

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«САМАРСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ  
УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ АКАДЕМИКА С.П. КОРОЛЕВА»  
(САМАРСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ)

*Л.А.ГОРШКОВА*

## ЖАНРЫ ЖУРНАЛИСТИКИ

Рекомендовано редакционно-издательским советом федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования «Самарский национальный исследовательский университет имени академика С.П. Королева» в качестве учебного пособия для обучающихся по основной образовательной программе высшего образования по направлениям подготовки 42.03.02 Журналистика

САМАРА

Издательство Самарского университета

2023

УДК 070.41(075)

ББК Ч600.0я7

Г708

Рецензенты: канд. филол. наук, доц. Н.В. Прядильникова;  
канд. филол. наук, доц. Е.А. Слоева

*Горшкова, Лариса Анатольевна*

**Г708 Жанры журналистики: учебное пособие / Л.А. Горшкова. –**  
Самара: Издательство Самарского университета, 2023. – 80 с.

**ISBN 978-5-7883-1971-1**

Базовым критерием, определившим способ членения и подачи материала в учебном пособии, является канал распространения информации и характеристика трех основных сфер функционирования медиатекста – печатной, теле- и радио и Интернет. В качестве дополнительного критерия анализа медиатекстов выступает функционально-жанровый принцип.

Учебное пособие предназначено для обучающихся по образовательной программе бакалавриата «Журналистика». Соответствует актуальным требованиям Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования.

УДК 070.41(075)

ББК Ч600.0я7

ISBN 978-5-7883-1971-1

© Самарский университет, 2023

## ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	4
1. СПЕЦИФИКА ЖАНРОВ ЖУРНАЛИСТИКИ.....	6
1.1. Виды жанров.....	6
1.2. Понятие «жанр» в разных областях творчества.....	13
2. ИНФОРМАЦИОННАЯ ЖУРНАЛИСТИКА.....	20
2.1. Жанровые разновидности интервью.....	20
2.2. Основные признаки жанра «репортаж».....	32
3. АНАЛИТИЧЕСКИЕ ЖАНРЫ ЖУРНАЛИСТИКИ.....	39
3.1. Виды и формы жанра «статья».....	39
3.2. Подготовка статьи к публикации.....	47
4. ХУДОЖЕСТВЕННО-ПУБЛИЦИСТИЧЕСКИЕ ЖАНРЫ.....	54
4.1. Фельетон как разновидность смеховой журналистики.....	54
4.2. Три составляющих очерка.....	61
5. ЖАНРОВАЯ СТРУКТУРА СОВРЕМЕННОЙ ЭКРАННОЙ ПРОДУКЦИИ.....	66
5.1. Разновидности жанров современного телевидения.....	66
СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ.....	77

## ВВЕДЕНИЕ

Жанры журналистики – это устойчивые формы журналистских произведений. Можно ли обойтись без жанров? Наверное, да. Только в этом случае автору статьи каждый раз пришлось бы выдумывать форму для своего произведения, а читатель затем должен был бы эту форму разгадывать, чтобы понять смысл текста. Подобные произведения «неопределенного жанра» нередко встречаются в малотиражных газетах, в которых работают не очень профессиональные журналисты. Их статьи могут представлять собой причудливое сочетание новости, репортажа, интервью и комментария. В таких текстах увиденное самим журналистом неотделимо от того, что сообщили другие люди. Факты и мнения, в свою очередь, могут быть переплетены настолько, что зачастую немалых сил стоит восстановить, что же на самом деле произошло.

Жанры необходимы и для удобства журналиста, которому достаточно всего лишь выбрать наиболее подходящую форму для своего материала, и для удобства читателя, который, идентифицировав жанр, сможет сразу же понять, что за информация ему будет предложена. Если это новость, значит, суть события окажется вначале, затем пойдут подробности, а завершат статью мнения обеих сторон конфликта и прогнозы экспертов. Если это репортаж, то журналист как очевидец события предоставит возможность читателю пережить это событие вместе с ним. Если это комментарий, то в нем не будет новых фактов, но зато будет разъяснение и оценка уже известных. Литературовед Виктор Шкловский определял жанр как «установленный обычай, этикет порядка осмотра мира, негласный договор между авторами и читателями о том, в какой системе расположены те явления, которые подвергнуты анализу». При этом «каждый жанр связан с определенным типом жизненно-

го материала» и «каждый жанр предназначен для решения определенной информационной задачи».

Жанрообразующих признаков три – предмет, метод и функция. Под предметом имеется в виду ответ на вопрос «Что отображается?», под методом – «Как?», под функцией – «С какой целью?». Например, для новости предметом будет событие, методом – поиск ответов на основные шесть вопросов, о которых будет сказано ниже, а функцией – объективный рассказ о событии. Слово «объективный» здесь означает, что два разных человека при написании новости об одном и том же событии должны прийти к одинаковому результату, так как технология их работы предполагает поиск ответов на одни и те же вопросы. Различия в материалах двух журналистов об одном и том же событии могут быть обусловлены лишь разницей в ресурсах времени и доступности источников информации, а также направленностью изданий, которая определяет иерархию тем и устанавливает приоритеты в этой сфере.

Общепринятой классификации журналистских жанров не существует. На Западе жанры обычно делят на «событийные» и «комментарийные». В российских учебных пособиях встречается деление на информационные, аналитические и художественные жанры.

Цель учебного пособия «Жанры журналистики» – способствовать формированию знаний, умений и навыков, позволяющих качественно выполнять профессиональные обязанности у студентов, обучающихся по направлению подготовки 42.03.02 Журналистика.

Основными задачами изучения дисциплины являются: сформировать представление о сущности новостной и аналитической журналистики, о специфике художественно-публицистического творчества журналиста; дать знания о жанровой структуре современных СМИ; привить навыки подготовки авторских журналистских тестов разных жанров для печатных масс-медиа.

# 1. СПЕЦИФИКА ЖАНРОВ ЖУРНАЛИСТИКИ

## 1.1. Виды жанров

Жанр журналистики – это форма представления материала в журналистском тексте. В каждом жанре есть свои специфические структурно-семантические признаки. Определение жанра – важнейший компонент для создания журналистом (настоящим или будущим) текста. Именно от него зависит то, как предстоит раскрыть тему и какие средства для это использовать.

Жанры делятся на три вида: информационные, аналитические, художественно-публицистические.

### ИНФОРМАЦИОННЫЕ:

Все жанры в этом виде объединены одной целью – рассказ об определенном событии. Здесь нужно быстро отреагировать на произошедшее. Главные принципы – объективность, достоверность, точность. Жанры отвечают на вопросы: «Что? Где? Когда?»

**М. Н. Ким** (автор книги «Основы творческой деятельности журналиста») относит к информационным жанрам заметку, отчет, интервью, репортаж.

1. Заметка – раскрывает основной смысл события, имеет небольшой объем. Автор выделяет обычную и хроникальную заметку.

2. Отчет – это рассказ об общественно-значимом мероприятии (совещание, конференция, собрание). Отчет может быть также аналитическим жанром, а его информационный вариант характеризуется отсутствием анализа высказываний участников события, журналист лишь фиксирует их слова.

3. Интервью – это беседа с одним или несколькими лицами, раскрывающая мнение респондентов о конкретном событии. Интервью также может быть аналитическим, тогда упор делается на показ явления, выяснение его причин. Автор выделяет интервью-

диалог, интервью-монолог, портретное интервью, социологическое (опрос, анкета).

4. Репортаж – это рассказ о событии с непосредственным наблюдением журналиста за происходящим, отличается документальностью, актуальностью, оперативностью, наглядностью и достоверностью. Автор выделяет событийный, проблемный (аналитический) и познавательно-тематический репортаж.

**А. А. Тертычный** («Жанры периодической печати») среди информационных жанров выделяет заметку, корреспонденцию, отчет, интервью, блиц-опрос, вопрос-ответ, репортаж, некролог.

- Блиц-опрос – это получение ответа на один или несколько вопросов от большого количества людей.
- Вопрос-ответ – это два текста разных авторов, объединенных одной тематикой под одной рубрикой. Первая часть содержит вопрос, проблему, а вторая – разъяснение по этому вопросу.
- Некролог – извещение о смерти человека.

**В. Л. Цвик** («Введение в журналистику») рассматривает тележурналистику, критериями информационных произведений на телевидении он называет близость, своевременность, известность, воздействие на аудиторию, масштабность, конфликт, необычность, персонификацию (показ через человека). Информационные жанры на ТВ – информационное сообщение/видеосюжет (соотносится с заметкой и бывает хроникальным и авторским), отчет, выступление, прямое включение, интервью (протокольное, информационное, анкета), репортаж, специальный репортаж, спортивный репортаж.

- Выступление – это обращение человека к аудитории, когда говорящий является основным (или единственным) объектом показа.

- Прямые включения – это рассказ непосредственно с места события.

- Спортивный репортаж – это словесное сопровождение прямой трансляции спортивного состязания.

#### АНАЛИТИЧЕСКИЕ:

Аналитические жанры так же, как и все остальные журналистские жанры, связаны с повесткой дня, актуальными событиями. Однако есть существенное отличие в подходах: аналитические жанры ставят перед собой цель понять, почему произошло какое-то событие или явление, а иногда и спрогнозировать, что произойдет дальше. Аналитическое произведение гораздо глубже и основательнее, чем информационное.

**М. Н. Ким** в качестве аналитических жанров выделяет корреспонденцию, статью, рецензию, обозрение, обзор печати, комментарий, письмо.

- Корреспонденция – это текст, в котором на конкретном примере раскрывается значимое для общества явление или проблема.

