придает и то, что при создании произведений публицисты пользуются различными способами отображения: рационально-понятийными и эмоционально-образными. Панорама текущей жизни создается в публицистике сочетанием образного воспроизведения событий и портретов их участников с аналитическим суждением о жизни. Интегративность обуславливает сочетание в публицистическом произведении фактов, логического и эмоционально-образного ряда. В составляющие суть публицистики черты надо ввести и личностные (авторские) компоненты, ведь только пропущенные через индивидуальность публициста результаты объективного анализа, приближенного по точности к научному, дают особый тип текста.

Публицистика подразумевает прямой контакт автора с аудиторией, это важный коммуникативный аспект, который становится возможным только на уровне социальной практики, массового, а не индивидуального сознания. Условием продуктивного взаимодействия авторского текста и читателя является общность культурных полей: системы нравственных ценностей, эстетических норм, образования, интеллекта, жизненного опыта.

Таким образом, публицистическое произведение — сложно организованная объективация точки зрения автора, его взгляда на действительность. Позиция автора, его скрытая, а где-то и прямая ирония по поводу увиденного, его оценка, его мнение привлекает внимание читателя наряду с глубоким анализом сложной ситуации. Изначальная обращенность к адресату, стремление автора поделиться с публикой своими идеями обнаруживает риторический характер публицистики. Убеждение — основной способ коммуникативного воздействия в публицистике, выработанный практикой социального общения. Публицистическое высказывание предполагает совпадение предпосылок мышления и навыков суждения адресанта и адресата, обеспечивающее бесспорность аргументации. Убеждение основано на диалоге.

Диалогичность – важное свойство публицистического текста, лежащее в основе его структурной организации. В связи с этим в публицистике распространены риторические приемы взаимодействия автора и читателя: солидаризация автора и читателя (автор как бы представляет читателя, рассуждает с его точки зрения); прямое общение (автор пытается установить доверительный контакт с читателем, начиная текст с сообщения незначительных фактов, при этом понятных и близких аудитории, что свидетельствует об уважении к ней) и т. д.

Идеи публицистики имеют не пространственно-временное, а универсальное (типичное) значение (то есть могут быть использованы людьми в ситуациях определенного типа). В связи с этим необходимо обратить внимание на такой специфический метод публицистики, как типизация. Типизация в публицистике имеет не собирательный (как в литературе), а избирательный характер (для отображения выбираются в первую очередь факты, типичные, показательные для определенного этапа общественного развития, в которых проявляются закономерности и нормы общественного общежития). Благодаря методу типизации в публицистическом произведении создаются образы людей, событий, явлений.

Образ как обобщенное, несущее глубокий смысл отражение действительности, облеченное в форму конкретного, индивидуального явления, стимулирует и познавательную, и эмоциональную, и социальную активность аудитории, значительно расширяет возможности смыслового наполнения картины действительности, помогает акцентировать смысл проблемы, как писал профессор Л.Е. Кройчик, «интеллектуально обогащает аудиторию представлениями об эстетических возможностях воспроизведения действительности»⁴.

Представляя новое познание мира, образ одновременно передает и определенное эмоциональное отношение к отражаемому. Публицист постигает общую психологическую линию разрозненных фактов, проявляет скрытую суть происходящего. Так создается образ ситуации, явления. «Петербург – город, живущий вне (над) времени (временем)». Публицистика – это риторический дискурс,

⁴ Кройчик Л. Е Исследовательско-образные тексты // Основы творческой деятельности журналиста : учебник / ред.-сост. С. Г. Корконосенко. СПб., 2000. С. 165.

который имеет строго ограниченные и определенные цели и использует арсенал языковых средств всех возможных типов речи, в том числе средства художественной выразительности, свойственные эстетическому дискурсу.

Рекомендуемая литература

Полонский, А. В. Публицистика как особый вид творческой деятельности // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: Гуманитарные науки. – 2008. – № 11. – С. 56–61. – URL: cyberleninka.ru/article/n/publitsistika-kak-osobyuyvid-tvorcheskoy-deyatelnosti (дата обращения: 10.12.2021).

Тема 2.2. Публицистические произведения в современном медиадискурсе

Форма проведения занятия – семинар.

Вопросы для обсуждения

1. Понятие «публицистика»: причины трудностей определения понятия.
2. Специфика публицистического способа освоения действительности: предмет и методы его осмысления.
3. Функции публицистики.
4. Специфика категорий адресанта и адресата в публицистическом произведении. Публицистичность как результат реализации авторской стратегии.
5. Применение метода типизации в публицистическом тексте.
6. Роль публицистического образа в реализации авторской идеи.
7. Интеграция выразительных средств как ресурс публицистики.

Методические указания по проведению занятия

Проведение семинара требует предварительной подготовки студентов. Им необходимо:

- ознакомиться с рекомендуемой литературой;
- прочитать не менее трех произведений авторов-публицистов.

Семинар включает две части.

В первой организуется обсуждение специфики публицистики по заранее предложенным вопросам. На выступление одного студента дается не более 8 минут.

Во второй обсуждаются и оцениваются результаты анализа публицистических произведений, рекомендуемых студентам. Данная часть семинара направлена на закрепление теоретических представлений о специфике публицистики через обнаружение и оценку ее отличительных черт в конкретных произведениях.

В конце занятия преподаватель выставляет баллы за работу на семинаре в соответствии с критериями, представленными во введении.

Методические материалы к занятию

Публицистические произведения:

- В.О. Пелевин. «Поземное небо»;
- В.Г. Сорокин. «Симбиоз с потерей личности»;
- Е.А. Попов. «Лекарство от кризиса»;
- Л.С. Рубинштейн. «Я смотрел...».

Источник: коллекция текстов // Эдуард Лимонов. Библиография : [сайт]. – 2006. – 2020. – URL: www.limonow.de/myfavorites/ (дата обращения: 13.12.2021).

3–4 произведения из сборника А. Битова «Файл на грани фола». Источник: Битов, А. File на грани фола : Полуписьменное сочинение // Октябрь. – 2005. – № 10. – URL: magazines.gorky.media/october/2005/10/file-na-grani-fo-la.html (дата обращения: 13.12.2021).

Из рекомендованного списка к занятию необходимо прочитать не менее трех произведений. Анализ проводится дома, самостоятельно.

Методические указания по выполнению самостоятельной работы

Анализ публицистических произведений необходимо проводить, ориентируясь на природообразующие признаки публицистики и устанавливая либо наличие, либо отсутствие конкретного признака (признаков) в произведении.

Для оценки качества публицистического представления действительности конкретными авторами рекомендуется ответить на вопросы:

- Какую тему выбирает автор? Позволяет ли она обратиться к актуальной, социально значимой проблеме?
- Удастся ли автору жизнеподобно и одновременно обобщенно представить действительность? Проявить ее типичные черты?
- Несет ли произведение «вечные» (вневременные) смыслы?
- Оправданы ли средства выразительности, которые использует автор для раскрытия идеи? Какие детали и как «работают» на проявление нужных смыслов?
- Какую позицию в тексте занимает автор: наблюдатель, участник, философ, использует ли он «авторскую маску»? Как работает на выражение идеи выбранная авторская стратегия?
- Как автор выстраивает диалог с аудиторией? Какие приемы использует? Помогают ли они установлению контакта? За счет чего?
- Обеспечивают ли решение коммуникативной задачи используемые в тексте изобразительно-выразительные средства языка?

Рекомендуемая литература

1. Басовская, Е. Н. От теории публицистики к теории дискурса — и обратно // Ученые записки Крымского федерального университета имени В. И. Вернадского. Филологические науки. — 2016. — Т. 2, № 4. — С. 90–98. — URL: cyberleninka.ru/article/n/ot-teorii-publitsistiki-k-teorii-diskursa-i-obratno (дата обращения: 10.12.2021).
2. Владимирова, Т. Н. Художественно-публицистическая журналистика: к теории вопроса // Наука и школа. — 2019. — № 3. — С. 54–59. — URL: cyberleninka.ru/article/n/hudozhestvenno-publitsisticheskaya-zhurnalistika-k-teorii-voprosa

- publitsisticheskaya-zhurnalistika-k-teorii-voprosa (дата обращения: 13.12.2021).
3. Джумагазиева, Н. Публицистика как жанр и концепт: опыт авторского анализа // *Austrian Journal of Humanities and Social Sciences*. – 2016. – № 3–4. – С. 3–8. – URL: cyberleninka.ru/article/n/publitsistika-kak-zhanr-i-kontsept-opyt-avtorskogo-analiza (дата обращения: 13.12.2021).
 4. Иовва, Н. И. Публицистика как важнейшая составляющая СМИ // Гуманизация информационного пространства в контексте диалога культур : Материалы Междунар. науч.-практ. конф. / Казанский федеральный университет ; науч. ред. В. З. Гарифуллин ; сост. Р. Л. Зайни. – Казань, 2016. – С. 150–153. – URL: kpfu.ru/portal/docs/F1276904133/guminfpros2016_1_1_.pdf (дата обращения: 13.12.2021).
 5. Кройчик, Л. Е. Принципы публицистического творчества // *Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика*. – 2014. – № 5. – С. 130–144. – URL: cyberleninka.ru/article/n/prinsipy-publitsisticheskogo-tvorchestva (дата обращения: 13.12.2021).
 6. Прохоров, Г. С. Что такое «Художественная публицистика»? // *Новый филологический вестник*. – 2012. – № 3. – С. 44–52. – URL: cyberleninka.ru/article/n/chto-takoe-hudozhestvennaya-publitsistika (дата обращения: 13.12.2021).
 7. Юрков, А. А. Особенности публицистического метода в современной журналистике // *Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 9. Филология. Востоковедение. Журналистика*. – 2005. – № 1. – С. 167–176. – URL: cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-publitsisticheskogo-metoda-v-sovremennoy-zhurnalistike-1 (дата обращения: 13.12.2021).

Тема 2.3. Использование документальных и образных средств для достижения эффекта типичности

Форма проведения занятия — практическое занятие с использованием индивидуальной и коллективной работы студентов.

Практическое задание для обсуждения на занятии

Написать небольшое публицистическое произведение, используя метод типизации. Выбрать в качестве темы любой предмет, например, очки, кнопка лифта и т. п., и, используя документальные и образные средства, развернуть те его качества, через которые можно проявить дополнительные, скрытые, «вечные» смыслы, то есть через конкретный предмет представить обобщенный образ. Например, очки — предмет, меняющий восприятие действительности; кнопка лифта — проводник в другой мир.

Методические указания по проведению занятия

Студенты выкладывают подготовленные тексты в общий чат по дисциплине не позднее чем за сутки до занятия. Преподаватель и студенты заранее знакомятся с авторскими материалами, оценивают их качество, соотнося с моделью публицистического текста.

Методические указания по выполнению самостоятельной работы

Тексты могут быть написаны в эссеистической манере с цепочно-ассоциативной структурой, а могут представлять собой сюжетное повествование со структурой, построенной в соответствии с драматургическим принципом. Соответственно, может быть выбрана разная авторская стратегия: «автор, размышляющий о чем-либо», «автор-герой исповедующийся», «нарратор», «автор-герой действующий». Для достижения поставленной цели необходимо выбирать такой предмет изображения, который, являясь носителем типичных черт, позволит развернуть дополнительные, скрытые смыслы.

Тема 2.4. Малые формы очерковой публицистики: жанры и форматы

Форма проведения занятия – семинар.

Вопросы для обсуждения

1. Очерковая журналистика: общая характеристика, система жанров.
2. Зарисовка как емкий и оперативный очерк. Трудность определения жанровых границ: тематика, цели, структурно-композиционные особенности, языковые средства.
3. Факторы популярности жанра зарисовки.
4. Технология работы над зарисовкой.
5. Житейская история: предмет, задачи, особенности метода представления информации, структура и языковые средства жанра.
6. Современные форматы житейской истории.

Методические указания по контактной работе

Для выступления по вопросам студентам дается не более 5 минут. Все могут принимать участие в обсуждении, дополнении. Необходимо фиксировать определения основных понятий, а также характеристики жанров очерковой публицистики – зарисовки и житейской истории. Лучшему усвоению материала может помочь его визуализация в виде таблицы.

Характеристики жанров публицистики

Жанр (название)	Предмет	Целевая установка/ задачи	Виды	Методы работы	Особенно- сти формы

Методические материалы к занятию

Для освоения темы необходимо ознакомиться с теоретическим материалом о жанрах зарисовки и житейской истории.

Зарисовка – жанр, передающий первое впечатление о предмете, а как известно, именно оно и есть самое верное. Возможно, поэтому зарисовка, которая в основном и строится на такого рода впечатле-

ниях ее создателя (хотя и не только на них), остается жанром, неизменно привлекающим внимание аудитории.

Зарисовка редко выделяется теоретиками журналистики в самостоятельный жанр, но очень часто используется практиками в печатных и сетевых изданиях, а также на телевидении. Тематическое содержание зарисовок, как правило, зависит от направленности изданий и соответствует запросам целевой аудитории.

Предметом выступления в зарисовке чаще всего становятся какие-то события, ситуации, явления, имеющие локальный характер (четкую привязку ко времени и месту) и лично наблюдаемые автором. Эмпирическое (чувственное) восприятие при разработке предмета зарисовки является основным ресурсом.

Для зарисовки важен аспект, ракурс рассмотрения предмета: увидеть необычное, интересное, интригующее, а еще типичное — то есть показательное, характерное для определенного времени — в обычном, в том, что простому обывателю кажется недостойным внимания, — это залог успеха произведения.

Цель зарисовки: представив детальное и при этом эмоционально-образное описание предмета, проявить *важные для человеческого общежития (социального взаимодействия и развития) смыслы*, выразить свои чувства, переживания по поводу наблюдаемого.

В связи с целью задачами автора зарисовки являются:

- концентрация внимания не столько на установлении фактов, их взаимосвязей, сколько на изложении деталей этих фактов и эмоций по их поводу;
- выбор и отражение таких подробностей, которые бы не обеспечивали документализм, но раскрывали показательность предмета для конкретного времени-пространства.

В зарисовке сочетаются и репортажные приемы, и художественно-публицистические.

Основным методом получения информации о предмете является наблюдение. В качестве вспомогательного может быть использован метод проработки документов — в том случае, если зарисовка имеет исторический фон.

Поскольку в зарисовках отображаются главным образом внешние стороны описываемых событий или явлений, в качестве методов

предъявления информации в тексте используются повествование и описание, а также цитирование прямой речи участников происходящего. В некоторых случаях зарисовка может быть написана «по следам» беседы с людьми, которые рассказали что-то интересное про случай, аналогичный наблюдаемому автором.

В зарисовке, как правило, реализуются стратегии автора-наблюдателя и нарратора, за счёт которых создается «картина действительности», отражающая не только восприятие, но и понимание автором сути происходящего.

К особенностям формы зарисовки можно отнести небольшой объем, сюжет, динамизм, живость, эмоциональную насыщенность повествования (описания). Зарисовка – жанр, подходящий для «игры» языковыми средствами, которые можно использовать для акцентирования внимания на светлых или темных сторонах описываемой ситуации, для обеспечения ее эмоционально-насыщенного и легкого восприятия аудиторией.

Усвоению теории жанра зарисовки может способствовать сопоставление ее характеристик с «соприкасающимися» в жанровом отношении типами текстов.

Так, например, зарисовку с репортажем роднит акцентирование внимания на наглядности при отображении какого-то предмета. И зарисовки, и репортажи могут сопровождаться красочными фотографиями, рисунками. Но репортаж «отбирает» в предмете для наглядного отображения прежде всего то, что говорит *о социальной значимости этого предмета*. В зарисовке же наглядность отображения регулируется в первую очередь стремлением автора как можно выразительнее показать эмоциональную реакцию и *проявить скрытые смыслы*, поэтому в ней могут детализироваться даже второстепенные факты. Хотя чрезмерное представление второстепенных деталей и подробностей вредит даже зарисовке.

В отличие от путевых заметок создание зарисовки обычно не требует от автора особой компетентности в вопросе, заинтересовавшем его.

Серьезной авторской ошибкой в зарисовке можно считать эксплицитно (открыто, явно) выраженную мораль. Аудитории необходимо оставлять свободу для обобщений. При этом надо понимать,

что правильно выстроенный сюжет, подобранные детали и выраженные эмоции должны подвести читателя к нужному выводу. Сделанный самостоятельно, он будет больше цениться.

Еще одним серьезным недостатком зарисовки является чрезмерное увлечение «писательскими приемами»: слишком подробно описанные детали, частое и неоправданное использование выразительных средств, скорее, свидетельствуют о графомании автора, чем о его таланте.

Виды зарисовки: бытовая, пейзажная, портретная.

Пейзажная зарисовка имеет лаконичную форму описания и передает отношение автора к описываемому явлению или событию, происходящему в природе (или на фоне природы). Она окрашена лиризмом, выразительна и эмоциональна.

Портретная зарисовка — это лаконичный сюжет о поступке, действии человека, раскрывающем его внутренний мир, его типичные, показательные для конкретного времени черты.

В *бытовой зарисовке* автор воссоздает лично наблюдаемую локальную картину действительности, которая раскрывает скрытые смыслы и одновременно передает эмоциональную и морально-нравственную оценку происходящего.

Житейская история — жанр, распространенный как в печатных, так и в сетевых журнальных изданиях. Жанр заимствован публицистикой из художественной литературы, куда в свое время пришел из религиозной литературы.

Л.М. Григорьева в диссертации, посвященной биографическому очерку, воссоздает генезис жанра жития: «С конца XIV — начала XV века до XIX века включительно биографии чаще всего представляли собой описание жизни святых и назывались житиями или агиографиями. В основе жития лежал церковно-моралистический взгляд на людей и их поступки. <...> В конце XV — начале XVI века постепенное укрепление и расширение централизованного государства, продолжавшиеся до последней четверти XVI века, принесли с собой повышенный интерес к биографиям крупных государственных деятелей. <...> Основными чертами средневекового русского «биографизма» являлись идеализация, искусственность образа и стиля, эмоциональность, восторженность изложения. В XVII веке

была открыта безусловная ценность личности. В житийный жанр стал проникать интерес к рядовому человеку, к быту, к конкретной обстановке. В XVII веке автобиографии получают широкое распространение, элементы автобиографизма становятся присущи многим произведениям, в том числе художественным. <...> Это позволило избавиться от исторического имени действующего лица и ввести в литературу простого, «неисторического» героя. Обнаружение сложности человеческого характера, открытие в нем соединения злых и добрых черт вели к разрушению церковной идеализации. <...> 40-е годы XIX века можно считать истоками рождения массовой очерковой литературы»⁵. В дальнейшем публицистика заимствовала черты автобиографии из литературы и использовала их для решения своих творческих задач.

Современная житейская история обладает набором признаков, отличающих ее от зарисовки и портретного очерка.

Предметом отображения в историях выступает бытовая и личная жизнь людей, их нравы, обычаи, привычки, типичные ситуации, в которых может оказаться любой человек.

Цель житейской истории варьируется в зависимости от разновидности.

Наиболее распространены такие виды историй, как:

- Истории-предостережения, цель которых – помочь читателям правильно сориентироваться в различного рода проблемных ситуациях, выработать по отношению к ним адекватную оценку, предостеречь от различных опасностей.

- Истории-мифы (байки) – документальные истории, в которых на основе домысливания некоторых деталей создается наглядная картина действительности, открывающая что-то новое о человеке, о его месте в мире, в профессии, в личных отношениях; такие истории имеют развлекательный характер.

- Истории-исповеди – это истории, написанные от лица героя, главное в которых – осмысление жизненных событий и ситуаций, объяснение своих действий, морально-нравственная оценка выбора

⁵ Григорьева Л. М. Биографический очерк в современной российской журнальной периодике : автореф. дис. ... канд. филол. наук. М., 2010. С. 18. URL: viewer.rusneb.ru/ru/rsl01004613491?page=22&rotate=0&theme=white (дата обращения: 13.12.2021).

поведения; цель таких историй — вовлечь читателя в жизнь другого человека, вызвать эмпатию, понимание происшедшего, породить сопереживание.

▪ Истории-мечты (story) — истории успеха известных (знаменитых) личностей, в которых разворачивается типичный сюжет движения «через тернии к звездам». Л.В. Татару объясняет популярность таких историй тем, что реализуемые ими *«когнитивные и психологические функции»* аналогичны функциям искусства: истории знаменитостей порождают мечты и страхи, дают жизненные уроки, возможность уйти от рутины реальности, утешают, помогают упорядочить жизненный опыт, адаптироваться к окружающему миру. Истории знаменитостей восходят к обобщенным мифам-архетипам, функционирующим в любой культуре в виде проекций архаичного мышления. Их вечные сюжеты — предательство (Вуди Аллен и Миа Фэрроу), кризис среднего возраста (Билл Клинтон), секс (Тайгер Вудс), насилие (Роман Полански), развод (Анджелина Джоли и Брэд Питт, чью историю американские СМИ окрестили «Бранджелина»), алкоголизм или наркомания (Курт Кобэйн) — актуализируют единую мифологему пути⁶.

Для получения информации о человеке используется метод биографического интервью. Он позволяет воссоздать жизнь социума на определенном этапе его развития через биографии людей соответствующей эпохи, а также документально отобразить жизненный путь человека с целью изучения его личности. Во втором случае в качестве дополнительных используются такие методы журналистики, как интервью, наблюдение, проработка документов.

Главное в любой житейской истории — это выстроенный по законам драматургии сюжет: с завязкой конфликта, его развитием и разрешением, с героем в центре повествования. В отличие от очерка житейская история сосредоточена на одной линии развития — на определенном периоде жизни человека. Композиция житейской истории проста и имеет четкий вектор от постановки проблемы к ее разрешению.

⁶ Татару Л. В. История знаменитости как новый жанр журналистского нарратива // Narratorium. 2011. № 1–2. URL: narratorium.rggu.ru/article.html?id=2027593 (дата обращения: 13.12.2021).

Автор житейской истории — всегда нарратор, предлагающий интерпретацию некоей жизненной истории с определенной позиции — нарратив. Н.А. Федорова определяет понятие «нарратив» как «организованное во временной последовательности повествование субъекта об актуальных жизненных событиях, осуществляемое в процессе межличностного взаимодействия»⁷. Л.В. Татару обращает внимание на то, что «нарратив — это творческий способ выстраивания истории через специфическую перспективу и комбинацию событий»⁸. Опираясь на западных исследователей нарратива, Л.В. Татару указывает на следующие компоненты журналистского нарратива⁹: место действия, персонажи (действующие лица), действие, разворачивающееся во времени; личностный голос; взаимодействие с аудиторией; тема, цель и причина. Цель нарратора — формирование в сознании читателя с помощью отдельных последовательных событийных фрагментов целостной картины мира. В сюжетном повествовании житейской истории идея привнесённости смысла реализуется через финал. Синонимом «журналистского нарратива», но не абсолютным, является «сторителлинг». В формате сторителлинга повествование может вестись «деперсонифицированным» автором. Для сторителлинга достаточно повествовательности.

Житейская история должна опираться на глубокую мысль, описывать естественные, реальные модели поведения людей. Ее сюжет должен быть динамичным, а финал неожиданным. Это эстетически выстроенное произведение, написанное грамотным, выразительным языком.

Предназначение житейской истории очень точно и емко охарактеризовано в концепции журнала Story: «это лёгкое, но содержательное чтение <...>, истории позволяют увидеть и понять многообразие человеческих судеб <...>, они преподают науку жить <...>, выявляют закономерности, которые помогают человеку не заблу-

⁷ Федорова Н. А. Проблема самопрезентации: подход нарративной психологии // Знание. Понимание. Умение. 2007. № 2. С. 209. URL: cyberleninka.ru/article/n/problema-samoprezentatsii-podhod-narrativnoy-psihologii (дата обращения: 13.12.3021).

⁸ Татару Л. В. Указ. соч.

⁹ Там же.

даться в современном мире»¹⁰. В этом журнале можно найти интересные истории успеха.

Житейская история в сетевых СМИ существует в мультимедийном формате, то есть приобретает качество мультимедийности, проявляющееся в равноправии всех знаковых систем (текст, звук, видео, графика, анимация, инфографика и т. д.) в реализации идеи произведения. Специфика мультимедийной истории с семиотической точки зрения проявляется в том, что, с одной стороны, каждая знаковая составляющая дополняет и развивает повествование, с другой — недоступность или невозможность воспроизведения одного из элементов искажает общий смысл сюжета.

Помимо этого, любой мультимедийный текст создается, обрабатывается и хранится в цифровой форме, он интерактивен (то есть предполагает участие пользователя в его производстве или индивидуальном его потреблении; возможность взаимодействия с мультимедийными элементами) и гипертекстуален. Свойства интернет-среды обуславливают такие качества мультимедийной истории, как нелинейность (можно выбрать любое развитие сюжета, например, посмотреть его с финала), неиерархичность (все компоненты истории равноправны), бесконечность (отсутствие четко заданных акцентов, возможность добавления новых элементов сюжета, гипертекстуальные переходы, которые могут превратить текст в «сад расходящихся тропок»).

Мультимедийная история, «собранная» с помощью специальных конструкторов (например, tilda.cc или ru.wix.com), становится лонгридом — линейным мультимедийным медиатекстом, собранным с помощью цифрового конструктора на специальной платформе. Характеристиками лонгрида являются¹¹: объемный текст (иногда до 30 тыс. знаков и более), полностью раскрывающий тему (оригинальность темы, глубокая аналитика, тщательная проработка идеи); многофункциональность (реализует познавательную,

¹⁰ О Story // Story : интернет-журнал : сайт. URL: story.ru/o-nas/ (дата обращения: 13.12.2021).

¹¹ Иванова Л. В. Использование теории связей с общественностью в учебном процессе подготовки журналистов (на примере освоения формата «спецпроект») // Вестник Челябинского государственного университета. Филологические науки. 2016. № 9. С. 80.

просветительскую, эмоционально-чувственную, развлекательную, рекреативную, побудительную и другие функции); использование мультимедийных средств для раскрытия темы, вовлечения в нее и активизации эмоций; обязательное равноправие платформ; линейный тип структуры: размещение на отдельной платформе, минималистический интерфейс, отсутствие гиперссылок; движение по лонгриду с помощью скроллинга (или внутренней навигации), эффект параллакса (изменение видимого положения объекта по отношению к удаленному фону в зависимости от нахождения наблюдателя, специальная техника, когда фоновое изображение в перспективе движется медленнее, чем элементы переднего плана).

Рекомендуемая литература

1. Антонова, М. В. Сюжетные топосы в агиографии. Постановка вопроса // Вестник Брянского государственного университета. — 2013. — № 2. — С. 172–175. — URL: cyberleninka.ru/article/n/syuzhetnye-toposy-v-agiografii-postanovka-voprosa (дата обращения: 13.12.2021).
2. Баранова, Е. А. «Стори» как новый жанр на радио // Мир русского слова. — 2015. — № 3. — С. 38–43. — URL: cyberleninka.ru/article/n/stori-kak-novyy-zhanr-na-radio (дата обращения: 13.12.2021).
3. Барыкина, В. Д. Житейская история как формат разговора об общечеловеческих ценностях в СМИ // Медиасреда. — 2017. — № 12. — С. 98–100. — URL: cyberleninka.ru/article/n/zhiteyskaya-istoriya-kak-format-razgovora-ob-obschechelo-vescheskikh-tsennostyah-v-smi (дата обращения: 13.12.2021).
4. Григорьева, Л. М. Биографический очерк в современной российской журнальной периодике : специальность 10.01.10 «Журналистика» : автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата филологических наук / Григорьева Людмила Михайловна ; Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова. — Москва, 2010. — 22 с. — URL: viewer.rusneb.ru/ru/rsl01004613491?page=22&rotate=0&theme=white (дата обращения: 13.12.2021).

5. Иванова, Л. В. Использование теории связей с общественностью в учебном процессе подготовки журналистов (на примере освоения формата «спецпроекта») // Вестник Челябинского государственного университета. — 2016. — № 9. — С. 78–86.
6. Лазутина, Г. В. Очерковая журналистика / Г. В. Лазутина, С. С. Распопова // Жанры журналистского творчества : учеб. пособие для студентов вузов / Г. В. Лазутина, С. С. Распопова. — Москва, 2012. — Глава 4. — С. 105–153.
7. Макаренко, Е. К. Агиография XX века. Проблема жанра и методов его исследования // Сибирский филологический журнал. — 2011. — № 1. — С. 95–102. — URL: cyberleninka.ru/article/n/agiografiya-xx-veka-problema-zhanra-i-metodov-ego-issledovaniya (дата обращения: 13.12.2021).
8. Кройчик, Л. Е. Исследовательско-образные жанры // Основы журналистской деятельности : учебник для вузов / С. Г. Корконосенко, Л. Е. Кройчик, В. Д. Мансурова [и др.] ; под ред. С. Г. Корконосенко. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва, 2019. — С. 238–247.
9. Симакова, С. И. Мультимедийная история и её особенности / С. И. Симакова, С. А. Панюкова // Вестник Челябинского государственного университета. — 2017. — № 9. — С. 58–66. — URL: cyberleninka.ru/article/n/multimedijnaya-istoriya-i-eyo-osobennosti (дата обращения: 13.12.2021).
10. Татару, Л. В. История знаменитости как новый жанр журналистского нарратива // Narratorium : междисциплинарный журнал : [электронный]. — 2011. — № 1–2 (весна–осень). — URL: narratorium.rggu.ru/article.html?id=2027593 (дата обращения: 13.12.2021).
11. Тертычный, А. А. Житейская история // Жанры периодической печати : учеб. пособие для студентов вузов / А. А. Тертычный. — Москва, 2017. — С. 280–283.

Тема 2.5. Технология работы в жанре зарисовки

Форма проведения — практическое занятие с использованием индивидуальной и коллективной работы студентов.

Вопросы для обсуждения

1. Очерковая журналистика: общая характеристика, система жанров.
2. Зарисовка как емкий и оперативный очерк.
3. Трудность определения жанровых границ: тематика, цели, структурно-композиционные особенности, языковые средства.
4. Факторы популярности жанра.
5. Технология работы над зарисовкой.

Практические задания

Задание 1. Из современных СМИ подберите материалы, написанные в жанре зарисовки (не менее трех). Оцените удачность выбранного жанра по отношению к предмету отражения.

Задание 2. Проанализируйте выбранные материалы по жанро-описательной методике для выявления эффективности решения познавательной и коммуникативной задач.

Задание 3. Подготовьте учебный материал в жанре зарисовки для молодежного медиахолдинга ТГУ «Есть talk!».

Методические указания по проведению занятия

Практическое занятие включает несколько блоков, каждый из которых направлен на проверку результатов самостоятельной работы студентов:

- знание теории жанра зарисовки;
- умение анализировать материалы, написанные в жанре зарисовки, и давать оценку их содержательно-формальным характеристикам;
- формирование умения создавать материалы в жанре зарисовки.

Успешность занятия зависит от качества выполнения заданий для самостоятельной работы.

Методические материалы к занятию

Для подготовки к обсуждению вопросов необходимо ознакомиться с теоретическим материалом и рекомендуемой литературой по теме «Малые формы очерковой публицистики: жанры и форматы».

Практические задания выполняются студентами самостоятельно дома. На занятии совместно с преподавателем и учебной группой обсуждаются и оцениваются результаты.

Задание 2 требует подбора примеров зарисовки для анализа. В случае отсутствия таковых можно проанализировать предлагаемые ниже тексты.

ПЕЙЗАЖНАЯ ЗАРИСОВКА

Рука человеческая

Запоздалая сова чиркнула крылом по снегу и полетела туда, где погуще и потемнее. С верхушек елок все ниже и ниже к сугробам спускается утренний свет. Кружится морозная пудра перед глазами. Облаков нет. Серебряная пудра рождается где-то прямо над головой. Лебяжьим пухом повисает она на суках и колючках, оседает на шапке, воротнике, присыпает заячьи петли под елками. Вы идете напрямик по сугробам. Снег засыпается в валенки. От удара палкой по сухой ели испуганная сойка роняет желудь, и тишина, как только умолкнет звук, становится еще торжественнее...

На поляне, возле поваленной бурей сосны, виднеются совсем свежие, не прикрытые порошей следы. Вот ямка в снегу. Кто-то старательно ворошил прошлогодние листья... Выньте из кармана пару орехов и постучите друг о друга. Через минуту увидите: сыплется снег с елок. Это не птица. С ветки на ветку на стук орехов идет пушистый зверек. Вот он над головой — пушистый хвост, уши с кисточками, два внимательных глаза. Протяните руку с орехами. Не раздумывая, белка прыгает в снег, смешными скачками бежит под ноги. Наклоните руку.. Угощение схвачено. Зверек сидит на сосне, с деловитым хрустом грызет гостинец. Хорош каленый орех! Белка уже не стесняется. Прыгнув в снег, она не ждет угощения — проворно по валенку, по краю шубы забирается прямо в карман. Потом усаживается на плече. Возле самого уха трещат орехи. А поверху среди

веток серебряным шлейфом стелется новый след — на пир спешит еще одна белка... Сказка? Нет!..

Имени человека никто не помнит. Это был ласковый, тихий и очень больной старик. В Подмосковье, в Подлипки, он приехал из Архангельска или Астрахани, толком сейчас не может сказать даже доктор, лечивший его.

Старик снисходительно, чтобы не обидеть врачей, глотал таблетки.

— Годы... А лекарство мое вот там, — старик показывал за окно, где стоял замороженный зимою лес.

У старика были большие подшитые валенки и красный шарф. В лес он уходил тихонько, без дороги. В снегу за калиткой оставались глубокие следы, между елок мелькали желтый полушубок и красный шарф.

Случалось, старик опаздывал к обеду. В столовой ворчали. Но старик бодро топал у порога застывшими валенками, снимал полушубок, шапку. Коридор наполнялся арбузным запахом снега, запахом зеленой хвои.

— Три часа снег топтал, — улыбался старик и высыпал на стол горсть холодных орехов. — Белок граблю...

— Неужели в дупло забираетесь? — спрашивали доверчивые официантки.

— Белки сами носят, — шутил старик и доставал из полушубка новую горсть. Маленькую тайну старика мог бы рассказать продавец из поселковой лавки. У него «чудак-бородач» купил полмешка орехов. Но продавец не бывал в санатории.

Старик сам раскрыл тайну. За неделю перед отъездом повел он троих отдыхающих в лес. Посадил в гущине, сам пошел на поляну.. Трое видели, как старик потоптался на месте, вытянул руку..

— Гляди, гляди! И правда ведь белка...

Белка сидела на руке, потом забралась на плечо, на шапку. Трое не удержались, вышли из ельника.

— Дай-ка попробовать...

Люди стояли, вытянув руки. Две белки по очереди хватали орехи, убегали на елку, потом снова спускались.

Из другого кармана старик достал горсть семечек. Закружились возле ладони синицы, поползни, снегири...

Два месяца прожил старик в Подлипках. Уехал бодрым, поздоровавшимся.

— Не забывайте рыжих, — сказал он, передавая мешок с остатками орехов.

Как приворожил старик белок и птиц, никто не знает. Только после него белки и птицы в Подлипках перестали бояться людей...

Эту легенду-быль вам непременно расскажут в Подлипках, если вы решитесь поехать взглянуть на маленькое лесное чудо. Запаситесь орехами, будьте осторожны и дружелюбны — и на вашу ладонь обязательно сядут синицы и поползни. Из ваших рук юркие белки возьмут орехи.

В лесу вы встретите людей. У каждого в кармане будут орехи и семечки. Это больные из санатория. Назначая лечение, врачи санатория пишут: «...ходить в лес, кормить белок и птиц». Белки и в самом деле помогают лечить болезни. Если не верите, поговорите с любым человеком, отдохавшим в Подлипках.

Среди доверчивых белок вы непременно встретите одну с голым как палочка, опаленным хвостом. Лесной пожар ни при чем. Это злая рука человека поднесла спичку. Но белка не перестала доверять людям. Плохой человек один, хороших людей много. Поэтому белки в Подлипках не боятся людей. Белки и птицы доверчиво сядут на вашу руку.

В.М. Песков

Из книги «Шаги по росе». Москва, 1964.

URL: <https://lektsii.com/1-50516.html>

ЗАРИСОВКА ПОРТРЕТНАЯ

Рисунок с буквой К

Станция Пески. С булыжного шоссе в лес убегает тропинка. От березняка рябит в глазах, голова кружится от солнечных зайчиков. Грибная просека. Заячья полянка. Сейчас, как рассказывали, должен быть бревенчатый мостик, а потом уже домик. Много лет я мечтал побывать в этом домике...

В детстве каждому покупали картонные книжки. И мы впервые узнавали, что мир гораздо шире комнаты с игрушками; что в сине-

ющем за бугром лесу живут трусливые зайцы, неповоротливые и добрые медведи, хитрая лисица, волки... Потом букварь. И опять со страниц глядят уже знакомые и незнакомые жители леса.

Под одним из рисунков по складам я прочел подпись: Комаров.

— Художник Комаров рисовал этого лося, — объяснила учительница.

Так состоялось знакомство.

Букварь сменили другие книжки. И опять Комаров водил по лесу, показывал, как живут олени, как спасаются от холода тетерева, как ловит рыбу выдра и «подпиливают» огромную ольху бобры.

Вместе с художником мы побывали в тайге, в песчаной пустыне, в тундре и подмосковном лесу, заглядывали на дно речек и в таинственные болотные камыши.

Кончилось детство. Уже не по книжкам совершаем мы путешествия. Встретишь где-нибудь на перелеске зайца и улыбнешься: «А я тебя знаю, косой, давно знаю», — и опять вспомнишь художника...

С волнением я приоткрыл калитку. Навстречу идет высокий человек в стариковских ботах, из-под шапки выбиваются седые волосы, но глаза, глаза — молодые, приветливые.

— Здравствуйте, Алексей Никанорович!

...Пятнадцать ступенек ведут на верхнюю пристройку дома. Через открытое окошко слышно, как трудится на сосне дятел, во дворе на своем зверином языке о чем-то переговариваются запертая в клетку лисица и пестрая собака. Весенний ветер растревожил лесные запахи, и они устремились в открытое окно. Пьем чай.

Крошки со стола Алексей Никанорович высыпает на дощечку за подоконником. Ее сейчас же атакуют синицы и сойки. Одной галечке места за птичьим столом не хватило. Она впорхнула в комнату, уселась на сахарницу, потом с хозяйским видом порылась в ящике с красками и позеленевшими от времени ружейными патронами. Опять вспорхнула и села на украшенное резьбой ружье.

Хозяин этой комнаты много охотился, много ходил по земле. Был в Средней Азии, в Иране, в Сибири, в калмыцких степях; исходил вдоль и поперек Подмосковье, ездил к Белому морю, в Швеции и в Финляндии был. И все с одной страстью: охотиться и рисовать. Восемьдесят лет человеку. Но в прошлом году, как мо-

лодой, взял он рюкзак и на два месяца подался — куда бы вы думали? В Голодную степь!

Разглядывая сложенные у него на столе и на полках альбомы, картины, развешанные на стенах, дивишься: как много может сделать человек! Шестьдесят лет подряд многочисленные книги, учебники и журналы выходят с рисунками художника; более ста масляных полотен висят в одном только Московском Дарвиновском музее, много картин — в частных собраниях. На полках ученых — тяжелые тома с золочеными корешками. Чуть ли не на каждой странице — рисунок. И под каждым рисунком — «К». Эту скромную букву можно увидеть — на почтовых открытках и марках, в книгах, изданных за рубежом.

Ученые ценят в художнике большую достоверность: «Как Комаров нарисовал, так оно и в жизни». Большую наблюдательность, цепкую память надо иметь, чтобы дать точный портрет зверя или птицы, и не просто портрет, а живую картину, с повадками и образом жизни четвероногих и крылатых героев.

В своей комнате художник оставляет все, что особенно дорого сердцу, чему отданы светлые часы вдохновения. В этом домашнем музее стоит тонкий аромат степей и лесов, волшебная музыка охотничьего рога, перезвон обледеневших веток. Вот ворона бочком прыгает к задранному и брошенному каким-то хищником зайцу; вот тетерева на туманной поляне затеяли весеннюю драку. Рысь с зелеными глазами глядит из сумрачного леса, и кажется, вот-вот выпрыгнет она из золоченой рамы в окно, туда, где призывно шумит весна.

Два дня провел я в лесном домике под Колодной. Вместе с художником ходил слушать первые песни скворцов; видел, как подстерегал его карандаш грачей, чинивших гнездо.

Перед уходом я попросил сделать для читателей «Комсомольской правды» два-три рисунка. Тут же, за прощальным чаем, в несколько минут, по памяти сделал он наброски своих героев и написал маленькое письмо:

«Есть одна очень большая радость на земле — любите природу, и вы узнаете эту радость. Своим здоровьем, творчеством, всеми вос-

торгами жизни я обязан нашей родной природе. Берегите и любите природу, мои юные друзья! А. Комаров».

В.М. Песков

Из книги «Шаги по росе». Москва, 1964.

URL: <https://leksii.com/1-50515.html>).

БЫТОВЫЕ ЗАРИСОВКИ

Поднимаю голову

Воскресное утро. Стою в очереди к кассе сетевого супермаркета, передо мной — старушка. Продуктов в её корзинке совсем немного. Выложив на «ленту» упаковку замороженного теста, она просит кассиршу:

— Проверьте, сколько стоит. Если дорого — брать не буду.

Кассир считает цену:

— Семьдесят.

— А вроде было написано тридцать семь, — бормочет пожилая женщина и выкладывает тесто из корзины. Для неё это слишком большие деньги.

Стоящий у соседней кассы паренёк делает незаметное движение — и в капюшоне бабульки оказываются пятьдесят рублей. Ничего не заметив, она расплачивается мелочью и уходит. Придёт домой — и обнаружит невесть откуда взявшиеся деньги. Что-нибудь себе купит.

Можно сколько угодно ругать государство, пенять на банды нищих, усматривать в каждом просящем лжеца и пьяницу. А можно поднять голову, увидеть — и посылить помочь. В сущности, здесь нет ничего экстраординарного — просто человек заботится о человеке.

Да, существует прожиточный минимум, и пенсия его покрывает. Но любой одинокий пенсионер скажет вам, что прожить на этот минимум невозможно. Что есть огромные счета за коммуналку, есть дорогие лекарства, и остаётся совсем немного — если остаётся. И если это позор для страны — когда она не может обеспечить стариков, то ещё больший позор — когда люди равнодушно идут мимо нуждающихся.

Александра Подольникова,

студентка факультета журналистики СПбГУ // Литературная газета. 2014. № 5 (6448).

URL: lgz.ru/article/2014-god/podnimaya-golovu/

Буря в стакане кофе

— Ах ты, гад! Чего лезешь? Вонь от тебя, как из дерьмовой ямы! Работать надо, понятно?! — лицо мужчины перекопилось нечеловеческой злобой, его многоэтажная матерная тирада содержала как минимум десять обидных для оппонента оскорблений. Дело происходило на днях в одной из пирожковых Вологды средь бела дня.

Бомж, на вид которому можно дать и 35, и 65 лет, свободно зашёл в зал пирожковой, насобирав со столов объедков и «опитков», сел за столик напротив описанного выше посетителя. Съев всю хлявную добычу, он вдруг потянулся за стаканом кофе соседа. Тот сначала разразился потоком отборной брани, потом ударил бомжа. Заключительным аккордом отвратительнейшей сцены стало то, когда разгневанный возмущенный мужик схватил злополучный стакан раскалённого кофе и выплеснул в лицо обидчику.