- Статья – это исследование совокупности ситуации для выхода на крупномасштабную проблему или тенденцию, актуальную для страны или даже для всего мира. По тематике выделяются общественно-политические статьи, теоретические (популяризация теорий или положений), проблемные (обсуждение значимых проблем, поиск выхода из кризисных ситуаций), полемические (реакция на выступление оппонентов, развенчание их точки зрения и доказывание собственной).

- Рецензия – это аргументированная оценка и анализ произведения науки или искусства для ответа на главный вопрос, заслуживает ли оно внимания аудитории. Разновидности рецензии – теоретическая (на научное произведение) и художественная (на художественное произведение).

**А. А. Тертычный** выделяет среди аналитических жанров отчет, корреспонденцию, интервью, опрос, беседу, комментарий,

реплику, социологическое резюме, анкету, мониторинг, рейтинг, рецензию, статью (общейследовательскую, полемическую, тактико-аналитическую), журналистское расследование, обозрение, обзор, прогноз, эксперимент, исповедь, рекомендацию, пресс-релиз (все это с приставкой «аналитический»).

1. Аналитический отчет – это анализ выступлений людей на конференциях, слетах, собраниях. Эти выступления соотносятся с актуальными общественными проблемами и явлениями.

2. Аналитическая корреспонденция – это сообщение о событии с последующим его истолкованием.

3. Аналитическое интервью – это разговор с человеком с целью не только получить информацию, но и проанализировать ее, ответить не на конкретные, а на общие вопросы.

4. Аналитический опрос – это объединение ответов респондентов на вопросы с их последующим анализом и комментарием.

5. Беседа – это интервью, когда журналист и его собеседник равноправны, оба могут произносить развернутые реплики, здесь авторское «я» проявляется ярче.

6. Комментарий – это высказывание отношения к актуальным явлениям, анализ недостатков и достоинств с использованием внешних источников.

7. Реплика – это более эмоциональная реакция на актуальные явления и события.

8. Социологическое резюме – это краткое изложение итогов социологических исследований с его анализом.

9. Мониторинг – это слежение за определенным явлением, измерение его по некоторым показателям и анализ динамики события.

10. Рейтинг – это ранжирование различных объектов одной группы по выраженности какого-то признака.

11. Журналистское расследование – это анализ негативного явления действительности с целью выяснить его причины, придать преступлению огласку.

12. Обозрение – это обзор типичных явлений общественной жизни по определенной тематике.

13. Обзор – это изучение особенностей какого-либо события или явления с целью выявить общие закономерности. Различают обзоры СМИ, презентации (рассказ о новых товарах и услугах), тематический (оценка явления разными источниками), безадресный (оценка явления без ссылок на источники).

14. Эксперимент – это ответ на актуальный вопрос путем моделирования типичной для описываемого явления ситуации.

15. Исповедь – это самоанализ внутреннего мира автора, через откровенный текст показываются наиболее острые общественные проблемы.

16. Рекомендация (совет) – это развернутое предписание, порядок действия в какой-либо ситуации.

17. Аналитический пресс-релиз – это рекламно-аналитический текст, который продвигает определенную организацию не только описанием ее достоинств, но и указанием на потребности аудитории, которые организация может удовлетворить.

**В. Л. Цвик** относит к аналитическим тележанрам аналитическое интервью (проблемное, интервью-портрет), аналитический репортаж (проблемный, тематический, специальный), комментарий, обозрение, беседу, ток-шоу, пресс-конференцию, брифинг.

- Специальный репортаж – это репортаж, который выходит за рамки информационного репортажа, близок к очерку или к расследованию по глубине раскрытия темы. У него существенно больше хронометраж, серьезнее и глобальнее объект журналистского исследования.

- Ток-шоу – это разговорная программа с участием приглашенных гостей и аудитории, где обсуждается вопрос, на который в итоге программы дается ответ.

- Пресс-конференция – вид интервью, где большое количество интервьюеров отвечают на вопросы схожей тематики.

- Брифинг – краткое совещание официальных лиц с представителями прессы по определенному вопросу.

#### ХУДОЖЕСТВЕННО-ПУБЛИЦИСТИЧЕСКИЕ:

Художественно-публицистические жанры находятся на границе журналистики и литературы. От журналистики они взяли необходимость выбора актуальной темы, от литературы – более широкие возможности использования изобразительно-выразительных средств. Общие признаки – публицистичность и художественность.

**М. Н. Ким** относит к художественно-публицистическим жанрам очерк, эссе, обозрение, памфлет, фельетон.

1. Обозрение – это описание совокупности фактов современной действительности для создания целостной и наглядной картины современности. Выделяют информационно-публицистическое, публицистическое и художественно-публицистическое обозрение.

2. Очерк – это рассказ о частных фактах с использованием элементов различных жанров для общего вывода к глобальному вопросу, требующему ответа на настоящий момент. Различают художественно-выразительный (впечатления от события), художественно-публицистический (создание образа человека и трактовка его судьбы), исследовательский (рассмотрение социально-важной проблемы), путевой (описание путешествия).

**А. А. Тертычный** считает публицистическими жанры очерка (портретный, проблемный, путевой), фельетона, памфлета, пародии, сатирического комментария, житейской истории, легенды, эпиграфа, эпитафии, анекдота, шутки.

1. Фельетон – это художественный текст, осмеивающий негативные общественные явления.

2. Памфлет – это сатирическое произведение, не просто осмеивающее негативные явления, но и ставящее цель уничтожить противника морально.

3. Пародия – это подражание действиям и словам различных известных людей, традициям и обычаям для создания модели явления, не всегда пародия стремится к осмеянию.

4. Сатирический комментарий – это реакция на явление, событие, проблему, описанная с использованием средств сатиры и юмора.

5. Житейская история – это описание эпизода из жизни человека с целью погружения аудитории в атмосферу бытия героя.

6. Легенда – это история, основанная на существующем факте, но дополненная вымышленными событиями, служит для развлечения и воспитания аудитории.

7. Эпиграф – это краткий фрагмент, предваряющий тексты других жанров (часто также публицистических), в котором выражается мысль, настроение основной части.

8. Эпитафия – это напоминание о достоинствах умершего человека с точки зрения его роли в обществе.

9. Анекдот – это краткий юмористический рассказ.

10. Шутка – это рассказ, предназначенный для развлечения или разыгрывания аудитории.

**В. Л. Цвик** выделяет в теле-публицистике жанры очерка, зарисовки, эссе, фельетона, памфлета. Особо автор подчеркивает, что к сатирическим жанрам (памфлет, фельетон) относятся только документальные программы, то есть снятые журналистами для телеэкрана.

## 1.2. Понятие «жанр» в разных областях творчества

В разных областях творчества процесс возникновения жанров стимулировали разные обстоятельства. Так, в живописи решающую роль для рождения того или иного жанра сыграл предмет отображения: живая природа вызвала к жизни пейзаж, облик человека – портрет, предметный мир людского обихода – натюрморт. В скульптуре жанровые разновидности произведений определялись в зависимости от особенностей материала и формы (кованые статуи, скульптурные группы, рельефы, бюсты, мелкая пластика) или характера художественного обобщения (аллегория, портрет, монумент). Специфично складывались жанры в архитектуре. Здесь в ряду обстоятельств, ведущих к возникновению определенного жанра, доминирует назначение продукта творчества, его функция. Церковь, собор, капелла, промышленное сооружение, жилой дом, охотничий домик, беседка, грот, вилла, отель – все это примеры различных жанров архитектурного творчества. Сегодня каждый вид творчества представлен развернутой системой жанров, в которой есть несколько уровней (подсистем), поскольку каждый жанр включает в себя более дробное деление («поджанры»). В художественной литературе жанры сформировались в рамках принадлежности произведения к определенному роду литературы. Эпос как род литературы включает в себя роман, повесть, рассказ; драма – комедию, драму, трагедию; лирика – элегию, сонет, оду. «Поджанры» возникают в зависимости от разных причин. Скажем, от идейно-оценочного настроения автора: комедия может быть лирической и сатирической, ода – патетической и сатирической.

Согласно точке зрения Б. В. Томашевского, жанры – это «специфические приемы», которые обладают устойчивостью. Основным признаком для классификации повествовательных жанров он считает размер. От объема произведений зависит, как автор распо-

рядится фабульным материалом, как построит свой сюжет, как введет в него определенную тематику. Например, рассказ обладает простой фабулой, с одной фабульной нитью сменяющихся ситуаций. И это служит основанием для выделения рассказа как жанра. В то же время Б. В. Томашевский подчеркивает, что жанровые признаки «не дают возможности логической классификации жанров по одному какому-нибудь основанию». У В. Б. Шкловского подход к пониманию жанра связан с осмыслением отношений автора произведения и адресата. Для него «жанр – конвенция – соглашение о согласовании сигналов», договор между авторами и читателями о том, «в какой системе расположены явления, которые подвергнуты анализу». Оригинальным решением проблемы систематизации жанров отмечены разработки Г. Н. Пospelова. Он разграничил внешнюю и внутреннюю форму жанров и дал развернутую характеристику последней как «специфически жанрового содержания», выступающего в качестве принципа образного мышления и трактовки результатов постижения человека. На этой основе он рассмотрел три жанровые группы, проявив их надэпохальный характер. Много ценных наблюдений и выводов о жанре как феномене литературы у С. С. Аверинцева, Д. С. Лихачева, Ю. Н. Тынянова. Однако особый интерес для исследователей жанра как феномена культуры представляют положения М. М. Бахтина, высказанные им в ряде работ и дающие основания для выводов, по своему значению выходящих за рамки литературоведения. М. М. Бахтин развивает идеи о связи жанра с действительностью. Он исходит из того, что понять определенные стороны действительности, описываемой в произведении, можно только с помощью соответствующих способов ее выражения. Эти способы выражения применимы лишь к определенным сторонам действительности. Каждый жанр обладает своими средствами видения и понимания действительности, доступными

только ему. Подобно тому как изобразительное искусство научает наш глаз видеть, углубляет и расширяет облик зримого, говорит Бахтин, так и литература разработанными в ней жанрами обогащает нашу внутреннюю речь новыми возможностями осознавать и понимать действительность. По мысли ученого, нельзя разрывать процесс видения и понимания действительности и процесс ее художественного воплощения в форме определенного жанра: «Для того чтобы создать роман, нужно научиться видеть жизнь так, чтобы она могла стать фабулой романа, нужно научиться видеть глубокие и более широкие связи и ходы жизни в большом масштабе». По Бахтину, между анекдотом, рассказом и романом как жанрами потому существует такой большой разрыв, что есть большой разрыв в масштабе и характере жизненных явлений, которые они запечатлевают. Действительность жанра и действительность, доступная жанру, органически связаны между собой. Действительность жанра есть социальная действительность, поэтому подлинная поэтика жанра может быть только социологией жанра. Жанр уясняет действительность, действительность проясняет жанр, считает Бахтин. По его мнению, в жанрах на протяжении веков их жизни накапливаются формы видения и осмысления определенных сторон мира. «Жанр – представитель творческой памяти в процессе литературного развития. Именно поэтому жанр и способен обеспечить единство и непрерывность этого развития», – пишет Бахтин. И еще: «Чем выше и сложнее развился жанр, тем он лучше и полнее помнит свое прошлое».