Ошпаренный бродяга лишь утёрся одеревеневшими, негнуцимися красно-сизыми пальцами, продолжая сидеть и тупо смотреть перед собой. Эмоций на лице не мелькало: ни боли, ни стыда, ни раскаяния. Мужчина, у которого хотели выпить кофе, продолжал бушевать. Тут же ему на подмогу вышла, подбоченясь, рабочая кухни в белом халате: «Ну что, получил? — злорадно рывкнула она. — Так и надо, не будешь людям мешать». Бродяга продолжал хранить индифферентное молчание.

Сцена происходила на глазах жующей публики: притихли дети, равнодушно смотрели в стол люди в погонах, женщины угодливо подхихикивали. Вероятно, мы в какой-то момент разучились чувствовать и даже замечать чужую боль, испытывать стыд и неловкость за другого. Утратили, наконец, хвалёное русское чувство острой справедливости.

А руководство пирожковой (расположенной, кстати, в самом центре!) если уж не имеет средств поставить на дверях охрану — эдакого мордатого детину защитного цвета в сапогах (как это делают сегодня многие уважающие себя забегаловки) для «фильтрации клиента» и этим защитить от подобного безобразия «порядочных», «чистых» посетителей, то хотя бы не вело себя столь неприятно. Не думаю, что все в данном случае были на стороне (хотя бы мыс-

ленно!) «кофеплескателя», а уж тем более подобострастной кухонной рабочей.

Выйдя на свежий воздух, поняла: никогда сюда больше не приду.

Татьяна Охотникова

Методические указания по выполнению самостоятельной работы

Для выполнения задания 2 анализ текстов необходимо проводить в соответствии с жанроописательной методикой, предложенной учеными Московского государственного университета:

- предмет – целевая установка (функция) – метод;
- роль фактов, роль автора, методы предъявления информации, структурно-композиционные характеристики, языковые и изобразительно-выразительные средства.

Качество материалов следует оценивать, сопоставляя полученные данные с характеристиками жанровой модели.

Задание 3. Выберите локальный факт или явление действительности, указывающие на типичные проблемы и (или) морально-нравственные коллизии действительности, свидетелем которых были лично. Разработайте программу подготовки материала в жанре зарисовки. Для этого:

– Опишите процесс мониторинга действительности для выбора событий, иллюстрирующих социально-нравственные коллизии. Предложите возможные формулировки тем зарисовок.

– Дайте характеристику каждому этапу познавательной деятельности через формулировки задач и методов их решения, предложите правила выбора источников информации и обоснуйте их правомерность.

– Опишите условия, соблюдение которых необходимо для выработки авторской концепции материала. Опишите процесс дотекстовой подготовки материала.

– Охарактеризуйте процесс применения знаний о жанровой модели зарисовки при создании текста.

– Обоснуйте выбор варианта авторской стратегии в материале.

– Охарактеризуйте ресурсы «диалога в монологе», стилистические и другие средства выразительности (авторские ассоциации,

образные обобщения), которые могут быть эффективно использованы для выражения авторской идеи.

Напишите текст, следуя жанровой модели. Для повышения коммуникативной направленности материала ориентируйтесь на описание жанровой модели зарисовки как эффективное единство содержания и формы, как способ решения познавательной и коммуникативной задачи.

Краткое описание жанровой модели зарисовки

Предмет выступления – события, ситуации, имеющие локальный характер, лично наблюдаемые автором.

Цель – воссоздать событие в форме сюжетного повествования, описать его детали, проявив важные для человеческого общежития смыслы, выразить свои чувства, переживания по поводу наблюдаемого.

Методы познания – наблюдение, беседа.

Методы предъявления информации – повествование, описание.

Роль факта – выступает поводом для образного представления события, локальной ситуации.

Специфика авторской стратегии – нарративное повествование.

В основе композиции – хронология наблюдаемой действительности. Сюжетная организация текста.

Наглядность используется для выражения личных переживаний по поводу происходящего. Детали, подробности – для проявления «скрытых», имеющих бытийное, морально-нравственное значение. Акцент на внешних сторонах описываемых событий или явлений.

Стилистические характеристики: живость, эмоциональная насыщенность описания, языковая игра, эмоционально-образные средства.

Соблюдайте логические законы и принципы при разработке структурно-композиционных связей текста. Проведите авторское редактирование материала в соответствии со стилистическими характеристиками публицистики.

Тема 2.6. Технология работы в жанре житейской истории

Форма проведения — практическое занятие с использованием индивидуальной и коллективной работы студентов.

Вопросы для обсуждения

1. Житейская история: предмет, задачи, особенности метода предъявления информации, структура и языковые средства жанра.
2. Специфика жанра житейской истории, его отличия от жанра мини-истории и жанров художественной литературы (рассказа, новеллы).
3. Современные тенденции развития жанра житейской истории в разных форматах.

Практические задания

Задание 1. Из современной периодической печати подберите материалы, написанные в жанре житейской истории (не менее трех). Докажите соответствие выбранных материалов жанровой модели житейской истории. Оцените качество реализации в них социально ориентирующей и воспитательной функций.

Задание 2. Подготовьте учебный материал в жанре житейской истории для молодежного медиахолдинга ТГУ «Есть talk!».

Разработайте мультимедийный сценарий написанного материала. Подберите необходимые материалы (фотографии, аудио-, видеосюжеты, инфографику и т. д.) для его реализации.

Методические указания по проведению занятия

Практическое занятие включает несколько блоков, каждый из которых направлен на проверку результатов самостоятельной работы студентов:

- знание теории жанра житейской истории;
- умение анализировать материалы, написанные в жанре житейской истории, и давать оценку их содержательно-формальным характеристикам;
- формирование умения создавать материалы в жанре житейской истории;
- способность студента мыслить мультимедийно.

Успешность занятия зависит от качества выполнения заданий для самостоятельной работы.

Методические материалы к занятию

Для подготовки к обсуждению вопросов необходимо ознакомиться с теоретическим материалом и рекомендуемой литературой по теме «Малые формы очерковой публицистики: жанры и форматы».

Практические задания выполняются студентами самостоятельно дома. На занятии совместно с преподавателем и учебной группой обсуждаются и оцениваются результаты.

Методические указания по выполнению самостоятельной работы

Для выполнения задания 1 анализ текстов необходимо проводить в соответствии с жанроописательной методикой, предложенной учеными Московского государственного университета:

- предмет – целевая установка (функция) – метод;
- роль фактов, роль автора, методы предъявления информации, структурно-композиционные характеристики, языковые и изобразительно-выразительные средства.

Качество материалов следует оценивать, сопоставляя полученные данные с характеристиками жанровой модели.

Задание 2. Выберите типичную и интересную историю из жизни современников. Ориентируйтесь на информационные потребности аудитории молодежного медиахолдинга ТГУ. На этапе дотекстовой деятельности следуйте алгоритму разработки программы подготовки материала в жанре житейской истории.

Выберите героя и события его жизни, иллюстрирующие социально-нравственные коллизии, типичные проблемы.

Сформулируйте задачи и методы их решения, подберите источники информации.

Определите адекватную задачам авторскую стратегию.

Подберите выразительные ресурсы, стилистические и другие средства выразительности (авторские ассоциации, образные обобщения), которые могут быть эффективно использованы для выражения авторской идеи.

Напишите текст, следуя жанровой модели. Для повышения коммуникативной направленности материала ориентируйтесь на описание жанровой модели житейской истории как эффективное единство содержания и формы, как эффективный способ решения познавательной и коммуникативной задачи, а также соблюдайте логические законы и принципы при разработке структурно-композиционных связей текста.

Проведите авторское редактирование материала в соответствии со стилистическими характеристиками публицистики.

При разработке мультимедийного сценария житейской истории следуйте алгоритму реализации композиционно-структурной стратегии – story board (раскадровке):

- выделите в истории крупный, средний, общий, дальний планы на уровне текста и визуальных знаков;
- каждый план раскройте через мультимедийные кадры (текстовые и визуальные), обращайтесь внимание на смысл каждого кадра;
- проверьте логику внутри кадров и между ними: понятно ли, на какой вопрос отвечает элемент, содержится ли в элементе понятный, четкий и конкретный ответ на предположительный вопрос пользователя;
- разместите в сильные позиции сценария (начало, конец, линия золотого сечения) наиболее важные эпизоды истории;
- продумайте шаблон форматирования (возможность визуального оформления, скроллинг как способ чтения, запуск аудио- и видеофайлов в режиме автостарта) на платформах Tilda Publishing или Scroll Kit;
- ориентируйтесь на рекомендованные способы форматирования конкретного типа информации (см. таблицу).

Рекомендации по использованию формата

Тип информации	Подходящий формат
Место действия	Карта, схема
Время действия	Календарь, таймлайн (сервис Timeline проекта Knight Lab: https://goo.gl/BTU3OT)
Описания места, героев	Фотографии, слайд-шоу
Последовательность событий	Таймлайн

Тип информации	Подходящий формат
Кто что говорит	Цитаты на подложке или в виде выноски, врезки, карточки
Статистические данные	Инфографика
Событие в динамике	Видео, интерактивное видео
Способ решения проблемы	Алгоритм действий, справка, форма для вопросов, to-do list (список задач, расстановка приоритетов)

Помните о том, чего не следует делать в мультимедийном сценарии:

- расшифровывать видеосюжеты и публиковать текст рядом с роликом;
- в выносках повторять дословно авторский текст;
- в тексте пересказывать то, что изображено (на фотографии, в таблице, в графике);
- дублировать визуальные элементы текстом;
- использовать текст там, где можно использовать визуальный образ, где нагляднее будет схема или диаграмма;
- включать в медиатекст фото, аудио, видео, которые не работают на идею;
- последовательно давать два видео.

Тема 2.7. Крупные формы публицистики: очерк и портретное интервью

Форма проведения занятия – семинар.

Вопросы для обсуждения

1. Очерк – ведущий жанр публицистики: специфика содержания и формы.
2. Взаимодействие факта и образа в очерковом обобщении.
3. Приемы художественной типизации.
4. Художественная условность. Образная трактовка деталей.
5. Виды очерка.
6. Портретное интервью в публицистике: история и теория жанра.

Методические указания по контактной работе

Для выступления по вопросам студентам дается не более 5 минут. Все могут принимать участие в обсуждении, дополнении. Необходимо фиксировать определения основных понятий, а также характеристики жанров очерковой публицистики: очерка и портретного интервью. Лучшему усвоению материала может помочь его визуализация в виде таблицы.

Характеристики жанров публицистики

Жанр (название)	Предмет	Целевая установка/ задачи	Виды	Методы работы	Особенно- сти формы

Методические материалы к занятию

Для освоения темы необходимо ознакомиться с теоретическим материалом.

В советское время очерк занимал ведущее место среди художественно-публицистических жанров. Его даже называли королем жанров.

Однако с конца XX века в ученой среде ведутся споры о том, нужен ли он печатным (а впоследствии и сетевым) СМИ. Причина споров – в особом подходе к исследованию действительности, характерном для очерка, – через человека, через его характер. У некоторых вызывает сомнение его востребованность в век прагматики и оперативной информации. Сторонники очерка, в свою очередь, отмечают, что извечная потребность журналистики рассказывать о людях все-таки оставляет очерку шансы на существование.

Пока теоретики спорят... публицисты, пусть и не так часто, но обращаются к очерку для того, чтобы, используя синтез исследования проблемы, знание человеческой природы и выразительные возможности образа, открывать новые стороны человека социального, помогать вырабатывать эффективные нормы общежития.

История очерка и его видов подробно изложена в учебном пособии П. Т. Сопкина «Специфика очерка»¹².

¹² Сопкин П. Т. Специфика очерка. Краснодар, 1999. 80 с.

Происхождение названия жанра в настоящее время до конца не выяснено. Этимологию слова «очерк» традиционно возводят к глаголу *чертить, очерчивать*, т. е. *рисовать контуры, делать наброски с натуры*. А первенство употребления слова «очерк» ряд ученых закрепляют за М. Горьким.

Теория жанра очерка

Дать исчерпывающую характеристику жанру очерка сегодня трудно по той причине, что исторически его природа менялась. Каждое время определяло свои параметры жанра. Очерки XIX века были преимущественно художественными, советский очерк представлял собой беллетризованное, пограничное явление. Современный очерк преимущественно документален.

В результате исторического развития у очерка сформировались типформирующие (характерные) черты.

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. Типических – значит, не вымышленных, а реально существующих, показательных для конкретного времени и пространства.

Проблема или человек доминируют в разных видах очерков. На этот момент обращает внимание профессор Московского государственного университета А.А. Тертычный: «В разных случаях в конкретной публикации преобладает или гуманитарно-художественное, или аналитическое начало в зависимости от предмета и цели публикации»¹³, что, соответственно, влечет за собой разные методы отражения предмета: «если предметом исследования выступает какая-то проблемная ситуация, то целесообразным для ее исследования будет теоретический метод. Если же предметом исследования становится личность, то более подходящим для выявления ее характера будет художественный метод»¹⁴.

¹³ Тертычный А. А. Жанры периодической печати : учеб. пособие. М., 2000. С. 117.

¹⁴ Там же.

Предмет очерка может быть разным:

- им может быть *человек* как «носитель» типичных черт и «носитель» конфликта (внутреннего и внешнего) (например, очерк Юрия Роста «Академик», посвященный Андрею Дмитриевичу Сахарову как человеку, сумевшему сохранить внутреннюю свободу в тоталитарном государстве и преодолевшему тотальный страх) — портретный очерк;
- это может быть *проблемная ситуация*, требующая осмысления и разрешения на уровне морально-нравственного, а иногда и экзистенциального выбора (например, очерк Валерия Аграновского «Реноме» (о нравственном выборе человека в критической ситуации), — проблемный очерк;
- *другая территория, культура, люди, обычаи* как способ самоопределения и самопознания людей другой нации — путевой очерк.

Сочетание исследовательского и образно-выразительного начала также по-разному проявляется в разных видах очерка и в материалах разной тематики. Однако обращенность к личности, социальные, духовные, нравственные коллизии личности — все это является жанрообразующим признаком для всех видов очерка.

Таким образом, к очерку можно отнести такие материалы, в которых с использованием логических и образных средств через обращение к образу человека, через создание его портрета и характера воспроизводятся и анализируются актуальные ситуации и проблемы действительности.

В определении профессора Л.Е. Кройчика четко сформулирована целевая установка очерка: «Очерк — публицистический жанр, в образной форме исследующий *закономерности социально-нравственного бытия человека и развития общественных процессов*, а также конкретные ситуации реальной действительности»¹⁵.

Для реализации целевой установки необходимо, чтобы предмет соответствовал определенным критериям-требованиям: ситуация или жизнь человека должны быть конфликтными, динамичными, яркими, нестандартными.

¹⁵ Основы журналистской деятельности : учебник / С. Г. Корконосенко, Л. Е. Кройчик, В. Д. Мансурова [и др.] ; под ред. С. Г. Корконосенко. 2-е изд., перераб. и доп. М., 2019. С. 240.

Спецификой способа отражения действительности в очерке является единство анализа и образного отражения его результатов (аналитически обоснованная образная картина действительности).

Профессор Л.Е. Кройчик определяет специфику жанровой природы очерка через синкретическое соединение трех начал – социологического (научного), публицистического и художественного:

«*Социологическое* начало очерка выражается в его направленности на исследование общественных отношений и проблем, в рассмотрении социальных сторон деятельности личности, в стремлении автора не к произвольному выбору индивидуально-неповторимых характеров, а к выявлению объективных причин, породивших те или иные социальные характеры и ситуации.

Публицистическое начало проявляется в стремлении автора дать факты в их социальном заострении, максимально актуализировать поднимаемую проблему, выразить свое к ней отношение, опираясь на систему художественно-публицистических образов.

Художественное начало определяется стремлением публициста создать достоверную и убедительную картину действительности с помощью образного мышления, при котором картины, ситуации, явления и характеры социально типизируются»¹⁶.

Типизация в журналистском тексте в соответствии с требованием «достоверности факта» может быть только избирательной. Избирательная типизация позволяет избежать однобокости и тенденциозности в изображении героя. В связи с этим необходим поиск реального человека – носителя типичных черт, реального времени-пространства проблемы.

Полемика среди теоретиков журналистики касается вопроса использования домысла в художественно-публицистическом тексте. Ряд исследователей считают домысел важной составляющей данного жанра. Он обнаруживает себя во введении концептуального времени и пространства (хронотопа), в способах разработки конфликта, в реконструкции диалогов действующих лиц и т. д.

¹⁶ Основы журналистской деятельности : учебник / С. Г. Корконосенко, Л. Е. Кройчик, В. Д. Мансурова [и др.] ; под ред. С. Г. Корконосенко. 2-е изд., перераб. и доп. М., 2019. С. 240.

Хронотоп — единство времени-пространства той проблемы, которая подвергнута анализу, — важнейший элемент очеркового анализа и представления его результатов. Выбор хронотопа — ответственное действие очеркиста. Например, в очерке «Реноме» Валерий Аграновский выбирает в качестве места действия — самолет, времени действия — возвращение на родину в 1969 году.

В очерке важно исследовать проблему, а не просто описать ее, с помощью образных средств интерпретировать ее — истолковать смысл. Расставить важные акценты в изучаемой проблеме, а равно и в характере человека нередко помогает домысливание, а также включение в текст приметных (узнаваемых) деталей, реплик и диалогов, философских рассуждений. Например, в очерке «Реноме» автор рассказывает о попытке соотечественников закрыть одноразовые зонтики, а потом строит часть повествования вокруг коробки с конфетами.

Обязательная составляющая интерпретации — оценочность, в том числе морально-нравственная (а иногда экзистенциальная) оценка.

Очерк — сюжетный жанр, повествовательная форма, сочетающая документальное, познавательное содержание и художественно-реалистическое воплощение, то есть образную форму, эстетическое воздействие.

Факт — исходная точка развития сюжета: «Четверть века назад мне удалось избежать авиационной катастрофы» («Реноме», В. Аграновский). Группировка фактов призвана придавать жизненность социально значимому характеру, помогает избежать тенденциозности, усилить достоверность, объективность, стать подтверждением реальности, а не надуманности ситуации.

Документальность очерка проявляется не только в обращении к фактам, но и к тенденциям общественной практики. Благодаря последней черте очерк может не терять своей актуальности по истечении времени и оказывать эффективное воздействие на аудиторию.

Конфликт — основа построения сюжета, выстраивания системы доказательств, поэтому композиция очерка определяется не развитием события, а логикой суждений (экзистенциальный конфликт в «Рено-

ме» строится на рефлексии автора-героя). Примета очерка – ассоциативность в описании ситуаций, лиц, предметов.

Повествование в очерке всегда ведется от лица биографического автора, то есть лица, реально существующего и вписанного в определенную сетку биографических координат. «Я» в очерке – это сам публицист, его точка зрения на происходящее, его оценки и выводы. Автор как лицо, наделенное высшей властью, ведет повествование, организует сюжет, формирует взгляд аудитории на описываемые события. Обнажение авторской мысли в очерке – эстетический закон, определяющий специфику публицистической образности, в основе которой лежит приглашение читателя к соразмышлению.

К изобразительным средствам очерка следует отнести:

- описание обстановки действия, внешних качеств героя; и чем ярче литературные краски автора: используемые им эпитеты, сравнения, пословицы, поговорки, – тем выше его талант;
- прием «внутреннего монолога», который иногда нужен для того, чтобы передать отзывы множества лиц;
- своеобразие речевой характеристики героев и автора; речь последнего исследует проблему и образно насыщает тему очерка;
- авторский комментарий как средство анализа проблемы и средство передачи психологического состояния героя;
- работа через деталь как средство придания оттенков действительности; будучи средством психологического анализа, деталь выступает важным литературным материалом.

Виды очерка

Разные виды очерка имеют сходные жанровые признаки, но отличаются жанрообразующими.

Портретный очерк. *Предметом отражения* является человек как носитель типичных черт своего времени, эпохи, какой-то период его жизни (или интересный и поучительный жизненный путь человека). Конечно, в случае, когда воспроизводится вся жизнь, она набрасывается пунктиром основных событий.

Цель портретного очерка – на примере одного героя дать оценку типичному явлению, показать особенности общественного развития.

Методы сбора информации — личное наблюдение, биографическое интервью, проработка документов.

Необходимо грамотно использовать полученные данные: сообщив читателю всю совокупность сведений о человеке, можно повторить биографическую справку. Унылое перечисление фактов не заденет читателя. Портретный очерк должен раскрывать духовный мир человека, его характер, психологические характеристики, привычки, конкретные поступки и их последствия.

В портретном очерке журналист должен показать своего героя во всем многообразии его связей и отношений с действительностью, нередко сложной и противоречивой, и в этом сплетении проблем и поступков как раз и проявляется социальная сущность человека, которая и может стать предметом читательского интереса. Иначе возникает вопрос: зачем о нем писать?

При этом надо также помнить, что человек не высечен из одного монолитного куска мрамора и в нем проявляются, сочетаясь и противореча, различные качества. Все вместе они и составляют его сущность. И чем личность крупнее, тем заметнее в нем эти характерные и на первый взгляд, может быть, даже малопривлекательные черты.

Пример: Ю. Рост. «Академик».

В проблемном очерке предметом выступает актуальная, типичная и показательная для времени проблема в ее основных и превалирующих качествах. В отличие от проблемной статьи в проблемном очерке раскрываются сущностное и обобщающее значение проблемы, ее движущие силы и первопричины возникновения, в том числе через обращение к нравственным аспектам, что, собственно, и делает очерк публицистикой.

Пример: А. Аграновский. «Открытие доктора Федорова».

Путевой очерк. У путевого жанра весьма длинная история: его характеристики формировались в богатой на жанр путешествия художественной литературе и в беллетристике. Генезису очерка посвящены *диссертация* К.А. Панцерева «Путевой очерк: эволюция и художественно-публицистические особенности жанра»¹⁷, а также

¹⁷ Панцеров К. А. Путевой очерк: эволюция и художественно-публицистические особенности жанра : дис. ... канд. филол. наук. СПб, 2004. 207 с.

статьи доктора филологических наук, профессора Оренбургского государственного педагогического университета О.М. Скибиной¹⁸.

Жанр публицистического путевого очерка весьма привлекателен для авторов: он интересен массовой аудитории, эффективен в силу особой убедительности и достоверности, наконец, он дает возможность автору высказываться практически по любому поводу — будь то конкретные проблемы переселенцев или всеобщие, национальные проблемы. Проблемность — то качество, которое принципиально отличает путевой очерк от развлекательного чтива.

Предмет — новая территория, новая культура через призму проблем, привычек, нравов людей. Цель — раскрыть сложность, диалектику другой культуры и тем самым узнать что-то новое о своей культуре, нравах, привычках. Путевой очерк выполняет функцию познания и самопознания (публицистические заметки о каком-либо путешествии), иногда он преследует цель описать только нравы людей — очерк нравов. Данная разновидность очерка требует от журналиста постоянных ежедневных записей, наблюдений.

Очерк нередко отождествляют с путевыми заметками. Так же, как и заметки, путевой очерк может посвящаться описанию каких-то явлений, предметов местности, памятников архитектуры, истории. Но очерк обязательно обращен к человеку, в нем автор не только рассказывает об увиденном, но и обязательно выражает свое отношение к нему. Оценки в очерке осуществляются с определённой культурной позиции, имеют заданный культурный характер. Более того — именно личность журналиста, глубина и масштаб его мышления поднимают очерк на публицистическую высоту. И если этого нет, перед нами либо путевые заметки, либо путеводитель.

¹⁸ Скибина О. М. Путевой очерк: синкретизм жанра (на примере русской публицистики XIX века) // Вопросы теории и практики журналистики. 2014. № 4. С. 88–97. URL: cyberleninka.ru/article/n/putevoy-ocherk-sinkretizm-zhanra-na-primere-russkoy-publitsistiki-xix-veka (дата обращения: 14.12.2021). ; Её же. Жанр путевого очерка на страницах периодики 80–90-х гг. XIX в. // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2009. № 6. С. 132–145. URL: cyberleninka.ru/article/n/zhanr-putevogo-ocherka-na-stranitsah-periodiki-80-90-h-godov-xix-v (дата обращения: 14.12.2021). ; Её же. Типология и поэтика путевых очерков беллетристов конца XIX века // Вестник Волжского университета имени В.Н. Татищева. 2017. Т. 2, № 3. С. 110–119. URL: cyberleninka.ru/article/n/tipologiya-i-poetika-putevykh-ocherkov-belletristov-kontsa-xix-veka (дата обращения: 14.12.2021).

Например, очерк М. Задорнова «Писатель, который любил кошек» (Литературная газета. 2003. 10–16 марта (№ 9)). В жанре путевого очерка сделаны «Путешествия Познера и Урганта» (<https://www.1tv.ru/shows/puteshestviya-urganta-i-poznera>).

Путевые заметки, их еще называют дорожные заметки, — это заметки путешественника, которые содержат дорожные впечатления, описание дорожных происшествий, наблюдений и которые претендуют на сообщение читателю новых сведений о малоизвестных или новооткрытых странах.

Путешественник вносит организующее начало в наблюдение за миром (знаком которого является уже сам выбор маршрута), преобразуя его в особый культурный мир своего путешествия.

Путешествие является аналогом познавательной человеческой деятельности, подчиняется, в сущности, закономерности, что и течение человеческой жизни: переход от одного впечатления к другому, появление новых картин и персонажей. Путевые заметки помимо познавательной и культурно-образовательной функции выполняют развлекательную.

На телевидении примером путевых заметок являются «Непутевые заметки Дмитрия Крылова». Выпуск «Индонезия и Самара» (<https://www.1tv.ru/shows/neputevye-zametki/vypuski/neputevye-zametki-vypusk-ot-01-11-2020>).

Тенденции развития видов очерка

Портретный очерк подменяется story, хотя встречается и в классическом варианте на сайтах сетевых СМИ. Для современного очерка характерно акцентирование внимания на личности, его индивидуальности, а не типичности; нередко отсутствует исторический, социальный фон, уходит философская составляющая.

Проблемный очерк практически полностью исчез из СМИ, заменен статьей, обозрением.

Путевой очерк в газетных изданиях встречается редко, («Литературная газета»); используется в специализированных журнальных изданиях (русский журнал «Вокруг света» и иностранных франшизах: National Geographic, GEO); в сетевых СМИ подменяется путевыми заметками, в которых доминирует развлекательное, а иногда и рекламное начало.

Портретное интервью

Портретное интервью как жанр складывался не одну сотню лет, взаимодействуя с другими жанрами.

В.В. Сыченков в диссертации «Интервью-портрет как тип коммуникации»¹⁹ обращает внимание на то, что в функциональном плане интервью-портрет — синкретическая жанровая модель, одновременно реализующая *мыслительно-мировоззренческую* функцию, заимствованную у беседы и философского диалога, *познаватель-но-терапевтическую* — у драматургии, *креативно-творческую* — у литературного диалога-разговора, *table-talks*, *познаватель-но-коммуникативную* — у путешествия-письма, *документально-художественную* — у репортажа и отчета о встрече и портретного очерка.

На интервью-портрет оказали влияние разные виды искусства и науки: философия, театр, литература, живопись, фото- и киноискусство, потому феноменологически он определяется характеристиками, составляющими его межвидовую и межродовую природу.

Линия собственно интервью формируется под влиянием генезиса интервью, а линия портрета — под влиянием жанров, используемых для изображения внутреннего мира и внешнего облика человека.

В теоретическом плане до 1980 года едва ли не единственной работой по теме портретного интервью было исследование В.А. Тищенко «Интервью в газете: теория и практика развития жанра». Но в конце 90-х гг. XX — начале XXI века портретное интервью как разновидность жанра представлено во всех учебниках по теории журналистики (А.А. Тертычного, Л.Е. Кройчика и др.). Благодаря диссертационным исследованиям В.В. Сыченкова и Н.Ю. Янчевой портретное интервью признается научным сообществом самостоятельным художественно-публицистическим жанром.

Н.Ю. Янчева в кандидатской диссертации «Автопортрет в интервью» обращает внимание на то, что «интервью-портрет — едва ли не единственный жанр журналистики, который позволяет личности самой “рассказать о времени и о себе”, на глазах у аудитории

¹⁹ Сыченков В. В. Интервью-портрет как тип коммуникации (на материале российских печатных еженедельников 1985–1996 гг.) : автореф. дис. ... канд. филол. наук. Казань, 2007. С. 8. URL: viewer.rusneb.ru/ru/rsl01003063059?page=1&rotate=0&theme=white (дата обращения: 14.12.2021).

провести процессы познания и самопознания, написав свой автопортрет»²⁰, то есть в основе образа героя в интервью-портрете лежит самораскрытие героя, пусть и инициированное журналистом.

Предмет портретного интервью — неординарная личность, чья личная и профессиональная жизнь интересна читателю: ученые, актеры, кинозвезды, спортсмены, музыканты, банкиры, политики, их близкие, члены их семей, друзья, — которая может сообщить сведения, которые нельзя получить из других источников. Чаще всего это известная многим людям личность, интересная и при этом выступающая носителем типичных черт. Ее мировоззрение — также предмет интереса интервьюера, потому что обсуждение актуальных проблем политики, экономики, культуры — обязательно!

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»²¹, <...> делать акцент на архетипическом, индивидуальном или социальном опыте героя, а также показывать динамику его развития. Для этого — задавать разноплановые и разноуровневые вопросы.

Цель — создание образа героя, т. е. через конкретное раскрыть типичное, дать возможность читателю увидеть героя как системную организацию, во всей сложности и взаимозависимости черт. Для этого интервьюер должен выводить личность на уровень самопознания и самоосмысления, создавать условия, в которых она могла бы сама рассказать о времени и о себе и ни в каких комментариях не нуждалась бы.

Для вовлечения читателя необходимо подчеркивать эффект личного общения с авторитетным для аудитории субъектом социальной практики, поэтому методами получения информации являются беседа, биографическое интервью. Портретное интервью воспроизводит процесс беседы/биографического интервьюирования. В его основе обязательно лежит документальный факт состоявшейся встречи.

²⁰ Янчева Н. Ю. Автопортрет в интервью : автореф. дис. ... канд. филол. наук. Воронеж, 2011. С. 4. URL: viewer.rusneb.ru/ru/rsl01004843805?page=1&rotate=0&theme=white (дата обращения: 14.12.2021).

²¹ Там же. С. 16.

Трудность процесса интервьюирования, беседы — наладить контакт с героем; от этого целиком зависит осуществимость замысла — создание портрета. Диалогический метод отображения — основное средство представления процесса интервьюирования. И хотя, как и в других видах интервью, монтажные связи проявляются через вопросно-ответную форму изложения (представления) материала, специфика портретного интервью — в принципе коммуникации (позиции информационного равенства), изначально в нем заложенном.

Итак, интервью-портрет — это художественно-публицистический жанр журналистики, направленный на создание многогранного образа человека диалогическим методом и индуцирующий дальнейший процесс самопознания у читателя, зрителя или слушателя.

Интервью-портрет по своей коммуникативной природе — это «интервью с самим собой» (как непрерывный процесс и осмысленный результат). На уровне героя — это публичная рефлексия (самопознание) и автопортрет. На уровне журналиста — это план-сценарий и реальный диалоговый портрет. На уровне аудитории — это постановка сцены в мозгу и внутренняя рефлексия (инсайт).

В портретном интервью возрастает роль автора как субъекта высказывания. Зачастую для зрителей (читателей, слушателей) журналист становится даже более важным, чем герой. В усилении роли интервьюера — специфика портретного интервью по сравнению с информационным и аналитическим. Н.Ю. Янчева обращает внимание на то, что «журналист как интервьюер выполняет функции режиссера, переводчика с одного языка на другой»²². При помощи различных техник он, как художник, помогает герою создавать свой собственный автопортрет. Аналогично герою в интервью-портрете может формироваться образ интервьюера. Он складывается из того, что интервьюер хочет сказать аудитории о герое, и того, что он говорит в процессе интервью.

Вопросный уровень, в свою очередь, можно охарактеризовать по двум основным составляющим: *что* говорит автор (прямой

²² Янчева Н. Ю. Личность в интервью в историческом аспекте // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Филология. Журналистика. 2010. № 2. С. 233. URL: www.vestnik.vsu.ru/pdf/phyllolog/2010/02/2010-02-48.pdf (дата обращения: 14.12.2021).

смысл высказывания, цель, подтекст) и *как* он это говорит (лексика и стилистика, построение фразы, жесты, мимика, интонации, контекст и подтекст реплик).

Структурно автор интервью проявляется:

- в формулировках и последовательности вопросов;
- во врезке (лиде) и заголовке (особенно в случае, если в заголовке не вынесена прямая цитата героя);
- на уровне организации готового материала (композиция, драматизм текста).

Н.Ю. Янчева в автореферате²³ обращает внимание на то, что «интервью как публицистическое произведение строится по драматургическим принципам, которые можно описать последовательностью: экспозиция (представление героя) — завязка (обрисовка проблемной ситуации) — кульминация — развязка — эпилог». Как в любом драматургическом произведении построение фразы, жесты, мимика, интонации, речь героев (и интервьюера, и интервьюируемого) становятся выразительными ресурсами.

Идейную нагрузку несут ремарки автора, в которых он комментирует ответы, подает реплики, оценивает реакцию, мимику интервьюируемого.

Особенности формы:

- обязательно присутствует описание обстановки, в которой происходила беседа;
- журналист характеризует внешние черты собеседника: лицо, фигуру, манеру одеваться, двигаться, говорить;
- вопросно-ответная форма;
- большой объем;
- фотоснимки (нередко сопровождающие текст интервью).

В.В. Сыченков в диссертации «Интервью-портрет как тип коммуникации (на материале российских печатных еженедельников 1985—1996 гг.)» предлагает следующее определение портретного интервью: «это устойчивая художественно-публицистическая жанровая форма, *направленная* на раскрытие человека как уникального явления действительности методом собственно интервью, разгово-

²³ Янчева Н. Ю. Автопортрет в интервью. С. 19.

ра, опроса или беседы, на отражение его внутренней сути (содержания) через отбор наиболее характерных внешних деталей облика, профессии, социального статуса и другой атрибутики личности, выраженных в прямой речи героя (автопортрет) <...>»²⁴, и отображающая полученный результат в вопросно-ответной форме с помощью драматургических и изобразительно-выразительных ресурсов.

Ключевой проблемой для журналиста при подготовке к интервью является достижение *гармонии между вопросами*, затрагивающими разные сферы личности:

- биографическую (личную);
- социальную;
- профессиональную;
- нравственную;
- мировоззренческую;
- актуальную.

Разновидности портретного интервью

По типу героя:

- *портрет антигероя*: важны вопросы, вскрывающие ситуацию, помогающие разоблачению собеседника, заостряющие внимание на противоречиях, должна доминировать критическая направленность, в таких интервью публицисту нередко приходится преодолевать увертки, недомолвки, бороться с прямым искажением фактов, желательна маска беспристрастности, объективности, общий корректный фон беседы и в то же время серьезные и иногда очень болезненные для партнера выпады;
- *«звездное интервью»*: требует внимания к деталям, подробностям биографии «звезд», нужно быть готовым к активизации с их стороны имиджевых ресурсов.

По драматической категории «пространство-движение-время»:

- *Линейные интервью-портреты*. Их доминирующая характеристика – действие: человек рассматривается через поэтапное развитие, движение к намеченной им цели. Это может быть «отрезок» (человек в определенный момент его жизни); «восходящая прямая» (человек и его развитие); «ломаная судьба человека»; «кривая»

²⁴ Сыченков В. В. Указ. соч. С. 10.

(взгляд из настоящего в будущее, предчувствие изменения); «волна» (человек и циклы жизни); «спираль» (карьера, личностный рост человека).

▪ *Фигурные интервью-портреты*: портрет, действие на определенном фоне (профессиональном, личном, социальном). На телевидении – крупный и общий планы.

▪ *Стереометрические интервью-портреты*. Ключевое понятие – «объем». В центре внимания – отношения человека и времени в самом широком, философском смысле.

Рекомендуемая литература

1. Григорьева, Л. М. Биографический очерк в современной российской журнальной периодике : специальность 10.01.10 «Журналистика» : автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата филологических наук / Григорьева Людмила Михайловна ; Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова. – Москва, 2010. – 22 с. – URL: viewer.rusneb.ru/ru/rsl01004613491?page=22&rotate=0&theme=white (дата обращения: 13.12.2021).
2. Ильченко, С. Н. Интервью в журналистском творчестве : учеб. пособие / С. Н. Ильченко ; Санкт-Петербургский государственный университет. – Санкт-Петербург : С.-Петерб. гос. ун-т, 2003. – 93 с.
3. Котаева, А. Р. Очерки в прессе и на ТВ: сравнительный речевой анализ // Жанры речи. – 2019. – № 4. – С. 294–299. – URL: cyberleninka.ru/article/n/ocherki-v-presse-i-na-tv-sravnitelnyu-rechezhanrovyy-analiz (дата обращения: 14.12.2021).
4. Кройчик, Л. Е. Исследовательско-образные жанры // Основы журналистской деятельности : учебник для вузов / С. Г. Корконосенко, Л. Е. Кройчик, В. Д. Мансурова [и др.] ; под ред. С. Г. Корконосенко. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва, 2019. – С. 238–247.
5. Лазутина, Г. В. Очерковая журналистика / Г. В. Лазутина, С. С. Распопова // Жанры журналистского творчества : учеб. пособие для студентов вузов / Г. В. Лазутина, С. С. Распопова. – Москва, 2012. – Глава 4. – С. 105–153.

6. Мажура, А. В. К вопросу о жанровой классификации интервью в журналистском творчестве / А. В. Мажура, Е. Д. Тимофеева // Наука и школа. – 2019. – № 3. – С. 47–53. – URL: cyberleninka.ru/article/n/k-voprosu-o-zhanrovoi-klassifikatsii-intervyu-v-zhurnalistskom-tvorchestve (дата обращения: 14.12.2021).
7. Станько, А. У истоков жанра интервью // Акценты : новое в массовой коммуникации : альманах. – 2012. – Вып. 7–8. – С. 17–18.
8. Сыченков, В. В. Интервью-портрет в системе современных публицистических жанров // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. – 2000. – № 2. – С. 108–114.
9. Тертычный, А. А. Очерк // Жанры периодической печати : учеб. пособие / А. А. Тертычный. – Изд. 5-е, испр. и доп. – Москва, 2014. – С. 269–291.
10. Шальнова, Е. П. Очерк и его жанровые признаки. Роль публицистики в структуре рассказа и очерка // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. – 2014. – № 2. – С. 498–501. – URL: cyberleninka.ru/article/n/ocherk-i-ego-zhanrovyey-priznaki-rol-publitsistiki-v-strukture-rasskaza-i-ocherka (дата обращения: 14.12.2021).
11. Янчева, Н. Ю. Личность в интервью в историческом аспекте // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Филология. Журналистика. – 2010. – № 2. – С. 229–234. – URL: www.vestnik.vsu.ru/pdf/philolog/2010/02/2010-02-48.pdf (дата обращения: 14.12.2021).

Тема 2.8. Технология работы над портретным очерком

Форма проведения – практическое занятие с использованием индивидуальной и коллективной работы студентов.

Вопросы для обсуждения

1. Портретный очерк: единство индивидуального и типичного в герое.
2. Жанрообразующие и жанровые признаки.
3. Сюжет как постижение характера.

4. Приемы и методы создания образа героя: самовыражение собеседника, характерные ситуации взаимодействия с окружающими, отзывы и воспоминания о нем, реконструированные факты биографии.
5. Эффект преодоления судьбы и обстоятельств.

Практические задания

Задание 1. Из современных СМИ подберите материал, написанный в жанре портретного очерка. Проанализируйте его по жанроописательной методике для выявления эффективности решения познавательной и коммуникативной задач. Оцените, удалось ли автору через индивидуальные характеристики передать типичные черты героя. Определите, какие приемы художественной выразительности использовал автор для раскрытия образа героя.

Задание 2. Выберите героя с интересной и показательной судьбой. Разработайте программу подготовки портретного очерка. Ориентируйтесь на характеристики целевой аудитории медиахолдинга ТГУ «Есть talk!».

Методические указания по проведению занятия

Практическое занятие включает несколько блоков, каждый из которых направлен на проверку результатов самостоятельной работы студентов:

- знание теории жанра портретного очерка;
- умение анализировать материалы, написанные в жанре портретного очерка, и давать оценку их идейно-тематическим, структурно-композиционным и стилистическим характеристикам;
- умение выбирать героя и разрабатывать программу подготовки портретного очерка.

Успешность занятия зависит от качества выполнения заданий для самостоятельной работы.

Методические материалы к занятию

Для подготовки к обсуждению вопросов необходимо ознакомиться с теоретическим материалом и рекомендуемой литературой по теме «Крупные формы очерковой публицистики: очерк и портретное интервью».

Практические задания выполняются студентами самостоятельно дома. На занятии совместно с преподавателем и учебной группой обсуждаются и оцениваются результаты.

Методические указания по выполнению самостоятельной работы

Задание 1 требует подбора портретного очерка для анализа. В случае отсутствия такового можно проанализировать очерк Юрия Роста «Гражданин академик» (<https://newsland.com/community/6831/content/grazhdanin-akademik-ocherk-iuriiia-rosta-k-iubileiu-andreia-sakharova/5246101>).

Анализ текста необходимо проводить в соответствии с жанроописательной методикой, предложенной учеными Московского государственного университета:

- предмет – целевая установка (функция) – метод;
- роль фактов, роль автора, методы предъявления информации, структурно-композиционные характеристики, языковые и изобразительно-выразительные средства.

Качество материалов следует оценивать, сопоставляя полученные данные с характеристиками жанровой модели.

Задание 2. При выборе героя необходимо ориентироваться на то, чтобы его судьба имела интересные перипетии и одновременно была показательной для времени-пространства и конкретной ситуации. Кроме того, она должна позволять раскрыть типичные проблемы и (или) морально-нравственные коллизии действительности. Обязательным условием выбора героя должно быть личное знакомство с ним автора. Разработайте программу подготовки материала в жанре портретного очерка. Для этого:

- Опишите процесс выбора героя, систему аргументов в пользу конкретной личности. Предложите возможные формулировки тем.

- Сформулируйте цель очерка (она должна включать познавательные, социальные, морально-нравственные и аксиологические задачи).

- Дайте характеристику каждому этапу познавательной деятельности через формулировки задач и методов их решения, предложите правила выбора источников информации и обоснуйте их правомерность.

- Опишите условия, соблюдение которых необходимо для выработки авторской концепции материала. Опишите процесс дотекстовой подготовки материала.

- Охарактеризуйте процесс применения знаний о жанровой модели портретного очерка при создании текста.

- Обоснуйте выбор варианта авторской стратегии в материале.

- Охарактеризуйте ресурсы «диалога в монологе», стилистические и другие средства выразительности (авторские ассоциации, образные обобщения), которые могут быть эффективно использованы для выражения авторской идеи.

- Представьте синопсис сюжета портретного очерка. Опишите способ создания эффекта преодоления судьбы и обстоятельств.

- Выберите и опишите приемы и методы создания образа героя: какие рассуждения могут помочь самовыражению собеседника, какие характерные ситуации взаимодействия с окружающими, отзывы и воспоминания о нем, реконструированные факты биографии помогут созданию его образа.