Идеи М. М. Бахтина фокусируют внимание на тех характеристиках жанра в литературе, которые присущи и другим видам духовного творчества. Тем самым открывается возможность сообщить понятию «жанр» общеэстетическое значение, превратить его в категорию эстетики, передающую смысл внутриродовой диффе-

ренциации духовного творчества, независимо от его конкретного рода. В этом случае мы получаем такое определение: жанр есть исторически складывающийся вид того или иного рода духовного творчества, обусловленный предметно-объектным многообразием действительности, многообразием потребностей общества и несущий в себе память о средствах, подходящих для отображения соответствующего предмета и удовлетворения соответствующей потребности.

А.А. Тертычный также выдвигает три ведущих жанровых признака: «В современной теории журналистики выделяются в качестве основных, как правило, следующие жанрообразующие факторы: предмет отображения, целевая установка (функция) отображения, метод отображения». По мысли ученого, предмет отображения в журналистике составляют актуальные общественные и природные события, процессы, ситуации, важные для общества проблемы и конфликты, личность человека. Однако, как отмечает автор, роль предмета журналистских выступлений не значительнее роли способа отображения действительности в формировании набора характеристик журналистских текстов, предопределяющих их жанровую принадлежность. А.А. Тертычный выделяет три способа отображения в журналистике – фактографический, аналитический и наглядно-образный. Они отличаются друг от друга степенью глубины проникновения в суть предмета. Своеобразие каждого способа отображения действительности состоит в том, что он выступает в качестве особого пути решения определенных задач, достижения творческих целей журналиста. Исследователь перечисляет следующие творческие цели журналиста: создание более или менее полной информационной модели явления, установление причинно-следственных связей, оценка явления, прогноз развития ситуации или явления, формулирование программ, планов действий, связан-

ных с определенным явлением. Среди методов отображения предмета А.А. Тертычный отмечает эмпирические, теоретические и художественные методы. Придерживаясь данной точки зрения, Л.Е. Кройчик выделяет пять групп текстов:

- 1) оперативно-новостные – заметка во всех ее проявлениях;
- 2) оперативно-исследовательские – интервью, репортаж, отчет;
- 3) исследовательско-новостные – корреспонденция, комментарий (колонка), рецензия;
- 4) исследовательские – статья, письмо, обозрение;
- 5) исследовательско-образные (художественно-публицистические) – очерк, эссе, фельетон, памфлет.

Л.Е. Кройчик пишет, что жанр представляет собой оптимальную форму для решения творческой задачи, стоящей перед публицистом, и выбор жанра определяется целью, которая лежит в основе решения любой творческой задачи. Можно сказать, что здесь имеет место функционально-предметный подход, поскольку именно с функциональной точки зрения все жанры предназначены для решения определенного круга задач. При разработке темы, анализируя факты и детали, журналист на предварительной стадии работы над текстом должен выбрать определенный жанр, который сочтет наиболее подходящим в том или ином случае. В зависимости от задачи журналист комбинирует различные технологические приемы, которые затем воплощаются в готовую жанровую форму. Однако на поиск и выбор жанровой формы влияет не только суть творческой задачи, стоящей перед журналистом, но и его личные пристрастия. Журналист, будучи творчески ориентированной личностью, стремится привнести в текст нечто оригинальное, отойти от стандартов, видоизменить жанровую форму. Именно поэтому можно говорить о жанре, как о категории творческого мышления журналиста. В рамках одного жанра автор имеет возможность

проявить творческую свободу – отсюда и появление жанровых модификаций, новых жанровых форм.

Журналист, обладающий «жанровым мышлением», должен видеть все возможные пути реализации информационного повода, а также адекватно оценивать трудозатратность каждого жанра, в котором он потенциально мог бы данный информационный повод отобразить. Кроме того, важным аспектом «жанрового мышления» представляется и осведомленность журналиста о том, какие жанры востребованы его аудиторией. Поскольку средство массовой информации создается прежде всего для читателей, следует иметь представление об их лояльности или нелояльности к тем или иным жанровым формам.

### **Контрольные вопросы**

1. Несмотря на то что понятие «жанр» возникло в эстетике французского классицизма, оно «прописалось» во всех культурах мира. О чем это говорит?

2. Ознакомьтесь с работами Б. В. Томашевского и В. Б. Шкловского, посвященными исследованию природы жанра в литературе. Чем их взгляды обогатили общую теорию жанра?

3. В чем новизна подхода к жанру в работах М. М. Бахтина? Прокомментируйте высказывание ученого: «Жанр уясняет действительность, действительность проясняет жанр». Дают ли идеи М. М. Бахтина основание рассматривать жанр как общеэстетическую категорию? Докажите свою мысль.

4. Какими факторами определяется дифференциация жанров в журналистике? Назовите их и объясните, как вы каждый из них понимаете. Как они влияют на журналистское творчество? В чем это влияние проявляется?

5. Приведите примеры объектов действительности, которые попадают в поле зрения журналистики. Можно ли писать о них

одинаково? Как их особенности влияют на порождающую модель журналистского творчества? Объясните, что это такое – порождающая модель?

6. Приведите примеры нескольких ситуаций, характеризующих развитие одного и того же события (например, открытие и закрытие Олимпийских игр). Какие из них могут представить интерес для СМИ? Чем это определяется?

7. Как вы понимаете утверждение, что журналистика – это зеркало, рупор, контролер... Какие еще социальные роли вы могли бы включить в этот список? Объясните, почему.

## 2. ИНФОРМАЦИОННАЯ ЖУРНАЛИСТИКА

### 2.1. Жанровые разновидности интервью

**Интервью** исследуется представителями различных наук и направлений знания и может рассматриваться как один из наиболее популярных в журналистике методов получения информации, функционирующий в публицистическом стиле, предназначенный для создания «нового информационного продукта – актуального, общественно значимого, предназначенного для публикации». Помимо этого, интервью – это акт коммуникации журналиста с респондентом, иначе говоря – это беседа.

В интервью собеседники – журналист (интервьюер) и его партнер (интервьюируемый) – участвуют в информационном обмене для информационного насыщения главного, хотя и незримо-го, третьего участника коммуникации – аудитории, чьим требованиям и потребностям они должны соответствовать. Наиболее точное, на наш взгляд, определение интервью как вида журналистского творчества дал в своей книге С.Н. Ильченко: «Интервью – целостный акт коммуникации, предполагающий диалогическое общение журналиста с интервьюируемым в ситуации последовательного чередования вопросов и ответов с целью получения информации, мнений и суждений, представляющих общественный интерес».

**Жанровые признаки** интервью: 1) целенаправленная беседа, предназначенная для распространения в разных видах СМИ; 2) публичный характер разговора; 3) интервьюируемый – общественно- значимая фигура; 4) непосредственное общение собеседников; 5) вопросно-ответный комплекс; 6) двуадресность – предназначенность для информирования и воздействия не только на участников диалога, но и на читателя/зрителя.

От других публицистических жанров интервью отличает диалогическая природа общения, предполагающая вопросно-ответную форму, которая выражается в реализации диалогических единств (реплика-стимул + реплика-реакция); их последовательность составляет драматургию беседы.

С позиций лингвистики интервью – это в первую очередь текст, письменно или в иной форме зафиксированный результат устной беседы коммуникантов. Определение интервью как «целенаправленной зафиксированной беседы, предназначенной для распространения в печати (по радио, ТВ)» позволяет рассматривать его и как единицу коммуникации, и как результат подобного взаимодействия. Существенно, что такое понимание связывает текст интервью с его экстралингвистической основой, выводя его за рамки собственно языковой системы. При этом акцентируется его создание в соответствии с целевой установкой автора на основные идеи, формирующей, в свою очередь, целостность произведения. Именно в интервью как тексте находят отражение признаки взаимодействия коммуникантов, и именно текст способен обладать прагматическим эффектом воздействия.

**Виды и типы интервью.** В научной литературе существует множество классификаций видов интервью, выделяемых на различных основаниях: по функционально-предметному принципу, по степени стандартизированности, по личностной характеристике интервьюируемого, по отношению собеседника к беседе, по степени участия журналиста в интервью, по количеству собеседников, по типу интервьюера, по типу СМИ, по способу общения. Однако такой спектр жанровых вариаций – примета только современной (начиная с 1980-х гг.) прессы. Например, как отмечает Е.И. Голанова, для 50-х годов характерна только одна разновидность жанра интервью – интервью-рассказ. Постепенное расширение видового

разнообразие жанра связано прежде всего с изменениями социального характера, раскрепощением общества.