Напишите текст. Для повышения коммуникативной направленности материала ориентируйтесь на описание жанровой модели портретного очерка как эффективное единство содержания и формы, как эффективный способ решения познавательной и коммуникативной задачи.

Тема 2.9. Технология работы над путевым очерком

Форма проведения — практическое занятие с использованием индивидуальной и коллективной работы студентов.

Вопросы для обсуждения

1. Путевой очерк в русской литературе и публицистике.
2. Жанрообразующие и жанровые признаки путевого очерка.
3. Специфика синкретизма путевого очерка: сочетание познавательного плана с проблемным.
4. Возможности содержания путевого очерка: отражение политики и культуры, быта и нравов в картине «чужого мира». Самопознание через сопоставление своей культуры с «другой».
5. Использование приема солидаризации в путевом очерке: отождествление автора и читателя — земляка, единомышленника.
6. Способы удовлетворения познавательного интереса аудитории.
7. Стилистика увлекательного рассказа о непривычном, экзотическом.

Практические задания

Задание 1. Из современных СМИ подберите два материала, написанные в жанре путевого очерка. Проанализируйте их по жанроописательной методике, доказав принадлежность к очерковой модели, а не к жанру путевых заметок. Оцените, удалось ли автору решить комплекс задач: познавательных, культурно-образовательных, аксиологических. Определите, какие приемы художественной выразительности использовал автор для создания образа места, для реализации культурно-образовательной функции и выражения идеи о влиянии политики на быт и нравы людей разных стран и мест.

Задание 2. Выберите место, которое вы лично посещали и которое вас поразило. Разработайте программу подготовки путевого очерка. Ориентируйтесь на характеристики целевой аудитории медиахолдинга ТГУ «Есть talk!».

Методические указания по проведению занятия

Практическое занятие включает несколько блоков, каждый из которых направлен на проверку результатов самостоятельной работы студентов:

- знание теории жанра путевого очерка;
- умение анализировать материалы, написанные в жанре путевого очерка, и давать оценку их идейно-тематическим, структурно-композиционным и стилистическим характеристикам;
- формирование умения выбирать интересное и «показательное» место и разрабатывать программу подготовки путевого очерка.

Успешность занятия зависит от качества выполнения заданий для самостоятельной работы.

Методические материалы к занятию

Для подготовки к обсуждению вопросов необходимо ознакомиться с теоретическим материалом и рекомендуемой литературой по теме «Крупные формы очерковой публицистики: очерк и портретное интервью».

Практические задания выполняются студентами самостоятельно дома. На занятии совместно с преподавателем и учебной группой обсуждаются и оцениваются результаты.

Методические указания по выполнению самостоятельной работы

Задание 1 требует подбора путевого очерка для анализа. Рекомендуется искать примеры в «Литературной газете», в журналах о путешествиях. Необходимо помнить, что наряду с путевыми очерками в журнальных изданиях публикуются путевые заметки. Их принципиальное отличие от очерка – отражение результатов эмпирического восприятия действительности и реакции на нее (чувственной, без авторских размышлений, философских отступлений и т. п.).

Анализ текста необходимо проводить в соответствии с жанро-описательной методикой, предложенной учеными Московского государственного университета:

- предмет – целевая установка (функция) – метод;
- роль фактов, роль автора, методы предъявления информации, структурно-композиционные характеристики, языковые и изобразительно-выразительные средства.

Качество материалов следует оценивать, сопоставляя полученные данные с характеристиками жанровой модели.

Задание 2. При выборе места необходимо ориентироваться на то, чтобы оно было интересным, необычным, но при этом чтобы судьба живущих в нем людей имела интересные детали, была показательной для времени-пространства и конкретной ситуации. Кроме того, это место должно позволять раскрыть типичные проблемы и (или) морально-нравственные коллизии действительности. Обязательным условием выбора места должно быть личное знакомство с ним автора.

Разработайте программу подготовки материала в жанре путевого очерка. Для этого:

- Опишите процесс выбора конкретного места и систему аргументов в его пользу. Предложите возможные формулировки темы.
- Сформулируйте цель очерка (она должна включать познавательную, культурно-образовательную и аксиологическую задачи).
- Дайте характеристику каждому этапу познавательной деятельности через формулировки задач и методов их решения, предложите правила выбора источников информации и обоснуйте их правомерность.
- Опишите условия, соблюдение которых необходимо для выработки авторской концепции материала. Опишите процесс дотекстовой подготовки материала.
- Охарактеризуйте процесс применения знаний о жанровой модели путевого очерка при создании текста.
- Обоснуйте выбор варианта авторской стратегии в материале.
- Представьте синопсис сюжета путевого очерка. Опишите способ создания эффекта самопознания через познание «другого».
- Выберите и опишите приемы и методы создания образа места: факты, действия людей, отражение в них влияния политики, экономики, другой культуры.

▪ Охарактеризуйте ресурсы, которые могут помочь сделать повествование увлекательным.

Напишите текст. Для повышения коммуникативной направленности материала ориентируйтесь на описание жанровой модели путевого очерка как эффективное единство содержания и формы, как эффективный способ решения познавательной и коммуникативной задачи.

Тема 2.10. Технология работы над портретным интервью

Форма проведения – практическое занятие с использованием индивидуальной и коллективной работы студентов.

Вопросы для обсуждения

1. Генезис портретного интервью: роль Д.И. Державина, Н.М. Карамзина, А.С. Пушкина в становлении прайформы публицистического портретного интервью. Появление портретного интервью на страницах газет. Место и роль портретного интервью в периодической печати досоветского и советского периодов.
2. Факторы популярности портретного интервью в конце XX – начале XXI вв. Освоение портретным интервью телевизионной платформы.
3. Портретное интервью в современном медиадискурсе: платформы, виды, интервьюеры, герои.
4. Жанрообразующие и жанровые признаки портретного интервью.
5. Функции портретного интервью.
6. Специфика роли автора в портретном интервью.
7. Драматургия портретного интервью.
8. Разновидности портретного интервью.

Практические задания

Задание 1. Из современных СМИ подберите два материала, написанные в жанре портретного интервью. Проанализируйте их по жанроописательной методике, доказав принадлежность к жанровой модели. Оцените, удалось ли автору создать образ «героя нашего времени», раскрыть его индивидуальные особенности и типичные

черты. Определите, какие приемы использовал автор для создания своего образа.

Задание 2. Выберите героя для портретного интервью. Напишите лид к материалу. Составьте список вопросов герою, позволяющих раскрыть его личность в разных аспектах.

Методические указания по проведению занятия

Практическое занятие включает три блока, каждый из которых направлен на проверку результатов самостоятельной работы студентов:

- знание теории жанра портретного интервью;
- умение анализировать материалы, написанные в жанре портретного интервью, и давать оценку их идейно-тематическим, структурно-композиционным и стилистическим характеристикам;
- формирование умения выбирать героев портретных интервью, разрабатывать вопросы к ним, добиваясь сценарного развертывания содержания в соответствии с драматургическим принципом.

Успешность занятия зависит от качества выполнения заданий для самостоятельной работы.

Методические материалы к занятию

Для подготовки к обсуждению вопросов необходимо ознакомиться с теоретическим материалом и рекомендуемой литературой по теме «Крупные формы очерковой публицистики: очерк и портретное интервью».

Практические задания выполняются студентами самостоятельно дома. На занятии совместно с преподавателем и учебной группой обсуждаются и оцениваются результаты.

Методические указания по выполнению самостоятельной работы

Задание 1 требует подбора портретных интервью для анализа. Рекомендуется искать примеры в «Литературной газете», в журнале Story. Анализ текста необходимо проводить в соответствии с жанроописательной методикой, предложенной учеными Московского государственного университета:

- предмет – целевая установка (функция) – метод;
- роль фактов, роль автора, методы предъявления информации, структурно-композиционные характеристики, языковые и изобразительно-выразительные средства.

Анализ портретного интервью требует внимания к такой характеристике, как «образ автора». Он раскрывается через структурные элементы текста (заголовок, лид), через формулировки вопросов, авторские ремарки, отступления, размышления, через описание обстановки, в которой проходит интервью.

Задание 2. При выборе героя портретного интервью необходимо ориентироваться на то, чтобы его судьба имела интересные перипетии и одновременно была показательной для времени-пространства и конкретной ситуации. Кроме того, она должна позволять раскрыть типичные проблемы и (или) морально-нравственные коллизии действительности.

«Вопросник» к портретному интервью должен включать не менее 8–10 вопросов. Первый вариант вопросника необходимо структурировать в соответствии с разными сферами личности, то есть это блок вопросов, раскрывающих:

- биографическую (личную);
- социальную;
- профессиональную;
- нравственную;
- мировоззренческую;
- актуальную суть личности героя.

Второй вариант вопросника следует выстраивать в соответствии с драматургическим принципом развития «сценария»: от вопроса-завязки – через вопрос-кульминацию – к вопросу-развязке. Необходимо добиваться логичности и последовательности переходов от одного вопроса к другому.

Тема 2.11. Комическое как инструмент и жанрообразующее средство сатирической публицистики

Форма проведения занятия – семинар.

Вопросы для обсуждения

1. Понятие комического. Модификации комического.
2. Ирония, юмор, сатира как формы комического.
3. Проявление модификаций комического в ведущих жанрах сатирической публицистики – фельетоне, памфлете.

Методические указания по контактной работе

Во время семинара студентам необходимо фиксировать определения основных понятий, а также характеристики видов комического, жанров фельетона и памфлета.

Методические материалы к занятию

Для освоения темы необходимо изучить теоретический материал.

В общественной практике встречаются события, явления или поступки людей, которые общество в силу своих законов, моральных взглядов или традиций может считать аморальными, преступными и вообще неприемлемыми, а потому требующими всеобщего осуждения. Задачу осуждения способна выполнять сатирическая журналистика, основным выразительным ресурсом которой является комическое.

Научное осмысление природы комического представлено в трудах Ю.Б. Борева и А.Н. Тепляшиной.

Ю.Б. Боров определяет комическое как «особую эмоционально насыщенную эстетическую форму отрицающей и утверждающей критики, представляющую предмет в неожиданном свете, вскрывающую внутренние противоречия его и вызывающую активное самостоятельное противопоставление предмета эстетическим идеалам»²⁵, и подчеркивает, что «комедийная обработка жизненного

²⁵ Боров Ю. Б. Комическое. М., 1970. С. 6. URL: biblio.imli.ru/images/abook/teoriya/borev_yu_komicheskoe_ili_o_tom_kak_smekh_kaznit_nesovershens.pdf (дата обращения: 14.12.2021).

материала выступает как художественное средство заострения, концентрации противоречий и эстетических свойств реальности, стилизации необходимого эффекта неожиданности и катализатора активности противопоставления эстетических идеалов осмеиваемому явлению»²⁶.

А.Н. Тепляшина рассматривает комическое как особую эмоциональную критику явлений жизни, «основным коммуникативным намерением которой является <...> негативная оценка, а также ее варианты: упрек, недовольство, порицание, насмешка, возмущение»²⁷ и т. п. Поступки человека, свойства, качества характера могут быть комическими сами по себе, а могут рассматриваться на вербально-рефлексивном уровне комического (слово, мысль), т. е. через искусственно созданный в произведении контекст.



Специфическую природу комического Ю.Б. Боров описывает следующим образом: «Эстетическая природа, социальный характер выделяют комическое из широкой сферы явлений, способных вызывать смех. Смех могут вызвать не только комические, но и самые разнообразные явления, начиная от щекотки и кончая действием горячащих напитков или веселящего газа. Смех возникает и при восприятии забавного и при жизнерадостном настроении, он может быть выражением восторга и торжества и результатом тяжелого

²⁶ Боров Ю. Б. Комическое. М., 1970. С. 6. URL: biblio.imli.ru/images/abook/teoriya/borev_yu_komicheskoe_ili_o_tom_kak_smekh_kaznit_nesovershens.pdf (дата обращения: 14.12.2021).

²⁷ Тепляшина А. Н. Сатирические жанры современной публицистики : учеб. пособие. СПб., 2000. С. 25.

нервного потрясения <...> Смешное шире комического. Комическое – прекрасная сестра смешного. Комическое порождает социально окрашенный, значимый, одухотворенный эстетическими идеалами, «светлый», «высокий» (Гоголь) смех, отрицающий одни человеческие качества и общественные явления и утверждающий другие»²⁸.

Разновидностями комического выступают *ирония*, *сатира*, *юмор*. В них определяющей остается сущность комического, но каждая обладает своими особенностями.

Ирония как модификация комического является интеллектуальной категорией, требующей усилий от воспринимающего ее сознания. Ю.Б. Борев определяет ее так: «это один из оттенков комедийного смеха, одна из форм особой эмоциональной критики, при которой за положительной оценкой скрыта острая насмешка»²⁹. А.Н. Тепляшина подчеркивает, что «действие иронии основано на противопоставлении логичного и алогичного»³⁰. «Ирония притворно хвалит те свойства, которые по существу отрицает, поэтому она имеет двойной смысл: прямой, буквальный, и скрытый, обратный. И чем более глубоко скрыт ее истинный смысл, тем ирония более язвительна»³¹ – объясняет действие иронии Ю.Б. Борев.

Мягкая ирония используется для создания эффекта осмеяния в фельетоне. Ирония, достигшая трагедийного начала, становится сарказмом – сатирической по направленности, особо едкой и язвительной иронией, <...> изобличающей явления, особо опасной по своим общественным последствиям»³².

Ю.Б. Борев считает, что в контексте эстетики Шлегеля «ирония, регистрируя противоречия, помогает возвыситься над ними, она сама по своей природе диалектика»³³.

Частным случаем иронии является комический намек – «переходная форма от иронии, скрытой насмешки, бьющей, так сказать, исподтишка, к насмешке, которая прямо и открыто разит против-

²⁸ Борев Ю. Б. Указ. соч. С. 10.

²⁹ Там же. С. 98.

³⁰ Тепляшина А. Н. Указ. соч.

³¹ Борев Ю. Б. Указ. соч. С. 98.

³² Там же. С. 100.

³³ Там же. С. 102.

ника. Насмешка — прямая обидная издевка, протекающая в форме сатирически заостренной, эмоционально насыщенной критики»³⁴.

А.Н. Тепляшина, рассматривая иронию в контексте категории автора, отмечает: «Категория иронии рассматривается как проявление скрытой субъективной авторской оценки. Создание иронического смысла обусловлено стремлением автора выразить свое отношение к действительности косвенным путем, отстраниться от изображаемой ситуации, взглянуть на нее со стороны»³⁵. По ее мнению, «иронический «фокус» предлагает читателю «ключ» к тексту, подсказывает, что суждения и оценки действующих лиц нуждаются в критическом осмыслении, усиливает комизм»³⁶. Ирония часто используется в фельетонах для создания образа героя. Она помогает снижать его значительность за счет акцентирования внимания на смешном характере мыслей, речей, поступков, манеры общения с людьми.

Юмор и сатиру Ю.Б. Боров называет противоположными «полюсами».

Объектом сатиры, по его мнению, может быть «всякое явление, имеющее широкую отрицательную общественную значимость и вызывающее особую эмоциональную критику с позиций эстетических идеалов, соответствующих объективному ходу действительности. Сатира начисто отрицает явление, раскрывая его полное несоответствие высоким эстетическим идеалам; она — бичующее изобличение всего, что стоит на пути к их полному осуществлению»³⁷.

А.Н. Тепляшина³⁸ отмечает ряд сущностных признаков сатиры как модификации комического. Сатира выражает однозначно отрицательное отношение автора к объекту критики. Сатирическое осмеяние всегда производится с определенной точки зрения, с определенной позиции, нормы, ценности и т. п. Именно она выступает мерилем нормы и точкой отсчета для отклонений от нее. Нередко выразителем нормы, носителем идеала выступает «образ автора»:

³⁴ Боров Ю. Б. Указ. соч. С. 107.

³⁵ Тепляшина А. Н. Указ. соч. С. 26.

³⁶ Там же.

³⁷ Боров Ю. Б. Указ. соч. С. 83.

³⁸ Тепляшина А. Н. Указ. соч. С. 26–30.

«И именно с позиций авторского идеала характеризуются персонажи, факты, явления действительности»³⁹.

Основным способом создания сатирического образа является преувеличение и заострение. Ю.Б. Борев отмечает, что «преувеличение и заострение в сатире есть проявление более общей закономерности: деформации образа, способствующей выявлению наиболее существенных пороков, жизненных явлений, достойных сатирического осмеяния»⁴⁰. Основные формы преувеличения — гиперболы, гротеск. Гротесково-моделирующий способ отображения действительности в сатире один из главных. Автор сюжета как бы «моделирует» тип конфликта, отношения между персонажами, социальными группами и др. Другой способ сатирической типизации — гротесково-иносказательный — вносит в сатирическое повествование черты сказа, вымысла, фантазии.

А.Н. Тепляшина обращает внимание на то, что за намеренным гротескным искажением в сатире скрываются авторские идеалы, авторское представление о реальности, и дистанция между авторским мироощущением и изображением в тексте ощущается чрезвычайно отчетливо»⁴¹. При этом она убеждена, что «сатирически заостренный характер героя не теряет своей объемности, индивидуальности и определенной психологической глубины, только эти глубина и объемность особого рода: они целенаправленны и подчинены разоблачительной функции»⁴².

Сатирическое преувеличение лежит в основе таких жанров, как карикатура и *памфлет*.

Название жанра «памфлет» происходит от слияния двух греческих слов — *πάμπ* (все) и *φίλεγο* (жгу, воспаляю) — «все сжечь».

Предметом памфлета являются социально значимые факты действительности, деятельность политических и государственных деятелей, социальные и политические системы. Критическое изображение этих реалий действительности имеет целью социально-политическое обличение, направленное на полную дискреди-

³⁹ Тепляшина А. Н. Указ. соч. С. 30.

⁴⁰ Борев Ю. Б. Указ. соч. С. 174.

⁴¹ Тепляшина А. Н. Указ. соч. С. 32.

⁴² Там же. С. 35.

тацию предмета. А.Н. Тепляшина обращает внимание на то, что «масштабность критики в памфлете очевидна: памфлет — критика не нравов, а социальных явлений»⁴³.

Специфическими чертами памфлета являются: ярко выраженная тенденциозность; принципиальная полемичность; обличительная критика, носящая сугубо личностный, персонифицированный характер; оценочная интонация; синтез художественных средств и прямой политической аргументации и пропаганды.

Тенденциозность — предвзятость, пристрастность, эмоциональность, односторонность — памфлета проявляется в очевидности того, против кого (чего) выступает автор и с каких позиций высказывает критические суждения.

Принципиальная полемичность проявляется в логике опровержения, которая является композиционным принципом: автор либо опровергает какую-либо концепцию, либо утверждает свою — но опять же через опровержение чужой.

Обличающая («все сжигающая») позиция автора — основа памфлетного произведения. Она может быть прямой или скрытой. По мнению А.Н. Тепляшиной, «обличение проявляется *открыто*, когда автор по ходу повествования при помощи таких приемов, как саркастические отступления, едкие, гневные ремарки, высказывает свое отношение к политику, событию, социальному явлению. Открытое обличение имеет целью сатирическое заострение и обобщение. Крайний вариант — преувеличение, стимуляция гнева, омерзения, чувства непримиримости»⁴⁴. *Непрямое обличение* скрывается за «авторской маской» (например, мизантропа, предлагающего свою — желчную, ироничную, с оттенком сарказма версию событий наряду с официальной точкой зрения), которая позволяет окрашивать факты в едкие сатирические тона, при этом не высказывая непосредственно своего отношения к ним.

Публицистичность памфлета проявляется в авторской позиции (имплицитно или эксплицитно выраженной), в его стремлении дать факты в социальном заострении, в понятной и четко выраженной идее автора. А.Н. Тепляшина подчеркивает, что «чаще всего она

⁴³ Тепляшина А. Н. Указ. соч. С. 72.

⁴⁴ Там же. С. 80.

выступает как развернутая оценка какого-то феномена, заинтересовавшего автора, а также — в виде предположения, предложения, требования, ожидания, связанных с такой оценкой и обращенных к силам, способным изменить или отстоять ту или иную ситуацию, то или иное явление»⁴⁵. Автор может проявлять себя с помощью различных речевых фигур: средств диалога, нарратива, оценочности, приемов открытой полемики, стилистических фигур ораторской речи; приема создания стилового контраста в результате столкновения высокой и сниженной лексики и т. д. Автор выступает единственным положительным героем памфлета, других в произведении нет.

Сила воздействия памфлета на читателя обеспечивается эмоциональной оценочностью и использованием средств художественной выразительности: метафора, аллегория, иносказание, пародия, сарказм, гиперболы, гротеск. А.Н. Теляшина подчеркивает, что «владение методами «возвышения» добра и «уничтожения» зла на уровне, достаточном для написания хорошего памфлета, требует <...> литературного таланта, а также хорошего знания той сферы деятельности, которая отображается в памфлете»⁴⁶.

Пример памфлета

Сказ о том, что российским космонавтам, увы, не удастся оторваться в казино на орбите

У Достоевского лапки

Фалет (псевдоним)

Начну издалека. Смутно подозреваю в Тиртее и Алкее секретных западных агентов. Которые скрежесут зубками, строят козни и не верят в российскую науку. Но я на их подлые уловки не ведусь. Пусть себе пляшут на симпозиумах, сверкая лысыми и подоткнувши тоги. А я сегодня вознесу хвалу Центру подготовки космонавтов имени Гагарина.

Браво и еще раз браво! Ведь главное для космонавта — здоровье. Чтобы, пардон, никакого ишиаса, геморроя, отита, цирроза и даже грибка и кариеса. А то вот, допустим, встретит он в космосе гуманоида или рептилоида? Какой он пример покажет?

⁴⁵ Теляшина А. Н. Указ. соч. С. 83.

⁴⁶ Там же. С. 84.

И вот что особенно греет. Теперь космонавтов, как сообщают специалисты Центра подготовки космонавтов имени Гагарина, будут вдобавок тестировать на полиграфе. Чтобы выявить «зависимости от алкоголя, наркотиков и азартных игр, а также связи с преступным миром».

Короче, полиграф в отличие от богословов прозондирует все анналы загадочной русской души. Просто на раз. Думаю, в нем нужно сразу неподходящие для стартов режимы наладить. Скажем, «Пушкин» или «Достоевский». Или «Михаил Булгаков». Пусть всякие Пушкины и Достоевские глубины своего духа бороздят, понимаешь. Потому что у них лапки.

А космос — дело тонкое. В нем хорошо бы реальным пацанам отрываться. Не подверженным азарту или, упаси Зевс, веществам. Я думаю, они бы сработали бы в космосе четко. По понятиям. Замутили бы бизнес с казино на орбите. Распиарили бы его, как межгалактический Лас-Вегас. Сбили бы плотную группировку, крышевали бы всех от рептилоидов. И никто бы не пел бы о траве у дома. Потому что туда бы наверняка подгоняли бы вдоволь каких-нибудь инопланетных шишечек. Позабористей. С ними и космос стал бы как дом. Как мы любим.

Независимая газета, рубрика «Филантропия»

10.12.2020 URL: https://www.ng.ru/titus/2020-12-10/1_8037_titus.html

Юмор — другой «полюс» комического — редко встречается в современной литературе и публицистике (трансформировавшейся под влиянием постмодернистской иронии). Его специфической чертой является примиряющее отношение к объекту осмеяния. А.Н. Тепляшина видит в этом внутреннее принятие мира таким, каков он есть, Ю.Б. Боров — то, что «в наших недостатках продолжают наши достоинства». Исследователь комического убежден, что «положительная характеристика персонажа приобретает особую яркость и выразительность, когда художник, рисуя образ, использует краски юмора»⁴⁷. Юмористические произведения пишутся чаще всего на бытовые темы, в них воссоздаются всем понятные,

⁴⁷ Боров Ю. Б. Указ. соч. С. 88–89.

общечеловеческие ситуации, героями становятся люди из народа. А.Н. Тепляшина характеризует юмор как «беззлобный смех над человеческими недостатками и слабостями. Он изображает несовершенство жизни и человеческие слабости как нечто такое, с чем следует мириться, что заслуживает снисхождения. <...> Цель юмориста — дружеская критика недостатков»⁴⁸.

Сравнивая сатиру и юмор, Ю.Б. Борев делает вывод: «Итак, особая эмоциональная критика отрицающая и критика утверждающая свой объект в его существовании — в этом суть различия сатиры и юмора»⁴⁹.

Юмор и мягкая ирония являются жанрообразующими признаками *фельетона*, а также такой разновидности житейской истории как *байка*.

А.Н. Тепляшина объясняет происхождение слова «фельетон» следующим образом: «слово *фельетон* «появляется во Франции на рубеже XVIII—XIX веков и не имеет в это время ничего общего с конкретным жанром. Это слово французского происхождения, производное от *feuille*, что означает «лист, листок». В 1800 году парижская газета *Journal des Debats* изменила привычный формат, «удлинилась», получив дополнительно «нижний этаж», который, согласно современной журналистской терминологии, называется подвалом. Дополнительный объем газетной полосы тогда был назван фельетоном (*feuilleton*)»⁵⁰.

Исторически в литературе и публицистике формировались жанровые признаки фельетона. На сегодняшний день предметом публицистического фельетона является большинство фактов действительности, чаще всего это факты из личной жизни людей, близкие к бытовым, это нравы, в которых отражаются особенности, тенденции эпохи.

Цель фельетона — проявить комическую сущность ситуации, действия, явления, высмеять его нелепости, недостатки. Очень часто для этого используется такое средство комического, как юмор, обладающий примиряющим характером по отношению к объекту осмеяния.

⁴⁸ Тепляшина А. Н. Указ. соч. С. 37.

⁴⁹ Борев Ю. Б. Указ. соч. С. 98.

⁵⁰ Тепляшина А. Н. Указ. соч. С. 37.

Большинство теоретиков жанров выделяют такие признаки фельетона, как: строгая фактическая основа в сочетании с авторским подтекстом; особая форма построения (сюжетная или ассоциативная); лирико-юмористическая интонация; конкретные выводы.

Для отражения действительности в фельетоне используются методы изображения (творческого преобразования с помощью изобразительно-выразительных средств и образов) и оценки. Прямая оценка, как правило, представляет собой общение нарратора с читателем. Скрытая оценка формируется посредством подтекста, зашифровывается в «авторской маске» и требует декодирования читателем. Как правило, скрытая оценка возникает благодаря ироническому подходу к предмету отражения. А.Н. Тепляшина подчеркивает: «Авторская маска» — это центр (или, скорее, квази-центр) повествования, это камертон, который настраивает и организует реакцию «абстрактного читателя» как получателя информации, как идеального реципиента, который должен понимать все коннотации автора, различные «стратегии» его текста, в том числе стилевой прием иронии»⁵¹. «Авторская маска» проявляется в тональности фельетона — юмористической или комической.

Структура фельетона может представлять собой либо последовательное (в некоторых случаях ассоциативное) повествование по принципу «нанизывания» картинок, мыслей, ассоциаций (аналогично эссе), либо сюжетное повествование, построенное по принципам драматургии (с завязкой, развитием действия, кульминацией и развязкой, которая включает цепь эмоционально-образных и логических выводов, дает концентрированное выражение авторской мысли, содержит итоговую оценку). Но в обоих случаях ассоциативность выступает как выразительный ресурс фельетона.

Основным средством создания комического эффекта в фельетоне является комический парадокс — столкновение, выявление несоответствия факта нормам, правилам, привычным действиям. В результате факт вызывает одновременно и смех, и приятие, основанное на понимании того, что жизнь многогранна и не имеет четкого деления на «черное» и «белое».

⁵¹ Тепляшина А. Н. Указ. соч. С. 40.

Для создания комического эффекта в фельетоне могут использоваться: реминисценции («дословные или намеренно видоизменённые отрывки прецедентных текстов, вкраплённые в создаваемый текст и отсылающие читателя к прецедентным текстам»⁵²), исторические параллели, метафоры, аллегории, гиперболы, афоризмы, крылатые слова.

Пример фельетона

Андрей Привалов. Сумасшедший маркетинг

- Молодой человек, могу я вам чем-нибудь помочь?
Давно работницы торговли не говорили мне комплиментов...
– Да, помогите материально!
– У нас акция: покупаете ртуть – мы вам её дарим.
– Ртуть? Зачем мне ртуть?
– Ну, ртутный градусник для аквариума. Мы так его между собой называем – «ртуть». Он суперточный. Покупаете – дарим! Акция!
– Не пойму, в чём прикол. Как вы можете мне подарить градусник, если я его уже купил?
– Говорю же, акция, нам сверху спустили. Из центрального офиса. 12-й уровень маркетинга. UpperIntermediate. Говард Шульц придумал. Читали?
– Он умер в нищете.
– Но дело его живёт!
– Нет, девушка, мне не нужен градусник. Я ищу вечную иглу для примуса. Я собираюсь жить вечно.
– А! Это в соседнем отделе! Зина, к тебе покупатель!

Литературная газета. 09.12.2020.

URL: <https://lgz.ru/article/-49-6764-09-12-2020/sumasshedshiy-marketing/?club12st=yes>

⁵² Дурцева Е. Ю. Использование текстовых реминисценций в речевом общении // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Лингвистика. 2015. № 4. С. 66. URL: elibrary.ru/item.asp?id=24284613 (дата обращения: 14.12.2021).

Рекомендуемая литература

1. Боров, Ю. Б. Комическое или о том, как смех казнит несовершенство мира, очищает и обновляет человека и утверждает радость бытия / Ю. Б. Боров ; отв. ред. А. Я. Зись. — Москва : Искусство, 1970. — 268, [1] с. — URL: biblio.imli.ru/images/abook/teoriya/borev_yu_komicheskoe_ili_o_tom_kak_smekh_kaznit_nesovershens.pdf (дата обращения: 14.12.2021).
2. Бушев, А. Б. Жанры и языковые механизмы комического // *Studia Culturae*. — 2011. — Вып. 12. — С. 217–233. — URL: philosophy.spbu.ru/userfiles/rusphil/Smeh%20v%20Rossii-20.pdf (дата обращения: 14.12.2021).
3. Романов, А. Г. Комическое в современной российской прессе // *Филологические науки. Вопросы теории и практики*. — 2013. — № 1. — С. 152–154. — URL: www.gramota.net/materials/2/2013/1/42.html (дата обращения: 14.12.2021).
4. Тепляшина, А. Н. Аспекты комического в прессе постсоветской России // *Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия: Социально-гуманитарные науки*. — 2006. — № 8. — С. 49–54. — URL: cyberleninka.ru/article/n/aspekty-komicheskogo-v-presse-postsovetskoj-rossii (дата обращения: 14.12.2021).
5. Тепляшина, А. Н. Сатирические жанры современной публицистики / А. Н. Тепляшина. — Санкт-Петербург : Изд-во Санкт-Петербургского ун-та, 2000. — 93, [1] с.
6. Тепляшина, А. Н. Творческая природа комического (жанровая парадигма современной журналистики) : специальность 10.01.10 «Журналистика» : автореферат диссертации на соискание ученой степени доктора филологических наук / Тепляшина Алла Николаевна ; Санкт-Петербургский государственный университет. — Санкт-Петербург, 2007. — 38 с. — URL: static.freereferats.ru/_avtoreferats/01004257386.pdf (дата обращения: 14.12.2021).

Тема 2.12. Средства создания юмористического образа в фельетоне

Форма проведения — практическое занятие с использованием индивидуальной и коллективной работы студентов.

Вопросы для обсуждения

1. Фельетон в современной качественной прессе. Жанрообразующие и жанровые признаки.
2. Публицистическая и рекреативная задачи фельетона.
3. Средства создания сатирического образа в фельетоне.
4. Маска автора: идейная нагрузка, средства создания.
5. Язык и стиль фельетона.

Практические задания

Задание 1. Найдите в современных СМИ примеры двух фельетонов. Проанализируйте их с точки зрения жанровых особенностей и средств создания комического парадокса. Охарактеризуйте маску фельетониста. Определите, какие приемы использовал автор для ее создания. Дайте оценку «критической нагрузке» каждого выразительного средства и приема сатирического заострения ситуации.

Задание 2. Используя прием комического парадокса, прокомментируйте оперативный факт действительности.

Методические указания по проведению занятия

Практическое занятие включает три блока, каждый из которых направлен на проверку результатов самостоятельной работы студентов:

- знание теории жанра фельетона;
- умение анализировать материалы, написанные в жанре фельетона, и давать оценку их идейно-тематическим, структурно-композиционным и стилистическим характеристикам;
- формирование умения с помощью комического парадокса создавать образ предмета, требующий юмористического отношения.

Успешность занятия зависит от качества выполнения заданий для самостоятельной работы. Практические задания выполняются

студентами самостоятельно дома. На занятии совместно с преподавателем и учебной группой обсуждаются и оцениваются результаты.

Методические материалы к занятию

Для подготовки к обсуждению вопросов необходимо ознакомиться с теоретическим материалом и рекомендуемой литературой по теме «Комическое как инструмент и жанрообразующее средство сатирической публицистики».

Методические указания по выполнению самостоятельной работы

Задание 1 требует подбора примеров фельетона для анализа. Рекомендуется выбирать примеры из «Литературной газеты» (рубрика «Клуб “12 стульев”» – <https://lgz.ru/club/>), журнала «Крокодил» (рубрики «Вилы в бок!», «Вокруг света и тьмы», «Какой я хозяин», «Улыбки разных широт» и т. д.; <https://журнал-крокодил.рф/glavnaya/>).

Анализ текста необходимо проводить в соответствии с жанрописательной методикой:

- предмет – целевая установка (функция) – метод;
- роль фактов, роль автора, методы предъявления информации, структурно-композиционные характеристики, языковые и изобразительно-выразительные средства.

Анализ фельетона требует внимания к такому выразительному ресурсу, как комический парадокс. Основой комического парадокса является противоречие, заключающееся в столкновении двух смыслов в рамках одного высказывания. Один из смыслов обязательно противоречит обыденному представлению о положении дел в мире. В процессе анализа необходимо выявить речевые ресурсы выражения обоих смыслов и определить, как они помогают определять смысл, отступающий от нормы.

Задание 2. Для подготовки комического комментария факта действительности необходимо отталкиваться от понимания того, что парадокс – это совмещение несовместимого: «слон в посудной лавке».

Приемы создания комического парадокса:

- выбрать персонаж и поместить его в ситуацию, которая ему максимально не подходит;
- выбрать героя и наделить его антонимичными (противоположными реальным) свойствами;
- выбрать пространство и поместить в него «неподходящего» героя;
- выбрать двух героев-антагонистов и поместить их в единое (ограниченное) пространство;
- выбрать постулат (общепринятое мнение) и сопоставить его с неожиданной реализацией в действительности (не соответствующей ему);
- создать двучастную структуру текста: в первой части нечто утверждается, а во второй – оно же отрицается;
- предложить неожиданную трактовку известного и/или привычного факта, суждения, пословицы, фразеологических единиц, реминисценции и т. д.

С другими приемами создания парадокса можно познакомиться в материале «20 приёмов создания парадоксов» (<https://academy.livejournal.com/83366.html>).

Рекомендуемая литература

1. Кознова, Н. Н. Памфлет и фельетон: особенности развития жанра и проблемы «выживания» в современной медиасреде // Современные СМИ в контексте информационных технологий : 2-я Всерос. науч.-практ. конф. – 2015 : сборник науч. трудов / редкол.: Н. Б. Лезунова [и др.]. – Санкт-Петербург, 2016. – С. 70–75.
2. Ланчиков, В. К. Фельетон и его предыстория / В. К. Ланчиков, С. К. Дмитриев // Мосты. Журнал переводчиков. – 2016. – № 3. – С. 63–72.
3. Межина, В. А. Выразительные средства современного фельетона // Экология языка : сборник статей X Междунар. науч. конф. / под ред. Е. Н. Сердобинцевой. – Пенза, 2017. – С. 154–157.
4. Никонова, Ю. И. Лингвистическое оформление речевого акта оскорбления в сатирическом дискурсе (на материале газетного фельетона) // Язык. Право. Общество : сборник статей IV Между-

нар. науч.-практ. конф. / под ред. О. В. Барабаш [и др.]. – Пенза, 2016. – С. 248–251.

5. Северина, Е. А. Фельетон как средство воздействия на общественное мнение // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки. – 2016. – № 23. – С. 79–92. – URL: cyberleninka.ru/article/n/felieton-kak-sredstvo-vozdeystviya-na-obschestvennoe-mnenie (дата обращения: 14.12.2021).
6. Страшнов, С. Л. О тенденциях развития стихотворного фельетона // Вестник Костромского государственного университета. – 2016. – Т. 22, № 6. – С. 109–113.
7. Тепляшина, А. Н. Сатирические жанры современной публицистики / А. Н. Тепляшина. – Санкт-Петербург : Изд-во Санкт-Петербургского ун-та, 2000. – 93, [1] с. – Из содерж.: Раздел II. Дифференциация сатирических жанров публицистики. – С. 74–90.

Тема 2.13. Средства создания сатирического образа в памфлете

Форма проведения – практическое занятие с использованием индивидуальной и коллективной работы студентов.

Вопросы для обсуждения

1. Памфлет – жанр политической сатиры.
2. Объект, специфика предмета, цель.
3. Сатирический метод в памфлете. Специфические черты: памфлетное преувеличение, патетика обличений в памфлете, тенденциозность.
4. Приемы создания сатирического эффекта в памфлете: перевоплощение, фантазмагория, гротеск. Маска памфлетиста.
5. Язык и стиль памфлета.

Практические задания

Задание 1. Подберите из современных СМИ два примера памфлета. Проанализируйте их с точки зрения жанровых особенностей и использованных приемов сатирической трансформации. Объясните их смысловую и структурообразующую нагрузку. Дайте оценку стилю памфлета. При необходимости предложите рекомендации по его усовершенствованию, в том числе с точки зрения освобождения от инвективной лексики и неэтичных высказываний.

Задание 2. Выберите предмет действительности, требующий обличения. Используя приемы сатирической трансформации и преувеличения, создайте критический образ, дискредитирующий предмет осмеяния.

Методические указания по проведению занятия

Практическое занятие включает три блока, каждый из которых направлен на проверку результатов самостоятельной работы студентов:

- знание теории жанра памфлета;
- умение анализировать материалы, написанные в жанре памфлета, и давать оценку их идейно-тематическим, структурно-композиционным и стилистическим характеристикам;
- формирование умения создавать произведения обличительного характера, направленные на дискредитацию объекта.

Успешность занятия зависит от качества выполнения заданий для самостоятельной работы.

Методические материалы к занятию

Для подготовки к обсуждению вопросов необходимо ознакомиться с теоретическим материалом и рекомендуемой литературой по теме «Комическое как инструмент и жанрообразующее средство сатирической публицистики».

Практические задания выполняются студентами самостоятельно дома. На занятии совместно с преподавателем и учебной группой обсуждаются и оцениваются результаты.

Методические указания по выполнению самостоятельной работы

Для выполнения задания 1 необходимо подобрать памфлеты для анализа. Рекомендуется искать примеры в «Российской газете», «Независимой газете» (рубрика «Филантропия»), «Литературной газете» (рубрика «Клуб “12 стульев”» – <https://lgz.ru/club/>), журнале «Крокодил» (рубрика «Вокруг света и тьмы» и др.; <https://журнал-крокодил.рф/glavnaya/>). Анализ текста необходимо проводить в соответствии с жанроописательной методикой, предложенной учеными Московского государственного университета:

- предмет – целевая установка (функция) – метод;
- роль фактов, роль автора, методы предъявления информации, структурно-композиционные характеристики, языковые и изобразительно-выразительные средства.

Анализ памфлетов требует внимания к таким характеристикам, как сатирическое преувеличение, авторская маска. Необходимо изучить, с помощью каких речевых средств создается преувеличение и раскрывается автор в произведении.

Задание 2. В качестве приёмов сатирической трансформации и преувеличения, как правило, используется тенденциозная (однобокая) деформация жизненного материала, способствующая выявлению наиболее существенных пороков и явлений, достойных сатирического осмеяния.

Рекомендуется использовать гиперболу, суть которой в преувеличении предмета осмеяния в целом; гиперболы смешны, когда подчеркивают отрицательные качества, а не положительные; гротеск, который выводит повествование за рамки реально возможного мира, разворачивает страшную картину действительности, в которой уничтожено духовное начало и здравый смысл; фантазмагорическое повествование и т. д.

Рекомендуемая литература

1. Богомолова, А. В. Дискурсивные характеристики памфлета (переводческий аспект) / А. В. Богомолова, В. Е. Горшкова // Язык. Культура. Коммуникация. – 2019. – № 22. – С. 25–34. – URL: elibrary.ru/item.asp?id=42393189 (дата обращения: 14.12.2021).

2. Султанбекова, З. Л. Памфлет как жанр журналистики // Буслевские чтения : сборник науч. статей по материалам VIII Всерос. науч.-практ. конф. с междунар. участием. – Пенза, 2020. – С. 318–321.
3. Тепляшина, А. Н. Сатирические жанры современной публицистики / А. Н. Тепляшина. – Санкт-Петербург : Изд-во Санкт-Петербургского ун-та, 2000. – 93, [1] с. – Из содерж.: Раздел II. Дифференциация сатирических жанров публицистики. – С. 66–73.

ТЕСТОВЫЕ ЗАДАНИЯ

1. От какого слова путем словообразования и калькирования произведено слово «колумнистика»?

- 1) колонка
- 2) коломна
- 3) колонель
- 4) контур

2. В какой период текст на газетной полосе стал делиться на колонки?

- 1) 1650-е
- 2) 1550-е
- 3) 1750-е
- 4) 1700-е

3. На какой период пришелся расцвет колумнистики в России?

- 1) 60-е гг. XX в.
- 2) 70-е гг. XX в.
- 3) 80-е гг. XX в.
- 4) 90-е гг. XX в.

4. Какое явление культуры было фактором развития колумнистики в западных и отечественных СМИ?

- 1) постмодернизм
- 2) неоклассицизм
- 3) модернизм
- 4) романтизм

5. Кто из западных колумнистов вел колонку в журнале «New York Observer»?

- 1) У. Эко
- 2) А. Перес-Реверте
- 3) К. Бушнелл
- 4) Д. Гилмор

6. В каких значениях используется в журналистской практике термин «колонка»?

- 1) как особенным образом оформленный столбец
- 2) как жанр

- 3) как синоним слова «блог»
- 4) как авторская рубрика
- 5) как направление гражданской журналистики
- 6) как направление онлайн-журналистики

7. Путь какого жанра повторила колонка в своем движении от рубрики к типу текста?

- 1) фельетона
- 2) памфлета
- 3) репортажа
- 4) корреспонденции

8. Реплика – это

- 1) краткое, емкое, некомментируемое оперативное сообщение о новом факте действительности
- 2) тип текста, представляющий детализированное безличное описание факта, требующего пояснения, уточнения, раскрытия, с акцентом на деталях и подробностях, а также динамике развития
- 3) короткий, емкий, эмоционально насыщенный авторский текст, содержащий ценностно-ориентирующую информацию
- 4) тип текста, отражающий процесс и результат обсуждения актуальных вопросов специально собравшейся группой людей

9. С какой особенностью человеческой психики связана популярность жанра реплики в конце XX – начале XXI в.?

- 1) психика человека формируется и постоянно обогащается в условиях социального окружения, в процессе усвоения социального, общественного опыта
- 2) человеческое сознание мысленно расчленяет целое на части, вычленяет отдельные свойства предмета, а также мысленно объединяет свойства в единое целое
- 3) в процессе формирования психики человека его внешние физические действия с материальными объектами предшествуют формированию внутренних психических действий
- 4) быстрее и активнее всего человеческое сознание фиксирует что-то необычное, отличающееся от привычного положения вещей

10. На какую реакцию аудитории в первую очередь ориентирована реплика как жанр колумнистики?