В зависимости от целей и характера беседы принято выделять определенные канонические виды интервью как метода получения сведений. Так, в своих работах М.М. Лукина, Г.С. Мельник, М.И. Шостак, С.А. Муратов выделяют:

1. **Информационное / информативное интервью** – наиболее распространенный вид, нацеленный на сбор материала для новостей. Цель такого интервью – познакомить читателей (слушателей, зрителей) с какими-то новыми явлениями, процессами, интересными людьми. Это интервью отличается краткими вопросами и ответами. Интервью получится информационным, если и в ответах собеседника акцент будет сделан на вопросах: что? где? когда?

2. **Интервью-расследование** проводится с целью глубокого изучения какого-либо события или проблемы. Самым важным звеном здесь являются вопросы, «вскрывающие» личность, ситуацию, помогающие «разоблачению» собеседника.

3. **Интервью-«знакомство»**, или **персональное интервью**, сфокусированное на одном герое. Героем такого интервью может стать человек, который проявил себя в какой-либо сфере общественной жизни и привлекает интерес широкой публики.

Они делятся, в свою очередь, на:

1) **Портретные**, цель которых – создать эмоционально-психологический портрет собеседника. Для журналиста требуется продемонстрировать читателю как можно больше выявленных сведений о человеке, подчеркнуть вопросы, нацеленные на раскрытие характера собеседника, и ответы, особенно показательные в этом плане. Главный стимул – неординарная личность, человек, интересный всем.

2) **Разоблачающие (с «антигероем»)**. Здесь нужны вопросы, помогающие разоблачению собеседника, заостряющие внимание

на противоречиях. Для таких интервью характерна направленность. Журналисту приходится преодолевать недомолвки, умалчивания, бороться с искажением фактов собеседником. Нужно суметь подобрать вопрос, не грубый по форме, но позволяющий эпатажить собеседника, вынудить заговорить «своим языком».

3) **«Звездные» интервью** (предметом является личность собеседника, обычно знаменитости). Наиболее игровое из всех интервью. Его определяют как «словесное фехтование» или «сценку». В основном оно служит в качестве поддержки имиджа, но здесь возможна демонстрация настоящего лица, «выглядывающего» из-под маски. Следует уделять внимание «значимым мелочам», любопытным деталям биографии.

4) **Экспертное интервью / интервью-мнение**. Это «развернутый комментарий компетентного лица к событию, факту, проблеме» (В.В. Ворошилов и А.А. Грабельников). Главная особенность экспертного интервью – то, что респондент является опытным участником изучаемого рынка. Экспертное интервью предполагает получение от респондента развернутых ответов на вопросы, а не заполнение формальной анкеты. Эксперты выступают в качестве специалистов, которые в отличие от других людей знают специфические стороны изучаемого явления. Обычно такие интервью даются под одной шапкой с основным материалом: аналитической статьей, репортажем, – однако формально не входят в его структуру.

5) **Проблемное интервью**. «Главный предмет обсуждения – мнения и сопоставление источников мнений». Проблемное интервью – едва ли не самый сложный вид из всех видов интервью. Интервьюер должен заранее продумать основные тезисы беседы, свои вопросы и суждения, а также возможные контраргументы собеседников, их реакцию на вопросы и свою – на их ответы. Интервью этого вида может отражать диалог единомышленников, но чаще оно критической направленности.

Согласно мнению А.В. Колесниченко, интервью **в зависимости от темы** бывают трех видов – **предметное, личностное и предметно-личностное.**

Тема **предметного** интервью – положение вещей в какой-либо сфере деятельности. Обычно это интервью с экспертом, жанр рациональной публицистики. Собеседник интересен журналисту ровно настолько, насколько он с этим положением вещей связан. Например, сотрудник милиции рассказывает, как уберечь квартиру от воров. Врач объясняет, как обезопасить себя от эпидемии гриппа. Финансовый консультант делает прогноз, насколько затяжным будет кризис на бирже. Ни мнение собеседника по вопросам, отклоняющимся от темы интервью, ни частная жизнь собеседника журналиста не интересуют.

По структуре предметное интервью состоит из трех частей. Вначале показывают связь собеседника с темой. Затем идет разбор предмета с целью его представления, прояснения и оценки. Завершается предметное интервью упорядочением сказанного, подведением итогов, практическими рекомендациями читателям.

Героем предметного интервью может быть также очевидец или участник события. Это уже информационное интервью, один из новостных жанров. Задача журналиста – узнать как можно больше подробностей и деталей случившегося. Как и в случае с экспертом, вначале показывается связь собеседника с темой, потом происходит углубление темы, а концовка посвящена общим впечатлениям о случившемся и выводам, которые собеседник сделал.

В личностном интервью темой, наоборот, является человек. В роли персонажей личностного интервью, как правило, выступают уже известные читателям люди – звезды шоу-бизнеса, спортсмены, политики. В разговоре могут быть затронуты любые факты и сферы жизни. Не важно, о чем конкретно пойдет речь, потому что

цель журналиста – не добыть какую-то определенную информацию, а преодолеть «фасад» личности, показать, что представляет собой этот человек на самом деле, «очеловечить гламурный образ», как сказано в одном из пособий по журналистике.

По структуре личностное интервью может напоминать психологический тест, когда последовательно раскрываются различные стороны личности респондента. Оптимальная стратегия журналиста – сочетание непрямых открытых вопросов («Расскажите, пожалуйста, о...») и провокационных («Почему вы все время себя хвалите?»). Завершить интервью желательно вопросом (или серией вопросов), который поставит собеседника в тупик, заставит оправдываться или покажет его читателям с самой неожиданной стороны.

В предметно-личностном интервью тема – конкретный человек, который интересует читателей не сам по себе, а в связи с каким-то конкретным делом. При этом если в предметном интервью персонажем может быть любой человек определенного статуса, то в предметно-личностном – только этот и никто другой. Классические примеры героев предметно-личностного интервью – выигравший соревнования спортсмен, получивший премию ученый, освобожденный из плена заложник. Вопросы в таком интервью касаются исключительно предмета разговора. Частная жизнь персонажей, как правило, остается за кадром.

По структуре предметно-личностное интервью может напоминать анкету, когда собеседника последовательно расспрашивают о том, как он двигался к своему сегодняшнему состоянию. Однако, чтобы интервью не превратилось в перечень банальных ответов, журналисту необходимо искать неожиданные аспекты темы, выявлять напряженные и комические эпизоды, которые пережил персонаж интервью при движении к своей цели.

По форме организации выделяются следующие виды интервью:

1) Пресс-конференция – это коллективное интервью, когда журналистов приглашают на встречу с персоной, источником информации, в определенное время и в назначенном месте. Журналисты сталкиваются и с фактами ущемления информационных свобод, например, когда право задать вопрос получают представители изданий, которые «выгодны» организаторам пресс-конференции по политическим или иным соображениям. Этот мотив может проявиться и в отказе определенным журналистам в аккредитации.

2) Выход к прессе – фактически малая форма пресс-конференции для информирования журналистов об итогах прошедшего мероприятия, инициатором которого является ньюсмейкер. Оно, как правило, заранее не планируется, чем отличается от предыдущего.

3) Брифинг – это плановое мероприятие, которое проводится с регулярной периодичностью и посвящается распространению текущей информации о деятельности организации или компаний.

4) «Круглый стол» – сложный формат интервью, на котором журналист ведет разговор не с одним, а с несколькими участниками. Здесь функции интервьюера шире: в его задачи, помимо вопросно-ответного общения, входит еще и управление беседой. В отличие от предыдущих форматов «круглый стол» и его разновидности – дебаты, обычные и «панельные» дискуссии – должны быть еще более тщательно проработаны. К участию в нем приглашаются в основном эксперты.

1) Интервью по телефону – это наиболее оперативный способ получения информации.

2) Интервью можно провести и с помощью разных служб Интернета – по электронной почте, на форуме или в чате.

**Структура жанра.** Несмотря на большое разнообразие видов интервью, общая схема текста интервью традиционно трехчастна – лид, основная содержательная часть и заключение.

Логика построения диалога и дополняющих его компонентов зависит от темы и от выбора журналистом смыслового центра интервью: будет ли это представление взгляда интервьюируемого на проблему или же портрет героя «интервью-знакомства».

В отличие от лида, открывающего репортаж или заметку, лид в интервью не дает «сгустка» содержания, не выделяет суть информации, но вводит читателя в атмосферу беседы. В коллективном опыте журналистов представлено немало типов возможных лидов. В одних случаях – это обыгрывание одного из риторических топосов(общих мест), наиболее выигрышного для вступления в контакт с читателем, для определения ситуации общения. Это – лид-определение, лид-место, лид-свойства. В целом лиды-топосы можно охарактеризовать как описательные, вводящие в ситуацию. В других случаях это могут быть специальные лиды, интригующие читателя, отличающиеся сенсационными фактами, содержащие непосредственное обращение к читателю и т. п. Например, лид-история, лид-вопрос или прямое обращение, лид-цитата из текста интервью и др.

Основную содержательную часть интервью составляет система вопросов-ответов. Основной коммуникативной единицей интервью является реплика, которая, сцепляясь с другой репликой, образует диалогическое единство (реплика-стимул + реплика-реакция). Ученые выделяют различные типы диалогических единств, например, вопрос – ответ, вопрос – контрвопрос, побуждение – вопрос, побуждение – повествование, повествование – побуждение и так далее. Для интервью более характерно диалогическое единство вопрос – ответ.

От размещения вопросов и связи между ними напрямую зависит **композиция интервью**. Выделяются **интервью со свободной композицией** и интервью, **композиция которых – импровизированная беседа**.