- 1) на спонтанную реакцию, активизирующую чувственные переживания
- 2) на отсроченную, осмысленную реакцию
- 3) на порождение логической цепочки рассуждений
- 4) на активизацию чувства юмора

11. Толковый словарь русского языка содержит следующее определение понятия «реплика»

- 1) «Речь одного действующего лица в условиях сценической изолированности, произносимая независимо от реплик других действующих лиц и определяющая известный момент в развитии действия»
- 2) «Краткое замечание, возражение, ответ. Возражение стороны на судебном процессе. В литературе, кино, театре — компактное высказывание персонажа, как правило, произносимое в ответ на слова другого. Литературно-газетный жанр»
- 3) «Короткий, емкий, эмоционально насыщенный авторский текст, содержащий ценностно-ориентирующую информацию»
- 4) «Речь, доклад, заявление и т. п., которые произносят перед большой аудиторией»

12. Краткое замечание, ответ, возражение стороны на судебном процессе; в литературе, кино, театре — компактное высказывание персонажа, как правило, произносимое в ответ на слова другого, — это определение понятия

- 1) реплика
- 2) диалог
- 3) монолог
- 4) выступление

13. В каких сферах человеческой жизнедеятельности зародилась реплика как тип текста?

- 1) в науке
- 2) в путешествиях
- 3) в юриспруденции
- 4) в искусстве

- 5) в философии
- 6) в гражданских запросах

14. Зародившись в искусстве и юриспруденции, этот жанр был приспособлен к решению задач, стоящих перед журналистикой.

- 1) колонка
- 2) реплика
- 3) эссе
- 4) колонка-рецензия

15. Укажите определение жанра реплики, предложенное М.И. Шостак.

- 1) лаконичное сообщение, представляющее собой энергичное провозглашение оценочного суждения журналиста о конкретном событии или явлении социальной практики
- 2) литературно-газетный жанр, представляющий собой краткое замечание, ответ, возражение, как правило, произносимое в ответ на слова другого
- 3) тип текста, представляющий детализированное безличное описание факта, требующего пояснения, уточнения, раскрытия, с акцентом на деталях и подробностях, а также динамике развития
- 4) тип текста, отражающий процесс и результат обсуждения актуальных вопросов специально собравшейся группой людей

16. Лаконичное сообщение, представляющее собой энергичное провозглашение оценочного суждения журналиста о конкретном событии или явлении социальной практики, — это определение жанра

- 1) колонки
- 2) эссе
- 3) реплики
- 4) зарисовки

17. Как смещаются акценты отражения действительности в колумнистике по сравнению с другими направлениями профессиональной деятельности журналиста?

- 1) делается акцент на объективном и достоверном отражении действительности

- 2) используется метод типизации наряду с объективным изображением действительности
- 3) акцент смещается с объективного отражения действительности на образное ее изображение
- 4) акцент смещается с объективного и достоверного изображения действительности на демонстрацию авторской позиции по конкретному поводу

18. Объектом внимания и поводом для выступления в жанре реплики является

- 1) новое общественно значимое событие или явление, имеющее негативный или ярко выраженный положительный характер
- 2) новое общественно значимое событие или явление
- 3) новое общественно значимое событие или явление, непосредственным наблюдателем или участником которого явился сам журналист
- 4) событие или явление, являющееся типичным для определенного периода жизнедеятельности общества

19. Творческая задача реплики заключается в том, чтобы

- 1) оперативно сообщить о новом факте действительности и предложить его истолкование (комментирование) в контексте актуальной социальной проблемы
- 2) оперативно проинформировать аудиторию о новом событии действительности, о его наиболее значимых внешних чертах
- 3) как можно точнее отразить спонтанную реакцию автора на поразивший его факт или явление действительности, реакцию, которая демонстрирует свободу мысли
- 4) предложить аудитории систематизированное знание о внутренних сущностных характеристиках проблемы

20. Какой метод предъявления информации используется в реплике в качестве основного?

- 1) повествование
- 2) описание
- 3) констатация
- 4) оценка

21. Скрытая оценка как метод представляет собой

- 1) предъявление позиции автора без её прямой, законченной формулировки, а всем контекстом материала, расстановкой акцентов на тех или иных вопросах, на тех или иных деталях и подробностях
- 2) замену качества аргументов их количеством, декларирование готовых выводов, а не конкретных фактов
- 3) убеждение через побуждение людей к принятию предлагаемой им информации
- 4) введение в текст неоднократно повторяющихся уничижительных определений

22. Колонка — это

- 1) жанр
- 2) тип форматирования
- 3) формат
- 4) канал коммуникации
- 5) рубрика
- 6) стиль

23. Чем обеспечивает новизна предмета отражения в колонке?

- 1) новизна напрямую зависит от новизны предмета
- 2) новизной сферы жизнедеятельности, к которой обращается колумнист
- 3) новизной взгляда (точки зрения) колумниста
- 4) новизной методики познания предмета

24. Цель колонки

- 1) сообщение о возникшей проблеме или фрагментарное осмысление проблемной ситуации
- 2) в выразительной форме представить аргументированную авторскую позицию на факты, явления, проблемы действительности
- 3) обстоятельное осмысление проблемной ситуации, выявленной в результате изучения социального конфликта, и представление вариантов ее разрешения
- 4) эмоциональное воздействие на аудиторию

25. Какой еще признак, наряду с оригинальностью, оппозиционностью, является ведущим признаком колонки?

- 1) диалогичность
- 2) наличие подтекста
- 3) сатирическая направленность
- 4) бесстрастность повествования

26. Как определяет понятие «индивидуальный стиль журналиста» Г.С. Мельник?

- 1) это реальные черты трудового процесса, непосредственно совершаемые действия, овладение которыми происходит на начальном этапе профессиональной подготовки, проявляется в воспроизведении уже известных знаний, умений, навыков в привычных условиях
- 2) это основные принципы отбора, осмысления, оценки и отображения фактов и явлений действительности, наиболее отвечающие мировоззрению автора, его общественной позиции, раскрывающиеся в закономерных связях предметов и явлений, во взаимодействии образов
- 3) это проявление творческого метода в журналистском производстве как неповторимое и узнаваемое своеобразие формально-содержательной и языковой сторон произведения, система выразительных средств в их закономерных взаимосвязях
- 4) это технологии, наиболее соответствующие подходу автора к изображаемой деятельности

27. Как проявляет себя персонифицированный адресант в медиатексте?

- 1) как человек-загадка, не как абсолютный источник текста, эстетически ответственная за свое произведение личность, носитель ценностей, а как простой скриптор (записывающий), который несет в себе не страсти, настроения, чувства или впечатления, а только такой необъятный словарь, из которого он черпает свое письмо
- 2) как человек-невидимка, автор не обнаруживает себя, своих впечатлений и эмоций, а вводит их в ткань текста, используя средства «маскировки» для порождения «эффекта отсутствия»

- 3) как человек индивидуальный, выраженный в тексте высокой авторской модальностью, преобладанием Я-предложений, субъективным характером оценок; отражение действительности осуществляется конкретным человеком, готовым лично поручиться за каждое свое слово, в индивидуально-неповторимом стиле, что усиливает эмоциональное воздействие текста на аудиторию, одновременно усиливая оценочный компонент текста
- 4) как человек социальный, рассматривающий социальные проблемы с социальной позиции

28. С чего начинается творческий процесс в колумнистике?

- 1) с выбора жанра
- 2) с активизации творческой фантазии
- 3) с намерения автора выявить существенные особенности тех фактов, которые становятся объектом его внимания
- 4) с составления композиции будущего произведения

29. Кто является субъектом высказывания в колумнистике?

- 1) безличный автор
- 2) биографический автор
- 3) «авторская маска»
- 4) автор-нарратор

30. Автор колонки является

- 1) гносеологическим феноменом, своеобразным открывателем мира для аудитории, открывающим новые факты
- 2) человеком, дающим оценку происходящему ради выработки общих представлений, суждений, ценностей
- 3) выразителем определенной точки зрения
- 4) субъектом, организующим повествование

31. Автор колонки как *аксиологический* феномен является

- 1) гносеологическим феноменом, своеобразным открывателем мира для аудитории
- 2) человеком, дающим оценку происходящему, осуществляющим ценностную ориентацию аудитории
- 3) выразителем определенной точки зрения
- 4) субъектом, организующим повествование

32. Автор публицистического текста как *мировоззренческий* феномен является

- 1) гносеологическим феноменом, своеобразным открывателем мира для аудитории
- 2) человеком, дающим оценку происходящему, осуществляющим ценностную ориентацию аудитории
- 3) выразителем определенной точки зрения
- 4) субъектом, организующим повествование

33. Автор публицистического текста как *эстетический* феномен является

- 1) гносеологическим феноменом, своеобразным открывателем мира для аудитории
- 2) человеком, дающим оценку происходящему, осуществляющим ценностную ориентацию аудитории
- 3) выразителем определенной точки зрения
- 4) субъектом, организующим повествование

34. Нарративность как основополагающее свойство колумнистики – это

- 1) способность текста демонстрировать авторское целеполагание в процессе контакта субъекта высказывания с аудиторией
- 2) способность автора поддерживать коммуникативные отношения с аудиторией
- 3) способность текста привлечь внимание аудитории способом организации повествования в пределах избранной эстетической обработки материала
- 4) способность реализовать особого типа сговор между автором высказывания и адресатом этого высказывания

35. Зарисовка – это жанр

- 1) передающий первое впечатление о предмете
- 2) представляющий краткое, емкое, некомментируемое оперативное знание о новом факте действительности
- 3) текст, содержащий оценку событию, совершавшемуся в форме обмена информацией, с точки зрения его значимости для решения актуальной социальной проблемы

4) краткий текст, сводящий воедино несколько историй из жизни людей

36. Что выступает предметом отражения в зарисовке?

- 1) результат информационной деятельности людей с точки зрения его влияния на решение социальной проблемы
- 2) новое самоочевидное событие, в прошлом породившее социальную проблему
- 3) проблемная ситуация, требующая разрешения
- 4) событие или ситуация, имеющие локальный характер и скрытый социальный смысл

37. Цель зарисовки

- 1) через детализированное описание увиденной «картинки» из жизни и эмоциональную реакцию на ее внешние характеристики проявить важные для человеческого общежития смыслы
- 2) выявить причинно-следственные связи события или локальной ситуации через призму «видения» субъекта речи
- 3) сообщить о событии или локальной ситуации, а также истолкование их с точки зрения причинно-следственных связей
- 4) провести наглядное публичное исследование проблемы через описание события, ее проявившего

38. Что отличает зарисовку от репортажа, так же ориентированного на отражение реально наблюдаемого события?

- 1) репортаж отражает то, что говорит о социальной значимости предмета, зарисовка может отражать те стороны предмета, которые показались важными автору
- 2) наглядность зарисовки регулируется стремлением автора как можно точнее выразить свои впечатления, в то время как в репортаже излишняя детализация может быть вредна
- 3) репортаж представляет максимально оперативное знание об основных внешних признаках актуального общественно значимого события, а зарисовка акцентирует внимание на внутренних конфликтных аспектах события
- 4) ничего не отличает, оба жанра содержат оперативное сообщение о новом событии, через детали и подробности развернув его сущность

39. Каков предмет пейзажной зарисовки?

- 1) локальный факт или ситуация действительности, отражающие типичные социальные конфликты, проблемы, идеалы, ценности
- 2) новые, неизвестные ранее подробности исторических событий и ситуаций
- 3) картины природы, указывающие на красоту мироздания, гармонию мироустройства, последствия человеческого вмешательства
- 4) внешний набросок образа современника — человека, живущего в типичных узнаваемых условиях

40. Какие жанры журналистики мнений позволяют представить человеческую историю?

- 1) житейская история
- 2) исповедь
- 3) фельетон
- 4) зарисовка
- 5) памфлет
- 6) очерк
- 7) интервью
- 8) отчет

41. Укажите виды житейской истории, которых не было в отечественной журналистике начала и середины XX в.?

- 1) story
- 2) житейские истории-предостережения
- 3) житейские истории-байки
- 4) мультимедийная история

42. Story — это разновидность жанра

- 1) житейской истории
- 2) портретного очерка
- 3) портретного интервью
- 4) портретной зарисовки

43. Жанр житейской истории представляет собой

- 1) краткий рассказ о внешних чертах какого-либо локального, лично наблюдаемого журналистом события
- 2) сочинение, которое выражает личное отношение автора и его мнение о том, что он описывает, с выражением переживаний

и эмоций, вовсе не обязательно полностью и исчерпывающе представляющее тему

- 3) описание реальных и одновременно типичных ситуаций из жизни людей, их поступков, различных коллизий, облеченное в форму литературного рассказа
- 4) произведение, которое дает образное представление о фактах, людях и событиях, обращается к чувствам читателя, воссоздавая картины действительности в образной форме, донося идею с помощью изобразительных средств

44. Житейские истории-предостережения предназначены для того, чтобы

- 1) помочь читателю правильно сориентироваться в бытовых, хозяйственных, практических ситуациях
- 2) развлечь читателя, обеспечить рекреационный эффект
- 3) вызвать личное сопереживание и при этом формировать морально-нравственные ценности
- 4) представить развернутую оценку конкретной проблемной ситуации из сферы политики или экономики

45. Из разновидностей житейской истории развлекательный и рекреативный характер имеет

- 1) жанр житейской истории-предостережения
- 2) жанр житейской истории-байки
- 3) жанр житейской истории-исповеди
- 4) жанр художественной житейской истории

46. Цель эпитафии как жанра публицистики

- 1) через детализированное описание увиденной картинке из жизни и эмоциональную реакцию на ее внешние характеристики проявить важные для человеческого общежития смыслы
- 2) выявить причинно-следственные связи события или локальной ситуации через призму «видения» субъекта речи
- 3) создать образ человека, представление в социальном аспекте его достоинств и достижений
- 4) провести наглядное публичное исследование проблемы через описание события, ее проявившего

47. Эпитафия как жанр публицистики

- 1) посвящается личности умершего человека, выступает как напоминание о его достоинствах и достижениях
- 2) описывает реальные и одновременно типичные ситуации из жизни людей, их поступки, коллизии
- 3) представляет собой краткий рассказ о внешних чертах какого-либо локального, лично наблюдаемого журналистом события
- 4) представляет собой сочинение, которое выражает личное отношение автора и его мнение о том, что он описывает, с выражением переживаний и эмоций

48. Главным жанрообразующим признаком очерка является

- 1) личность, ее социальные, духовные, нравственные характеристики
- 2) наличие субъективного мнения публициста
- 3) использование метода рассуждения для отражения предмета
- 4) направленность на доказательство существования неразрешимой проблемы

49. Преимущественная сфера внимания очеркистов – это

- 1) причинно-следственные связи социальных ситуаций
- 2) тенденции и закономерности общественного развития
- 3) сфера искусства и конкретные произведения различных видов искусств
- 4) социальные, духовные, нравственные характеристики и коллизии личности

50. Типичный герой очерка – это значит

- 1) уникальный человек с оригинальной точкой зрения на мир
- 2) вымышленный персонаж, не имеющий реального прототипа
- 3) реально существующий человек, чья судьба показательна для конкретного времени и пространства
- 4) искусственно созданный образ, в котором собраны интересные черты современников

51. Актуальная социально-нравственная проблема раскрывается в очерке в форме

- 1) типичных ситуаций, личностей, характеров и взаимоотношений людей
- 2) ироничного повествования автора

- 3) описания и повествования о фрагментах жизнедеятельности общества
- 4) вопросно-ответного повествования

52. К очерку можно отнести такие материалы

- 1) которые посвящены личности умершего человека, выступают как напоминание о его достоинствах и достижениях
- 2) в которых отражены результаты личного, «живого» наблюдения автора за событием и его участниками, проявляющие скрытые смыслы происходящего
- 3) в которых описание реальных и одновременно типичных ситуаций из жизни людей, их поступков, различных коллизий облечено в форму литературного рассказа
- 4) в которых с использованием логических и образных средств, через обращение к образу человека воспроизводится актуальная проблема действительности

53. Укажите определения очерка как жанра публицистики.

- 1) тип художественно-публицистического текста, в котором представлена аналитически обоснованная образная картина действительности
- 2) жанр художественно-публицистической литературы, которому присуще критическое, комическое начало, актуальность и подвижность предмета сообщения или рассуждения, видимая «бесплановость», лёгкость, непринуждённость композиции, пародийное использование художественных и внехудожественных жанров и стилей
- 3) публицистическое произведение, непосредственная цель и пафос которого – конкретное, гражданское, преимущественно социально-политическое обличение
- 4) публицистическое произведение, посвященное личности умершего человека, выступающее как напоминание о его достоинствах и достижениях
- 5) публицистический жанр, в образной форме исследующий закономерности социально-нравственного бытия
- 6) публицистическое произведение, в котором отражены результаты личного, «живого» наблюдения автора за событием и его участниками, проявлены скрытые смыслы происходящего

54. Какие три начала выделяет в очерке профессор ВГУ Л.Е. Кройчик?

- 1) социологическое
- 2) художественное
- 3) констатирующее
- 4) индивидуально-авторское
- 5) публицистическое
- 6) критическое

55. В чем проявляется социологическое начало очерка как жанра публицистики?

- 1) в направленности на исследование общественных отношений и проблем, в рассмотрении социальных сторон деятельности личности, в выявлении объективных причин, породивших те или иные социальные характеры и ситуации
- 2) в стремлении автора дать факты в их социальном заострении, максимально актуализировать поднимаемую проблему, выразить свое к ней отношение, опираясь на систему художественно-публицистических образов
- 3) в стремлении публициста создать достоверную и убедительную картину действительности с помощью образного мышления, при котором картины, ситуации, явления и характеры социально типизируются
- 4) в единстве констатации фактов и описания картин действительности, призванном сформировать эмоциональный фон созданной картины мира

56. В чем проявляется публицистическое начало очерка?

- 1) в направленности на исследование общественных отношений и проблем, в рассмотрении социальных сторон деятельности личности, в выявлении объективных причин, породивших те или иные социальные характеры и ситуации
- 2) в стремлении автора дать факты в их социальном заострении, максимально актуализировать поднимаемую проблему, выразить свое к ней отношение, опираясь на систему художественно-публицистических образов

- 3) в стремлении публициста создать достоверную и убедительную картину действительности с помощью образного мышления, при котором картины, ситуации, явления и характеры социально типизируются
- 4) в единстве констатации фактов и описания картин действительности, призванном сформировать эмоциональный фон созданной картины мира

57. В чем проявляется художественное начало очерка как жанра публицистики?

- 1) в направленности на исследование общественных отношений и проблем, в рассмотрении социальных сторон деятельности личности, в выявлении объективных причин, породивших те или иные социальные характеры и ситуации
- 2) в стремлении автора дать факты в их социальном заострении, максимально актуализировать поднимаемую проблему, выразить свое к ней отношение, опираясь на систему художественно-публицистических образов
- 3) в стремлении публициста создать достоверную и убедительную картину действительности с помощью образного мышления, при котором картины, ситуации, явления и характеры социально типизируются
- 4) в единстве констатации фактов и описания картин действительности, призванном сформировать эмоциональный фон созданной картины мира

58. Какие характеристики не верны по отношению к художественному началу очерка как жанра публицистики?

- 1) направлен на исследование общественных отношений и проблем, рассмотрение социальных сторон деятельности личности, выявление объективных причин, породивших те или иные социальные характеры и ситуации
- 2) автор стремится дать факты в их социальном заострении, максимально актуализировать поднимаемую проблему, выразить свое к ней отношение, опираясь на систему художественно-публицистических образов

- 3) публицист стремится создать достоверную и убедительную картину действительности с помощью образного мышления, при котором картины, ситуации, явления и характеры социально типизируются
- 4) представляет собой единство констатации фактов и описания картин действительности, призванном сформировать эмоциональный фон созданной картины мира

59. Какова роль факта в очерке?