Интервью со свободной композицией отличается тем, что вопросы в нем можно переставлять, так как они едины лишь своей широкой тематикой, изменение места вопросов не влияет на течение разговора. К такому типу интервью принадлежат, например, тексты под рубрикой «Прямая линия», где читатели задают различные вопросы по телефону, которые потом формируются журналистом в тематические блоки.

Композиция импровизированного интервью представляет собой совершенно иной тип отношений вопросов и ответов, при котором «вопрос порождается предшествующим ответом собеседника, вследствие чего перестановка вопросно-ответных единств невозможна». Ход такой беседы непредсказуем либо прогнозируется лишь в общих чертах, роль журналиста сводится к тому, чтобы не дать собеседнику уйти от интересующей темы.

На практике чаще встречается тип композиции интервью, представляющий нечто среднее между вышеперечисленными типами. Обычно интервьюер имеет примерный план заготовленных вопросов, к которым по ходу беседы добавляются вопросы с просьбой проиллюстрировать, пояснить факт и тому подобное («*А не покажете на конкретном примере?*»). При этом исходные, основные вопросы, «коротко обозначая темы следующих за ними отрезков текста – ответов, делают содержательную структуру текста и композицию его прозрачными, легко обозримыми (вот тема текста, сейчас пойдет речь о такой детали, сейчас о следующей)». Текст такого интервью часто делится на главки, что облегчает его восприятие, включаются авторские комментарии и так далее.

Рассмотрим **типы вопросов**, встречающиеся в интервью. Это могут быть: 1) **закрытые** и **открытые** вопросы: закрытые вопросы требуют утвердительного или отрицательного ответа, открытые – носят наиболее общий характер и влекут за собой ответы, не ограниченные ни формой, ни содержанием; 2) **основные** и **второстепенные**: второстепенные вопросы, или вопросы второго ряда, стимулируют беседу, а ответы на них развивают ее вширь и вглубь, наполняют вспомогательным содержанием.

В зависимости от функциональных задач второстепенные вопросы можно разделить на следующие группы:

1) уточняющие вопросы: *Простите, правильно ли я вас понял...? Так ли я вас понял...? Что-то я вас не совсем понимаю, объясните, пожалуйста. Приведите, пожалуйста, соответствующий пример;*

2) развивающие вопросы – призваны способствовать расширению поля беседы в сторону уточнения деталей, эмоциональных переживаний героя, включая ее в более широкий контекст. Чаще всего такой вопрос поможет развить какой-либо конкретный аспект предыдущего ответа;

3) контрольные вопросы – журналист может задавать их в ситуации, когда у него нет объективных подтверждений того, что было сказано собеседником;

4) уличающие вопросы – разновидность контрольных, применяются в случае явных противоречий в ответах собеседника, а также когда собеседник искажает или скрывает информацию;

5) количественные вопросы – вопросы с местоимением *сколько* служат для выяснения количественных характеристик интересующего объекта или события. Количественный вопрос конкретизирует предмет разговора и позволяет увидеть динамику;

6) гипотетические вопросы – интервьюер хочет получить ответ на вопрос, что произойдет, если совершится подразумеваемое.

Гипотетические вопросы побуждают собеседника заняться прогнозами, пофантазировать о перспективах или возможных последствиях действий;

7) проективные вопросы: *Если бы вы получили миллион, что бы вы сделали? Что бы вы сделали в этой ситуации, если бы были президентом страны?*

8) переходные вопросы / вопросы-мосты нужны для изменения направления беседы, для перевода разговора на новую или упоминавшуюся вскользь тему;

9) пассивные и мимические вопросы – стимулируют продолжение разговора: *Правда? Понимаю... Да, да, конечно...*

Третья часть – заключение – ставит в беседе логическую точку. Это может быть ответ интервьюируемого на итоговый вопрос или заключительное суждение журналиста, своего рода «последствие».

Вводное и заключительное слово журналиста – это и художественное оформление текста, и выражение интонационной завершенности или начала беседы, и оценка происходящего. В одних случаях зачин и концовка могут быть выражены репликами журналиста, то есть графически они не выбиваются из текста интервью. Другой вариант – зачин и концовка представляют собой монолог автора, не выделенный как реплика, либо существует так называемая «врезка», вкратце информирующая о герое интервью. На страницах газет часто появляются материалы, сочетающие черты жанра интервью и очерка, репортажа, статьи; здесь реплики перемежаются авторским текстом-комментарием, рассуждением, иллюстрацией. Трансформация текста интервью из устной формы в письменную. В том случае, если автор медиатекста избирает в качестве конечного результата письменную его форму (или изначально присутствует установка на печатную публикацию), в изложении журналиста удаляются стилистические недочеты, исклю-

чаются повторы, слова-паразиты, являющиеся маркерами устной ситуации общения, речь участников медиасобытия приобретает четко выстроенную композицию, а вербальное выражение приближается к кодифицированному литературному языку. При этом сохраняется тематическая доминанта интервью и его и функциональное назначение.

Журналист, создавая публикацию, переставляет микротемы в соответствии с коммуникативной целью интервью. Как правило, количество микротем в печатном и звучащем вариантах совпадает, но каждая печатная микротема является концентрацией звучащей микротемы, рассредоточенной в устном варианте, что, видимо, объясняется явлением самоперебивов и моментом вспоминания в спонтанной речи собеседников. Печатная версия, как правило, составляет около 1/3 объема устного интервью.

### **Контрольные вопросы**

1. Дайте определение жанра интервью.
2. Перечислите типы вопросов, которые использует журналист для ведения интервью. Приведите примеры.
3. Каковы условия эффективного общения?
4. Перечислите ошибки и табу интервьюера.
5. Охарактеризуйте стадии интервью.
6. Охарактеризуйте интервью как жанр. Каковы ведущие жанрообразующие признаки интервью.
7. Интервью – во всех его видах – очень популярно в современной журналистике. Как вы думаете – почему?
8. Какие классификации интервью существуют в теории журналистики? На основе каких критериев выделяются виды интервью?
9. Охарактеризуйте информационное и аналитическое интервью.

10. В чем различие и сходство интервью и беседы? Это разные жанры или виды одного жанра? Какие решения встречаются в научной литературе?

11. Дайте характеристику таких видов интервью (самостоятельных жанров), как блиц-опрос, вопрос-ответ, аналитический опрос, анкета.

## **2.2 Основные признаки жанра «репортаж»**

Репортаж (франц. reportage, от лат. reportare – «сообщать, передавать») – информационный жанр журналистики, оперативно, с необходимыми подробностями, в яркой форме сообщающий о каком-либо событии, очевидцем или участником которого является автор. Это – «жанр-разведчик», к нему обращаются журналисты, стремясь сообщить о том, что происходит в нашей стране и за ее рубежами. Поэтому репортаж так любим в политической журналистике.

Первоначально жанр репортажа представляли публикации, извещавшие читателя о ходе судебных заседаний, парламентских дебатов, различных собраний и т. п. Говоря об историческом становлении репортажа, можно отметить, что данная жанровая форма «отливалась» в лучших произведениях российских журналистов и публицистов XIX–XX вв., таких как В. Гиляровский, М. Кольцов, Л. Рейнснер. В это время жанр приобретает свои индивидуальные признаки и черты, которые и дали основание для создания теории современного репортажа.

Основные признаки жанра – оперативность, информативность, наглядность.

Оперативность. Репортаж обычно пишется сразу после события и дает оперативное наглядное представление о событии через призму мировоззрения автора, его участника или очевидца. В основе репортажа лежит использование метода наблюдения, и, следовательно, присутствие журналиста на месте действия является

обязательным. По сути дела, репортаж – это поэтапное фиксирование автором результатов своего наблюдения. Чтобы написать репортаж, журналист должен следить за тем, как развивалось событие, определять ключевые моменты, фиксировать поведение людей, участников или очевидцев события. Репортер стремится как можно быстрее показать читателю картину события на всех этапах его развития – от начала до завершения, оперативно воссоздать «историю события» как его очевидец или участник. При этом есть жанры, еще более оперативные, чем репортаж, например новость. Репортаж пишется дольше, чем новость, однако его будут читать и после выхода новостей.

Информативность – способность донести до читателя максимум информации. Предметом репортажа является событие. Основной метод журналиста при создании репортажа – наблюдение. Репортаж не только рассказывает о событии, но и показывает, как оно происходило. Событие происходит в определенном месте в определенное время. Желательно, чтобы о месте и времени было прямо сказано в репортаже (Например, я веду свой репортаж со стадиона «Красная звезда», где происходит выставка собак всех пород).

Критерий выбора события – его актуальность, общественная значимость. Часто по этой причине репортажи ведутся с мест трагических событий, с мест военных действий. Другие частотные темы связаны с непривычной средой обитания, с преступниками, с неизвестными профессиями. Для массы читателей непривычная среда обитания всегда экзотична, вызывает любопытство, желание постичь другой мир. Если российские репортеры конца XIX в. живописали «московские норы и трущобы», быт и нравы бурсы, убогую «богему» актерской провинции, то и сегодня распространены эти или похожие темы: нищенство, «бомжи», криминальная среда, богемные «тусовки», монашество...

Тематический круг явлений действительности, для отображения которых используют репортаж, почти не ограничен. В зависимости от сферы жизни человека и общества выделяются различные тематические виды этого жанра: научный репортаж, спортивный, военный, социальный и др.

Рассказ репортера должен раскрыть читателю какую-то новую сторону действительности. Это предопределяет одну из важных особенностей жанра – его динамичность, то есть событие должно быть показано в развитии, в действии.

Наглядность – отличительный признак репортажа. С помощью наглядности у читателя создается «эффект присутствия» (словно он находится на месте события) и «эффект соучастия» (читатель проникается эмоциями автора или героев репортажа). Репортер – это глаза и уши читателя. Автором репортажа может быть только человек, сам наблюдавший или наблюдающий событие, а нередко и участвующий в нем. Читатель должен как бы сам видеть все происходящее на месте события, как бы слышать голоса его участников. Эти эффекты достигаются прежде всего использованием в тексте репортажа подробностей, помогающих репортеру нарисовать зримую картину действительности. Самый важный элемент репортажного материала – деталь. Детали – это звуки, запахи, краски.

Роль автора в данном жанре очень велика: он ведет репортаж, становясь подчас не только свидетелем события, но иногда даже его инициатором и организатором (например, журналистские эксперименты). Для репортера важно не только наглядно описать какое-то событие, но и рассказать о нем так, чтобы вызвать сопереживание читателя. Способами достижения этой цели являются изложение динамики события или изложение динамики авторских переживаний.

Форма написания репортажа – свободная. Можно описывать события хронологически. Распространен, например, вид репортажа «День с ...», где описывается день, проведенный с мэром города, депутатом, участковым инспектором, врачом скорой помощи и др. Можно структурировать репортажи и как описание проблем, виденных репортером, или мест, где он побывал.

Таким образом, можно выделить следующие виды репортажа.

**Событийный** – оперативно отражает общественно-значимое событие в хронологической последовательности. Самый распространенный вид.

**Познавательный** – в основе лежит интересная жизненная ситуация, которую освещает репортер. Это рассказ из мастерской художника, из музея, научной лаборатории, книгохранилища или из кабинета писателя. Оперативность подобных материалов бывает снижена, обычно их планируют заранее. Появление этого вида репортажа связано с определенными событиями в обществе – памятными датами и т. д.

**Проблемный (аналитический)** – ориентирован не только на описание одномоментного события, но и на выяснение причин его возникновения и развития. В данной разновидности могут присутствовать различные жанровые элементы: зарисовочные (описание места действия, характеристика его участников), информационные (факты, цифры, свидетельства), аналитические (оценка, комментарий, прогноз). Эти разнородные элементы связывает единая тема, которая раскрывается автором в логической последовательности по схеме: тезис – аргумент – вывод.

Репортаж с экспериментом – несет в себе интригу, так как журналист моделирует ситуацию, которая позволит ему узнать информацию, проверить реакцию людей в неожиданном положении и т. д. При этом участники эксперимента не знают, что стали объектом изучения. Как правило, в эксперименте журналист «ме-

няет профессию»: становится на время охранником, дворником, продавцом и т. д. Задача автора – наглядно зафиксировать ход эксперимента и его результат.

Специфика репортажа проявляется и в его стиле. Репортажу присуща предельная документальность: жанр не терпит ни реконструкции, ни ретроспекции, ни творческого вымысла (который возможен в очерке и фельетоне). Репортаж нередко определяют как «художественный документ»: с одной стороны, достоверный, отражающий подробности, а с другой – эмоциональный, воздействующий жанр.

Язык репортажа должен быть эмоциональным, энергичным. Характерно активное использование выразительных средств языка: ярких эпитетов, сравнений, метафор и т. д. Уместны цитаты, прямая речь, диалоги персонажей – они облегчают текст, усиливают достоверность, создают эффект присутствия. Должно быть как можно больше деталей, примеров. Хороший репортаж индивидуален, отражает взгляд и личность журналиста.

В журналистской практике выработана устойчивая схема репортажного описания. Вначале дается зарисовочная заставка (как правило, это яркий жизненный эпизод), с помощью которой журналист вводит читателя в курс события. Роль такой заставки – привлечение внимания читателей к материалу. Далее следует собственно репортажное описание. Здесь присутствуют различные отступления, диалоги с героями, собственные авторские впечатления и т. п. С содержательной точки зрения именно эти элементы способны создать в репортаже эффект присутствия. Напрямую обращаясь к своим читателям, автору нужно апеллировать не только к их разуму, но и к чувствам.

В основной части важны и удачно подобранные детали, и подробности, с помощью которых воссоздается отображаемая дей-

ствительность. Для придания репортажному описанию особой динамичности необходимо, чтобы в каждом эпизоде «проглядывалось» действие, чтобы участники события постоянно находились в тесном взаимодействии, чтобы само авторское отношение к объекту носило активный характер.

В концовке автор должен суммировать или обобщить свои впечатления, оценки и мнения. Однако хороший репортаж должен говорить сам за себя, без лишних обобщений и нравоучений. Важна непосредственность восприятия.

Такова структурно-композиционная схема репортажа, которая при желании может быть видоизменена. К примеру, репортаж можно построить на ассоциативных связях или на исторических параллелях. Однако чаще всего репортаж строится на фабульной основе. При этом колоритность репортажного описания зависит от удачно подмеченных деталей, пейзажных и портретных зарисовок, диалогов и т. п.

### **Контрольные вопросы**

1. Каковы основные признаки репортажа?
2. Какие основные виды репортажа вам известны? Какие из них популярны сегодня?
3. В чем состоит специфика репортажа с точки зрения стиля?
4. Как проявляется синтетический характер репортажа?
5. Какова схема репортажного описания?
6. В каких случаях предпочтительнее использовать жанр репортажа, а в каких – отчета? Почему?
7. В чем сходство и различие репортажа и эксперимента?
8. Какое место репортаж занимает в современной журналистике? В каких изданиях он чаще встречается?
9. Какие виды репортажа и его модификации можно встретить в региональной прессе?

10. Какое место в репортаже занимает автор?
11. Как создается эффект присутствия?
12. С чего можно начинать визуальную картинку в репортаже?
13. Какие лингвистические средства необходимы для раскрытия репортажной темы?
14. Сформулируйте требования к написанию репортажа.

### 3. АНАЛИТИЧЕСКИЕ ЖАНРЫ ЖУРНАЛИСТИКИ

#### 3.1. Виды и формы жанра «статья»

Статья – аналитический жанр, в котором представлены результаты исследования, события или проблемы.

Предмет жанра статьи – противоречия и проблемы, которые содержатся как в актуальных ситуациях и процессах, так и в вытекающих из них задачах, в условиях их решения, в связанных с ними тенденциях, перспективах, закономерностях общественного развития.

Виды (формы) жанра: общеисследовательская, практико-аналитическая, полемическая статья.

В общеисследовательских статьях анализируются общезначимые, широкие вопросы (экономическое, политическое развитие страны, нравственность / безнравственность современного общества и т. п.). Цель такой статьи – изучение различных закономерностей, тенденций, перспектив развития современного общества.

В практико-аналитических статьях анализируются конкретные проблемы промышленности, финансов, культуры, образования и т.п. Цель – выявить причины ситуации, сложившейся в той или иной сфере производства, на ряде предприятий, в социальной сфере и т. д., оценить эту ситуацию, определить тенденции ее развития, выявить проблемы, стоящие на пути решения тех или иных практических задач, по возможности выявить пути эффективного разрешения этих задач, вынести на суд общественности какие-то конструктивные предложения. В общеисследовательских статьях журналист оперирует такими категориями, как «экономика», «кризис», «дефолт», а в практико-аналитических статьях – «цены на бензин», «доходы Омского нефтеперерабатывающего завода».

В полемических статьях анализируются «чужие» оценки, представления, выводы, предложения, с которыми автор этой ста-

ты согласиться не может. Цель – обосновать свою собственную позицию по спорному вопросу, показать свое видение проблемы и опровергнуть позицию своего оппонента. Логическая структура полемической статьи формируется на базе доказательного рассуждения, на базе аргументации в пользу главного тезиса автора выступления и на базе опровержения тезиса, аргументов, демонстрации, содержащихся в выступлении оппонента.

Перечисленные жанровые формы аналитической статьи соответствуют базовым положениям, разработанным представителями отечественной теоретической журналистики. В западной журналистской практике сопоставимой формой выступает синтетический жанр – features. В него обычно включают «длинные» статьи: репортажи, портреты, статьи-анализы, статьи-мнения (редакционные, колонки, раздумья, дневники), журналистское расследование. Для нашего пособия важно то, что написание всех объемных аналитических статей подчиняется общим законам, поэтому для нас не релевантны все тонкости жанровых различий.

Целевая установка жанра – убедить читателя согласиться с некоторым мнением, выяснить причины и следствия событий, показать взаимосвязи разных событий, показать значимость события и возможные варианты его развития. Журналист, как правило, имеет собственную позицию по этим вопросам, поэтому его приоритетная задача – убедить читателя в правоте своих выводов, точности прогнозов.

Как известно, убедить – значит «добиться с помощью логического обоснования предлагаемого суждения согласия индивида или группы с определенной точкой зрения». Подобная целевая установка определяет специфику аналитической статьи (представляет собой аргументацию, опирающуюся на логически выстроенные факты) и предопределяет особенности данного медиатекста. Особенности, маркеры аналитической статьи могут быть сведены

к следующему: подробный анализ фактов и их оценка; аргументированные доказательства и обоснования; обстоятельная разработка темы; теоретические обобщения; логические выводы; практические рекомендации; решение научной задачи.

Языковая специфика аналитической статьи: 1) на уровне синтаксиса – обилие средств, выражающих логические связи высказываний (союзы, вводные слова логического характера, слова и предложения, обозначающие вид логической связи, типа «приведем пример», «рассмотрим причины» и др.); 2) на уровне морфологии – грамматические средства, позволяющие выразить формулировки закономерностей (настоящее абстрактное, единственное число с собирательным значением, абстрактные существительные); 3) на уровне лексики – термины, в том числе и узкоспециальные с пояснениями, а также слова, называющие отвлеченные понятия.