- 1) второстепенная. Факты не обязательно должны использоваться
- 2) ассоциативная
- 3) помогает избежать тенденциозности
- 4) усиливает вымышленный характер очерка
- 5) придает жизненность повествованию
- 6) выступает исходной точкой развития сюжета

60. Судебный очерк – это

- 1) публицистическое произведение, содержащее морально-нравственную оценку ситуации из сферы судебно-правовой системы
- 2) публицистическое произведение, в котором на основе судьбы конкретного человека дается оценка целому явлению, раскрываются особенности определенного периода общественного развития
- 3) публицистическое произведение, раскрывающее в актуальной проблеме ее сущностное и обобщающее значение, движущие силы и первопричины возникновения
- 4) публицистическое произведение, раскрывающее диалектику событий, противоречий, относящихся к иному (нежели привычному для автора и читателей) типу культуры, местности

61. Портретный очерк – это

- 1) публицистическое произведение, содержащее морально-нравственную оценку ситуации из сферы судебно-правовой системы
- 2) публицистическое произведение, в котором на основе судьбы конкретного человека дается оценка целому явлению, раскрываются особенности определенного периода общественного развития
- 3) публицистическое произведение, раскрывающее в актуальной проблеме ее сущностное и обобщающее значение, движущие силы и первопричины возникновения

- 4) публицистическое произведение, раскрывающее диалектику событий, противоречий, относящихся к иному (нежели привычному для автора и читателей) типу культуры, местности

62. Проблемный очерк – это

- 1) публицистическое произведение, содержащее морально-нравственную оценку ситуации из сферы судебно-правовой системы
- 2) публицистическое произведение, в котором на основе судьбы конкретного человека дается оценка целому явлению, раскрываются особенности определенного периода общественного развития
- 3) публицистическое произведение, раскрывающее в актуальной проблеме ее сущностное и обобщающее значение, движущие силы и первопричины возникновения
- 4) публицистическое произведение, раскрывающее диалектику событий, противоречий

63. Линейный тип композиции – это

- 1) постепенное разворачивание мысли «на глазах читателя», своеобразная публичная медитация
- 2) принцип построения текста по аналогии с каталогом: разворачивается перечень разнообразных суждений, относящихся к одному факту
- 3) организация текста, состоящего из коротких мыслей, духовных озарений, фрагментарных ощущений
- 4) построение текста в строгом соответствии с хронологией развития события

64. Циклический тип композиции – это

- 1) постепенное разворачивание мысли «на глазах читателя», своеобразная публичная медитация
- 2) принцип построения текста по аналогии с каталогом: разворачивается перечень разнообразных суждений, относящихся к одному факту
- 3) организация текста, состоящего из коротких мыслей, духовных озарений, фрагментарных ощущений
- 4) построение текста в строгом соответствии с хронологией развития события

65. Фрагментарный тип композиции – это

- 1) постепенное разворачивание мысли «на глазах читателя», своеобразная публичная медитация
- 2) принцип построения текста по аналогии с каталогом: разворачивается перечень разнообразных суждений, относящихся к одному факту
- 3) организация текста, состоящего из коротких мыслей, духовных озарений, фрагментарных ощущений
- 4) построение текста в строгом соответствии с хронологией развития события

66. Фельетон – это

- 1) жанр публицистики, вскрывающий комическое содержание отрицательного факта или явления действительности
- 2) критическое сатирическое произведение, цель которого – в конкретном социально-политическом обличении, направленном на дискредитацию объекта критики
- 3) разновидность обличительного произведения, в котором используются нападки на личные черты, интимные качества, педалируются физические и психические недостатки
- 4) жанр публицистики, основанный на пародировании отрицательных черт объектов критики

67. Памфлет – это

- 1) жанр публицистики, вскрывающий комическое содержание отрицательного факта или явления действительности
- 2) критическое сатирическое произведение, цель которого – в конкретном социально-политическом обличении, направленном на дискредитацию объекта критики
- 3) разновидность обличительного произведения, в котором используются нападки на личные черты, интимные качества, педалируются физические и психические недостатки
- 4) жанр публицистики, основанный на пародировании отрицательных черт объектов критики

68. Основным способом реализации целевой установки в сатирическом жанре фельетона является

- 1) комический парадокс
- 2) обличение
- 3) пародирование
- 4) ироническое переосмысление

69. Основным способом реализации целевой установки в сатирическом жанре памфлета является

- 1) комический парадокс
- 2) обличение
- 3) пародирование
- 4) ироническое переосмысление

70. Обличительная критика в памфлете носит

- 1) легкий, юмористический характер, примиряющий читателя с объектом критики
- 2) безличностный, деперсонифицированный характер
- 3) сложный, скрытый характер, требующий для понимания глубокого проникновения в игру слов, затеянную публицистом
- 4) сугубо личностный, персонифицированный характер

КЛЮЧИ К ТЕСТОВЫМ ЗАДАНИЯМ

№ теста	Номера правильных ответов
1	1
2	1
3	4
4	1
5	3
6	1, 2, 4
7	1
8	3
9	4
10	1
11	2
12	1
13	3, 4
14	2
15	1
16	3
17	4
18	1
19	3
20	4
21	1
22	1, 5
23	3
24	2
25	1
26	3
27	3
28	3
29	2
30	3
31	2
32	3
33	4
34	3
35	1

№ теста	Номера правильных ответов
36	4
37	1
38	1, 2
39	3
40	1, 2, 6, 7
41	1, 4
42	1
43	3
44	1
45	2
46	3
47	1
48	1
49	4
50	3
51	1
52	4
53	1, 5
54	1, 2, 5
55	1
56	2
57	3
58	1, 2, 4
59	3, 5, 6
60	1
61	2
62	3
63	1
64	2
65	3
66	1
67	2
68	1
69	2
70	4

ВОПРОСЫ К ЭКЗАМЕНУ

1. История возникновения и развития колумнистики в западной прессе.
2. Процесс превращения колонки из графического элемента в жанр в западной прессе: факторы влияния.
3. Творческий метод А.П.-Реверте.
4. Творческий метод колумниста Умберто Эко.
5. Колонки К. Бушнелл как пример массовой колумнистики.
6. Генезис отечественной колумнистики в досоветский период.
7. Проявление традиций отечественной дореволюционной колумнистики в творчестве современных колумнистов.
8. Колумнистика в современных отечественных СМИ: общая характеристика.
9. Жанровая дифференциация современной колумнистики.
10. Колумнистика и гонзо-журналистика: сходства и принципиальные различия.
11. Колумнистика и гонзо-журналистика в глянцевах журналах: сравнительно-сопоставительный анализ.
12. Реплика – жанр колумнистики.
13. Технология работы над материалом в жанре реплики.
14. Современные тенденции жанра реплики в современных отечественных СМИ.
15. Колонка оперативного отклика: общая характеристика жанра.
16. Технология работы в жанре колонки оперативного отклика.
17. Авторские реплики в СМИ: тематика и стилистические особенности.
18. Современные тенденции колонки оперативного отклика в современных отечественных СМИ.
19. Генезис жанра колонки-обозрения в отечественных СМИ.
20. Современное состояние жанра колонки-обозрения в отечественных СМИ.
21. Технологии работы над материалом в жанре колонки-обозрения.
22. Колумнисты-обозреватели в современных СМИ: индивидуальное и типичное.
23. Колонка-обозрение в современных СМИ.

24. Технология работы в жанре колонки-обозрения.
25. Творчество современных колумнистов-политологов.
26. Медиакритика в СМИ: общая характеристика. Медиакритика «Литературной газеты»: идейно-тематическая направленность и стилистические характеристики.
27. Творчество современных колумнистов, рецензирующих произведения искусства.
28. Технология работы над авторским материалом, содержащим критику произведения искусства.
29. Мультиформатность как качество современной колумнистики.
30. Понятие «публицистика»: причины трудностей определения понятия. Специфика публицистического способа освоения действительности. Функции публицистических текстов.
31. Документализм и художественные средства публицистики в художественно-публицистических жанрах.
32. Метод типизации: специфика использования в литературе и публицистике.
33. Образ в публицистике как обобщенное отражение конкретного человека (факта действительности). Приемы создания образа в публицистическом тексте.
34. Стилистика публицистического текста. Структура и важнейшие параметры публицистической речи.
35. Авторские стратегии в публицистическом тексте.
36. Очерковая журналистика: зарисовка – «оперативный очерк». Трудность определения жанровых границ: тематика, цели, структурно-композиционные особенности, языковые средства. Причины популярности жанра.
37. Технология работы над зарисовкой.
38. Жанр житейской истории: история возникновения жанра. Предмет, задачи, особенности метода отражения действительности в житейской истории.
39. Разновидности житейских историй. Требования к текстам житейских историй.
40. Технология работы в жанре житейской истории. Средства выразительности. Способы реализации воспитательной функции житейской истории.

41. Очерк. Жанрообразующие факторы: предмет, задачи, методы работы журналиста. Жанровые особенности очерка.
42. Взаимодействие образа и понятия в очерковом обобщении. Открыто-логическая и ассоциативная форма суждений. Очерк как «исследование образными средствами».
43. Факт и домысел в очерке. Художественная условность. Образная трактовка деталей. Роль центрального образа-обобщения в различных видах очерка. Современные формы бытования очерка.
44. Проблемный очерк: особенности отображения социальных типов в проблемном очерке, обсуждение их психологии и социального поведения. Тема и сюжет проблемного очерка.
45. Путевой очерк в русской литературе и публицистике. Познавательный интерес аудитории и путевые заметки публициста, увлекательность рассказа о непривычном, экзотическом.
46. Портретный очерк: сюжет как постижение характера. Сходство и различие задач и методов работы при создании психологического и политического портретов. Приемы и методы создания образа героя.
47. Роль очерка в современных СМИ.
48. Исследования жанра очерка в теории журналистики (библиографический обзор).
49. Авторский образ как «эталон» действительности, способы его создания в тексте.
50. Конструирование авторского «я» как индивидуальный процесс. Изобразительно-выразительные средства.
51. Комическое как средство публицистики. Художественные средства сатирической журналистики.
52. Сатирическая трансформация как новый шанс исследования общественного факта.
53. Ироничное пересоздание факта как особая форма доказательного рассуждения в публицистическом тексте. Развернутая метафора (иносказание, аллегория, гипербола) как средства публицистического комментирования.
54. Сатирическая заметка, сатирический комментарий (сравнительная характеристика).
55. Фельетон: история жанра.

56. Фельетон в современной качественной прессе. Жанрообразующие и жанровые признаки: предметная основа, цель, специфика метода, публицистическая и рекреативная задачи фельетона.
57. Язык и стиль фельетона. Фельетонный стиль современных газет.
58. Pamфлет – жанр политической сатиры: объект, специфика предмета, цель. Сатирический метод в памфлете. Pamфлетное преувеличение – негатив в зловеще разросшихся масштабах. Патетика обличений в памфлете. Тенденциозность памфлета.
59. Приемы создания сатирического эффекта в памфлете: перевоплощение, фантазмагория, гротеск. Маска памфлетиста.
60. Язык и стиль памфлета. Современные памфлетные формы.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Голуб, И. Б. Русская риторика и культура речи : учеб. пособие / И. Б. Голуб, В. Д. Неклюдов. — Москва : Логос, 2020. — 326, [1] с. — (Новая университетская библиотека). — ISBN 978-5-98704-603-6.
2. Дементьев, В. В. Теория речевых жанров : [монография] / В. В. Дементьев. — Москва : Знак, 2010. — 594 с. — (Коммуникативные стратегии культуры). — URL: www.iprbookshop.ru/14982.html (дата обращения: 15.12.2021). — ISBN 978-5-9551-0409-6.
3. Ильясова, С. В. Языковая игра в коммуникативном пространстве СМИ и рекламы / С. В. Ильясова, Л. П. Амири. — 6-е изд., стер. — Москва : ФЛИНТА, 2018. — 294, [1] с. — ISBN 978-5-9765-0825-5.
4. Кайда, Л. Г. Композиционная поэтика публицистики : учеб. пособие / Л. Г. Кайда. — 3-е изд., стер. — Москва : Флинта, 2017. — 144 с. — ISBN 978-5-89349-888-2.
5. Лазутина, Г. В. Жанры журналистского творчества : учеб. пособие для студентов вузов / Г. В. Лазутина, С. С. Распопова. — Москва : Аспект Пресс, 2012. — 319, [1] с. — ISBN 978-5-7567-0593-5.
6. Распопова, С. С. Основы журналистской деятельности : учебник для студентов вузов / С. С. Распопова. — Москва : Аспект Пресс, 2018. — 272 с. — ISBN 978-5-7567-0892-9.
7. Самарцев, О. Р. Творческая деятельность журналиста (очерки теории и практики) : учеб. пособие / О. Р. Самарцев ; под ред. Я. Н. Засурского. — Москва : Академический проект, 2020. — 523 с. — URL: www.iprbookshop.ru/110172.html (дата обращения: 15.12.2021). — ISBN 978-5-8291-2672-8.
8. Тертычный, А. А. Жанры периодической печати : учеб. пособие для студентов вузов / А. А. Тертычный. — Изд. 6-е, испр. и доп. — Москва : Аспект Пресс, 2017. — 320 с. — ISBN 978-5-7567-0875-2.
9. Хорольский, В. В. Медийность текстов в средствах массовой коммуникации : монография / В. В. Хорольский. — 3-е изд., стер. — Москва : Флинта, 2020. — 243 с. — ISBN 978-5-9765-2468-2.
10. Шарков, Ф. И. Коммуникология : теория и практика массовой информации : учебник / Ф. И. Шарков, В. В. Силкин ; Международная академия коммуникологии. — 2-е изд. — Москва : Дашков и К°, 2019. — 159 с. — URL: znanium.com/catalog/product/1091132 (дата обращения: 15.12.2021). — ISBN 978-5-394-03263-9.

11. Эпштейн, М. Н. Постмодернизм в России / М. Н. Эпштейн. — Санкт-Петербург : Азбука [и др.], 2019. — 606, [1] с. — (Новый культурный код). — ISBN 978-5-389-15249-6.

ГЛОССАРИЙ

Авторская модальность — объективное или субъективное отношение к действительности — практические усилия автора, принятые для более полного самовыражения, поиск оптимальных вариантов текстообразования среди всех возможных.

Бытовая зарисовка — разновидность зарисовки, в которой автор воссоздает лично наблюдаемую локальную картину действительности через эмоциональную и морально-нравственную оценку происходящего, раскрывает скрытые смыслы.

Зарисовка — жанр публицистики, через представление детального и при этом эмоционально-образного описания предмета проясляющий важные для человеческого общежития (социального взаимодействия и развития) смыслы, передающий чувства и переживания автора по поводу наблюдаемого.

Инфотейнмент — способ организации материала, при котором сочетаются полезная и интересная, развлекательная и познавательная информация.

Ирония — модификация комического, один из оттенков комедийного смеха, одна из форм особой эмоциональной критики, при которой за положительной оценкой скрывается острая насмешка.

История-исповедь — разновидность жанра публицистической истории, написанная от лица героя, главное в которой — осмысление жизненных событий и ситуаций, объяснение своих действий, морально-нравственная оценка выбора поведения; цель — вовлечь читателя в жизнь другого человека, вызвать эмпатию, понимание происшедшего, породить сопереживание.

История-мечта (story) — разновидность жанра публицистической истории, основу которой составляет история успеха известных (знаменитых) личностей, в которых разворачивается типичный сюжет движения «через тернии к звездам».

История-миф (байка) — разновидность жанра публицистической истории, в которой в документальной истории на основе домысливания некоторых деталей создается наглядная картина действительности, открывающая что-то новое о человеке, о его месте в мире, в профессии, в личных отношениях; такие истории имеют развлекательный характер.

История-предостережение — разновидность жанра публицистической истории, цель которой — помочь читателям правильно сориентироваться в различного рода проблемных ситуациях, выработать по отношению к ним адекватную оценку, предостеречь от различных опасностей.

Колонка — жанр колумнистики, в образно-эмоциональной форме представляющий аудитории авторскую оценку фактов и явлений действительности.

Комический намек — переходная форма от иронии, насмешка, прямая обидная издевка в форме сатирически заостренной, эмоционально насыщенной критики.

Комическое — особая эмоционально насыщенная эстетическая форма отрицающей и утверждающей критики, представляющая предмет в неожиданном свете, вскрывающая его внутренние противоречия и вызывающая активное самостоятельное противопоставление предмета эстетическим идеалам; комедийная обработка жизненного материала, выступающая как художественное средство заострения, концентрации противоречий и эстетических свойств реальности, стимуляции необходимого эффекта неожиданности и катализатора активности противопоставления эстетических идеалов осмеиваемому явлению.

Коммуникативная стратегия — концептуально обоснованное и положенное в основу технологии воздействия мировоззренческое намерение автора и его действительное осуществление, выбор того или иного типа взаимодействия с аудиторией.

Конвенциональный тип коммуникативной стратегии подразумевает осуществление интерактивной коммуникации и ориентируется на организацию диалога.

Контраст как композиционный прием выразительности в медиатексте представляет собой противопоставление друг другу по какому-то признаку тезисов логической схемы, деталей портрета, эпизодов (например, эпизода — пейзажу, портрета — характеру).

Концепция авторской колонки — коренной замысел, учитывающий потребности целевой аудитории, потенциальных партнеров и конкурентов, позволяющий спроектировать и реализовать конкретный продукт.

Лонгрид — линейный мультимедийный медиатекст, собранный с помощью цифрового конструктора на специальной платформе.

Характеристиками лонгрида являются: объемный текст (иногда до 30 тыс. знаков и более), глубокая аналитика, многофункциональность; использование мультимедийных средств для раскрытия темы, равноправие платформ представления информации; линейный тип структуры, минималистический интерфейс, отсутствие гиперссылок; движение по лонгриду с помощью скроллинга (или внутренней навигации), эффект параллакса.

Манипуляционный тип коммуникативной стратегии — «активная коммуникация», подразумевающая воздействие на адресата, несколько завуалированное управление его поведением и владение сложившейся ситуацией.

Модальность — смысловое поле медиатекста, в пределах которого автор делает то, что не противоречит установленным правилам, что можно делать, чтобы реализовать авторское волевое начало в его субъективном проявлении. В границах действия фактора текстовой модальности автор во всех мыслимых аспектах экспериментирует, подбирает средства выражения идеи.

Мультимедийность — способ форматирования, тип формата, обеспечивающий выразительность медиатексту равноправным сочетанием нескольких знаковых систем: текст, фотография, видео-, аудио и т.п., при этом каждый элемент обладает одинаковой ценностью для раскрытия идеи.

Нарратив — организованное во временной последовательности повествование субъекта (автора) об актуальных жизненных событиях, вскрывающее авторскую точку зрения, представляющее созданную автором картину мира.

Очерк — сюжетный жанр публицистики, повествовательная форма, сочетающая документальное, познавательное содержание и художественно-реалистическое воплощение, то есть образную форму и эстетическое воздействие; в очерке в образной форме исследуются закономерности социально-нравственного бытия человека и развития общественных процессов, а также конкретные ситуации реальной действительности.

Памфлет — жанр сатирической публицистики, основным коммуникативным намерением которого является критическое изображение реалий действительности посредством социально-политического обличения, направленного на полную дискредитацию предмета.

Пейзажная зарисовка — разновидность публицистической зарисовки, имеет лаконичную форму описания и передает отношение автора к описываемому явлению или событию, происходящему в природе (или на фоне природы), окрашена лиризмом, выразительная и эмоциональная.

Подтекст — способ выражения смысла без его словесной формулировки (с помощью интертекста, создания иронического эффекта, использования переносного значения слов и т. п.).

Портретная зарисовка — разновидность публицистической зарисовки, в которой разворачивается лаконичный сюжет о поступке (действии) человека, раскрывается его внутренний мир, его типичные, показательные для конкретного времени черты.

Портретный очерк — жанр публицистики, предметом отражения в котором является человек как носитель типичных черт своего времени, эпохи, какой-то период его жизни (или интересный и поучительный жизненный путь человека), а целью — на примере конкретного героя дать оценку типичному явлению, раскрыть особенности общественного развития.

Презентационный тип коммуникативной стратегии — пассивная коммуникация, задача которой заключается в сообщении знания.

Проблемный очерк — жанр публицистики, предметом отражения в котором выступает актуальная, типичная и показательная для времени проблема в ее основных и преобладающих качествах, раскрывается сущностное и обобщающее значение проблемы, ее движущие силы и первопричины возникновения, в том числе через обращение к нравственным аспектам.

Проспекция как композиционный прием выразительности в медиатексте представляет собой «забегание вперед», сообщение того, о чем нужно было бы сказать позднее, если бы была соблюдена естественная последовательность частей события.

Реплика — жанр колумнистики, представляющий собой лаконичное сообщение, энергичное провозглашение оценочного суждения журналиста о конкретном событии или явлении социальной практики, стремящееся вызвать эмоционально окрашенную реакцию читателя (и общественного мнения в целом).

Ретардация — композиционный прием выразительности в медиатексте, представляющий собой замедление повествования, используемое для оттягивания развязки и, следовательно, для создания эффекта напряжения.

Ретроспекция как композиционный прием выразительности в медиатексте представляет собой отступление в прошлое, сообщение того, о чем нужно было бы сказать раньше, если бы соблюдалась естественная последовательность частей события.

Сарказм — сатирическая по направленности, особо едкая и язвительная ирония, избочливающая явления, особо опасные по своим общественным последствиям.

Сатира — модификация комического, выражающая однозначно отрицательное отношение автора к объекту осмеяния посредством использования различных комических средств (приёмов): сарказма, иронии, гиперболы, гротеска, аллегии, пародии и других.

Сторителлинг (в переводе с английского означает «рассказывание историй») — формат, предполагающий развертывание медиатекста в сюжетно-историйном виде.

Фельетон — жанр сатирической публицистики, направленный на проявление комической сущности социально-бытовых, житейских ситуаций, действий, явлений, на осмеяние нелепостей и недостатков в межличностных отношениях людей.

Формат СМИ — стандарт организации информационного потока, который оптимизирует процесс серийного выпуска контента на определенной платформе для конечного потребителя; стандарт, который задают себе СМИ, в соответствии с которым поступающий информационный поток трансформируется в содержание, конечный облик которого зависит от выбранной платформы и целевой аудитории.

Эмоциогенные ситуации — текстовые приемы, моделирующие ситуации эмоционального напряжения: новизны, необычности, внезапности, конфликта мотиваций, пробуждения эмоциональной памяти, заряжения эмоцией (смех, страх).

Эффект конвергенции — экспрессивный эффект медиатекста, который заключается в том, что подбираются одинаковые по эмоциональной окраске средства, и это создает ситуацию заражения эмоцией.

Эффект напряжения — экспрессивный эффект медиатекста, который создается, когда при чтении возникают вопросы к тексту, а ответы на них особыми приемами задерживаются.

Эффект обманутого ожидания — экспрессивный эффект медиатекста, состоящий в том, что различными средствами у адресата формируется привыкание к определенному развертыванию изложения, а потом привыкание разрушается, ожидание не оправдывается.

Эффект параллакса — изменение видимого положения объекта по отношению к удаленному фону в зависимости от нахождения наблюдателя, специальная техника, когда фоновое изображение в перспективе движется медленнее, чем элементы переднего плана; используется в лонгриде.

Юмор — модификация комического; представляет собой беззлобный смех над человеческими недостатками и слабостями, изображает несовершенство жизни и человеческие слабости как нечто такое, с чем следует мириться, что заслуживает снисхождения; юмор обладает примиряющим отношением к объекту осмеяния.