Таким образом, все языковые средства рассматриваемого жанра подчинены главной цели – оформить результат аналитической деятельности автора, который анализирует закономерности развития явления, его причины и следствия, его значение для жизни общества. Следовательно, основным стилистический признак данного жанра – логизированность изложения, рассуждение. Для того чтобы аналитическая статья была убедительна, аргументированна, необходим прочный логический фундамент. Кроме того, аргументация может вовлекать эмоции, а также быть связана с этическим воздействием. Исходя из этого рассмотрим основы рационального, эмоционального и этического воздействия.

Основные понятия рационального воздействия: рассуждение, факты, дедукция, индукция, аналогия.

Рассуждение – один из трех функционально-смысловых типов речи, соответствующий форме абстрактного мышления – умозаключению, выполняющий особое коммуникативное задание –

придать речи аргументированный характер (прийти логическим путем к новому суждению или аргументировать высказанное ранее) и оформляемый с помощью лексико-грамматических средств причинно-следственной семантики. Иными словами, рассуждение реализует задачу автора убедить читателя в существовании причинно-следственных связей между явлениями (аргументативный тип речи), оно состоит из цепи взаимообусловленных суждений.

Выделяют следующие разновидности рассуждения:

1) собственно рассуждение: наиболее последовательно выражает причинно-следственные отношения между суждениями: от причины (основания) к следствию (тезису); функция – оформить выведение нового знания, продемонстрировать ход авторской мысли, путь решения проблемы. Конструкции: из этого следует, что...; отсюда заключаем, что...; это позволяет предположить, что...;

2) доказательство: соответствует вопросу «Действительно ли это так?»; функция – установить истинность тезиса. Конструкции: отсюда имеем...; будем иметь...; получим...; отсюда вытекает...; следует...; получается...; предположим, что...; допустим, что...;

3) подтверждение: функция – установить достоверность высказанного положения посредством подкрепления его фактами. Конструкции: это подтверждается тем, что...; об этом свидетельствует...;

4) обоснование: соответствует вопросу «Действительно ли это нужно, целесообразно?». Конструкции: это обусловлено тем, что...; оправдано...; это связано с ...; это необходимо для того, что- бы...; это целесообразно потому, что...; нуждается в дополнительном обосновании...;

5) объяснение: функция – раскрыть причины реальных явлений. Конструкции: причина состоит в следующем...; укажем на причины...; это объясняется тем, что...; объяснение заключается в

том, что...; это зависит от...; это связано с тем, что...; это обусловлено...; является следствием того, что...

В аналитических материалах в целях убеждения читателя в правильности суждений автора используются все виды рассуждений. При этом обнаруживается бóльшая активность аргументативного подтипа речи «подтверждение». Не менее частотен тип «доказательство». Что же касается «собственно рассуждения», то в публицистических текстах оно выполняет функцию подготовки, подведение читателя к определенному заключению. «Объяснение» и «обоснование» служат задаче повышения степени понимания читателем анализируемых проблем, важности принимаемых решений (Т.Б. Трошева). Итак, в статье особую роль играет система аргументации, которую использует автор. Убедить читателя он может, лишь приводя аргументы, доказательства своей правоты. Лучшими аргументами являются факты – примеры, цифры, документы и т. п. Факты делятся на несколько категорий: непреложные истины, мнения авторитетов, первичные источники информации, статистические данные и личный опыт.

Непреложные истины – это факты, которые никто не может всерьез оспорить (исторические, научные, географические факты). Никто не будет оспаривать, что озоновый слой в верхней части атмосферы Земли защищает нас от вредного ультрафиолетового излучения Солнца. Непреложные истины нужно отличать от трюизмов – банальных фраз, избитых выражений. Трюизмы (как и непреложные истины) используют для того, чтобы вызвать желательную поведенческую реакцию. Как отмечает П.С. Таранов, «лучший и убедительный способ доказательства – начать свои рассуждения с безобидных, всеми принятых утверждений. Когда подозрительность слушателя достаточно усыплена... – тогда наступил момент открыто высказаться, но непременно как ни в

чем не бывало, спокойным тоном, тем же, которым говорились раньше трюизмы. О логической связи можно не заботиться. ... Читатель не только не забудет ваших слов – он будет ими терзаться, мучиться, пока не согласится с вами». Как видим, П.С. Таранов описывает один из приемов манипуляции. В публицистике мы имеем дело с убеждением, а не внушением, хотя, как можно заметить, грань между этими способами воздействия очень тонкая.

Мнения авторитетов, компетенция которых неоспорима, играют ведущую роль в привлечении читателей на свою сторону. Напомним, что мнения авторитетов будут убедительны только в том случае, если аудитория принимает этого субъекта в «качестве авторитета».

Первичные источники (документы), статистические данные можно назвать «железными» фактами. Однако не все ими умеют пользоваться. Основные погрешности при подаче статистических данных – ошибка в выборке, неумение подавать цифровые данные. Что же касается личного опыта, то он может подсказать более убедительную аргументацию, чем любой другой вид фактов.

Хотя личный опыт полезен, он, как правило, усиливает, но не заменяет другие виды фактов. Если личный опыт не имеет другой поддержки, он может быть расценен читателями как нетипичный или банальный случай.

Итак, аргументация аналитической статьи состоит из вывода, который необходимо автору, журналистских доводов в пользу вывода и фактов, которые поддерживают эти доводы. Каким образом доводы и факты сочетаются друг с другом? Рациональное воздействие базируется на трех формах: индукция, дедукция и аналогия.

Индуктивное рассуждение шаг за шагом приводит нас к выводу.

Существует несколько вариантов индуктивной организации материала. Можно начать статью с постановки прямого или кос-

венного вопроса, для того чтобы пробудить читательский интерес или просто сформулировать авторскую позицию, которая будет в дальнейшем отстаиваться. В основной части статьи необходимо приводить поддерживающие факты (доказательства). В выводах можно вновь подтвердить авторскую позицию или указать на следствия, вытекающие из этой позиции.

Дедуктивное рассуждение начинается с наблюдения, которое читатели воспринимают в качестве истинного, а затем автор показывает, какие выводы следуют из этого наблюдения. Допустим, политик утверждает, что нужно голосовать именно за него, а потом указывает почему. При организации дедуктивной аргументации можно начать с позиции, которую автор собирается доказать, вопроса, на который ответит аргументация, или с краткого изложения аргументации. В основной части разрабатываются результаты авторского допущения. В выводах можно сформулировать авторскую позицию, предложить следствия от принятия или непринятия этой позиции или поставить вопрос, на который читатель должен с «легкостью» ответить после прочтения аргументации. Как отмечают исследователи, часто дедуктивная аргументация строится вокруг категорического силлогизма (набора из трех утверждений, которые следуют определенной модели, гарантирующей правильное рассуждение).

В журналистских текстах силлогизмы используются в свернутой форме. Для того чтобы избежать неправильного силлогизма, необходимо, чтобы главная и малая посылки были истинными, соблюдался правильный порядок.

Рассуждение по аналогии – это самая слабая форма рационального воздействия, но при этом аналогии часто помогают объяснить и «показать» вероятность того или иного предмета / события и поэтому достаточно убедительны. Чтобы аналогия была эф-

фективной, предметы должны иметь общее основание (сходство) для сравнения. Современная журналистская практика изобилует примерами неправомерной аналогии. Рассмотрим в общих чертах эмоциональное и этическое воздействие.

Несмотря на то, что статья опирается на четкую логическую схему, на рациональные доводы, эмоциональное воздействие оказывается не менее эффективным средством убеждения, дополняющим рациональную основу. Говоря общо, эмоциональное воздействие – «заряженные» истории, сцены, фотографии или события на данную тему, которые вызывают сильные эмоциональные реакции. Как отмечает Дж. Витале, «если вы не встряхнете своих читателей, их мысли будут заняты заботами и ваши слова в одно ухо влетят, в другое вылетят – если вообще смогут влететь».

Однако прежде чем начать воздействовать эмоции и логика, аудитория должна быть готова принять и то и другое. Если авторский тон оскорбляет аудиторию, а эмоции не находят отклика, то рациональные доводы не будут восприняты читателем. «Но, если автор проявит себя приятным, честно мыслящим и порядочным человеком, добиться читательской поддержки будет намного легче. Образ, который создает автор, называется этическим воздействием». Иными словами, если журналист демонстрирует подлинную озабоченность своей темой, приверженность истине и искреннее уважение к другим, то он сможет достичь цели статьи – убедить читателя согласиться с некоторым мнением, выполнить некоторое действие или сделать то и другое. В нашей стране чтение аналитических статей начинается с имени автора. Если фамилия неизвестна, не вызывает доверия, то статья не читается.

Итак, мы рассмотрели основы рационального, эмоционального и этического воздействия.

### 3.2. Подготовка статьи к публикации

Следующий шаг – составление плана, который дисциплинирует, упорядочивает мысли, помогает выстраивать логику, определить структуру статьи. Затем необходимо определить, есть ли ответы на шесть «краеугольных» вопросов журналистики: как? почему? где? кто? когда? что? В. Панюшкин (специальный корреспондент Издательского дома «Коммерсант») расширяет список классических шести «5 W и один H», считая, что профессиональная аналитическая статья должна отвечать на 14 вопросов: Кто? Что? Где? Когда? Как? Зачем? Почему? Кто враги? Кто союзники? Кому выгодно? Почему выгодно? Кому не выгодно? Почему не выгодно? Ну и что? (Что теперь? Что будет дальше?). Полагаем, что в статье необходим классический минимум вопросов, а остальные (перечисленные В. Панюшкиным) зависят от замысла автора, его желания очертить круг «врагов» и «союзников», предсказать ход развития тех или иных событий. Ограничением поставленных вопросов может выступать оптимальный объем аналитической газетной статьи – от 800 до 1200 слов, читательский адрес, сложность поставленных автором задач и т. п.

Отдельного упоминания заслуживает проблема заголовка. В современной теории журналистики существует огромное количество рекомендаций по написанию заголовков. Реферирование этой литературы не позволяет однозначно ответить на вопрос: «Когда нужно написать заголовок: до написания всего материала, или во время работы над статьей, или же после завершения работы?». Полагаем, что все же, прежде чем начать написание аналитической статьи, рабочий вариант заголовка должен быть.

Наиболее традиционными для российской прессы считаются следующие модели: повествовательный заголовок-сообщение, заголовок-резюме, составные заголовки, заголовок-цитата, обраще-

ние, призыв, восклицание, заголовок с «продолжением», с двоеточием, игровой заголовок и т. д.

Что же касается длины заголовка, то, пожалуй, самые строгие требования предъявляют Информационные агентства, ограничивая фантазию авторов длиной в 50–70 знаков. Единственное, что мы можем рекомендовать, – это конструировать заголовок по формуле « $7 \pm 2$ » слова. Именно такой заголовок, по мнению теоретиков-журналистов, наиболее оптимален при его построении. Эта рекомендация основана на результатах современных исследований оперативной рабочей памяти, в соответствии с которыми «наше внимание не справляется с объемом информации, превышающим семь плюс-минус две единицы одного из уровней когнитивной архитектуры».

После описанного подготовительного этапа можно переходить к написанию статьи, которая традиционна по композиции, структуре: введение, основной текст, заключение.

Структура аналитической статьи. Приступая к написанию введения, начинающий журналист неизменно сталкивается с проблемой: «С чего начинать?». Введение в новостных («коротких») жанрах коррелирует с понятием лид.

В статьях объем позволяет увеличить возможности начала статьи, поэтому в рассматриваемых жанрах принято говорить не столько о лиде, сколько о «введении».

Итак, с чего начинать во введении – с «общего» или «частного»? Некоторые рекомендации описывались нами, когда мы разбирали индуктивный тип и дедуктивный тип рассуждения. Говоря иначе, начать можно с общего утверждения или с частного. И в зависимости от этого можно выстроить статью. В случае «общего» начала перед автором только один вариант дальнейшей компоновки материала, а вот при составлении статьи «от частного» могут быть вариации.

1) Описание. При описании требуется мастерство, умение увлечь читателя, показать ему то, что видели вы.

2) Рассказ. Этот тип введения близок к описанию. Разница в том, что здесь журналист рассказывает некий эпизод, способный привлечь внимание читателя.

3) Интригующее утверждение.

4) Вопрос. Начиная статью с вопроса, журналист показывает, что есть проблема. Заинтригованный читатель ищет ответа в тексте, что, собственно, и нужно журналисту.

5) Введение, начинающееся с цитаты. Конечно, часто трудно устоять перед соблазном начать статью с цитаты, особенно если один из тех, у кого взято интервью, говорил «вкусно», использовал яркие образы, приводил примеры. Поэтому хотелось бы рекомендовать, чтобы при выборе введения для статьи возможность цитатного начала рассматривалась в последнюю очередь. Вот пример цитатного начала.

Перечислим рекомендации М. Григоряна, применяемые к основному тексту:

1) текст должен быть выстроен логично (этой рекомендации посвящено изучение аргументирующей речи;

2) использование цитат является важным аспектом техники письма;

3) использование прилагательных и причастий создает ритм текста. Чем больше прилагательных, тем медленнее развитие текста. Текст, насыщенный существительными и глаголами, развивается быстро и ясно;

4) избегайте употребления штампов (или клише) – они обедняют речь;

5) проще, проще, проще (журналист рекомендует не упускать из вида ориентацию на массового читателя, а не на «узкого специ-

алиста», поэтому не нужно использовать малопонятные термины, сложные и длинные предложения).

В заключении последним аккордом может быть:

1) возврат к началу статьи;

2) яркая цитата;

3) риторический вопрос, который «повисает» в воздухе и заставляет читателя думать над темой статьи еще долго, после того как она прочитана. Однако этот прием нужно применять крайне осторожно, поскольку здесь очень легко сбиться на банальность.

Компоновка статьи. Статья в целом развивается по принципу пирамиды, то есть важнейшая информация сообщается в ее начале, а затем, по мере продвижения к концу, сообщаются все менее важные факты. Можно использовать и принцип зигзага, то есть переходить от фактов к краскам и обратно.

Далее М. Григорян отмечает, что «нужно помнить, что для статей этого жанра (аналитической статьи) факты важнее красок, и поэтому статья, как правило, должна начинаться с изложения факта, события или явления, а краски придут потом, когда нужно будет иллюстрировать факт. Чем ближе к концу статьи, тем менее значимы факты и мнения, которые в ней приводятся».

В некоторых случаях можно разбивать текст на небольшие, логически завершённые фрагменты, используя подзаголовки. Это не только облегчает чтение, но и позволяет автору организовывать свои мысли, способствует более логичному изложению. Как правило, сами издания в своей редакционной политике определяют, будут ли они использовать подзаголовки или нет».

Примерная структура аналитической статьи:

1. Прямой лид, часто результирующий. Коротко сообщает, что произошло. Лид, как правило, отвечает на вопросы «кто» и «что», но ответ на вопрос «когда» тоже очень важен для статей

такого типа. Поэтому указание на время, когда произошло событие, должно присутствовать либо в лиде, либо в следующих одном-двух абзацах. Ответ на вопрос «где» также дается в самом начале статьи.

2. Объяснение важности события, то есть ответ на вопросы «почему» и, возможно, «как».

3. Суть события. Ей можно посвятить 2–4 абзаца.

4. Предыстория события. Дается, если есть необходимость.

5. В чем достоинства и недостатки события, или какое развитие оно предполагает. Здесь важно следить за балансом и подтверждать мнения цитатами.

6. Заключение

Статью можно закончить цитатой, которая вернет читателя в реальный мир, «спустит с неба на землю» или обратит его внимание на то, чем обернется событие для простых людей.

В отечественной теории журналистики описывают схему аналитической статьи через так называемые «композиционные узлы», среди которых выделяют следующие:

1) «ввод» в проблему (эквивалент экспозиции);

2) «постановка проблемы», предусматривающая сопоставление по крайней мере двух противоположных точек зрения на описываемое событие;

3) столкновение тезиса и антитезиса (эквивалент «развития события»);

4) «рекомендация» (своего рода «синтез») – производное от сопоставления «тезиса» и «антитезиса» в результате практической постановки вопроса (эквивалент «кульминации»);

5) «образный ориентир» – обобщенная оценка, дающая возможность расширительного применения рабочей идеи для осмысления и оценки других аналогичных проблемных ситуаций, возникающих в реальной общественной жизни (эквивалент развязки).

Как видим, композиция (или компоновка) в отечественной теории отличается от представленной «европеизированной» концепции не по существу, а терминологически. В частности, опорой отечественной теории на риторiku, риторический канон (инвенция, диспозиция, элокуция).

Завершая рассмотрение жанра статьи, отметим, что аналитическая статья – это вершина журналистского мастерства. Чтобы писать хорошие статьи, журналист должен иметь «чутье» на новости, отличать важную информацию от второстепенной, а кроме этого, владеть такими жанрами, как репортаж, портрет, интервью, уметь писать в новостных жанрах.

### **Контрольные вопросы**

1. Охарактеризуйте жанр аналитической статьи по трем параметрам: предмет отображения, цель отображения, метод отображения. По этим же параметрам сопоставьте статью с интервью, репортажем.

2. Перечислите жанрообразующие признаки аналитической статьи. Чем данный жанр отличается от комментария? От журналистского расследования?

3. Сопоставьте синтетический жанр feature с аналитической статьей. Есть ли сходства? Различия? Как вы думаете, есть ли какие-то принципиальные различия между отечественной и западной аналитикой?

4. В настоящее время в прессе существуют относительно устойчивые формы проявления жанра статьи. Назовите эти формы и охарактеризуйте.

5. Расскажите об основных понятиях рационального, эмоционального и этического воздействия. Какой из видов воздействия доминирует в аналитических материалах? Почему?

6. Дайте определение понятия «факт». Какие виды фактов вы знаете? Какие требования предъявляются журналистской практикой к фактам?

7. Какие логические погрешности встречаются в аналитических материалах?

8. Раскройте содержание понятия «техника письма». Перечислите известные вам рекомендации.

9. В чем суть правила «5 W и одного H»? «3 W»?

10. Какова структура аналитической статьи?

11. Какие виды компоновки аналитического материала вы знаете? Расскажите о «принципе зигзага». Насколько он применим в аналитических статьях?

## 4. ХУДОЖЕСТВЕННО-ПУБЛИЦИСТИЧЕСКИЕ ЖАНРЫ

### 4.1. Фельетон как разновидность смеховой журналистики

Фельетон – малая художественно-публицистическая форма, характерная для периодической печати (газеты, журнала) и отличающаяся злободневностью тематики, сатирической заостренностью или юмором.

Термин «фельетон» (от фр. *feuilleton* – «листок, листочек») возник в начале XIX в. В 1800 г. во Франции издатель газеты «*Journal des Débats*» стал выпускать добавочные листы к газете, а затем в 1803 г. изменил формат своей газеты – удлинил его книзу; эта добавочная часть, отделенная от газеты «линией отреза» (белым пропуском), и стала называться фельетоном. В дальнейшем термин получил двоякое значение: 1) литературный материал «подвала» газеты, 2) литературное произведение малой формы публицистически злободневного характера, помещенное или в фельетоне газеты, или в дополнительных частях журнала (обозрение, смесь). Именно в последнем значении этот термин закрепился и получил широкое распространение во Франции, затем в Германии и в России.

Фельетон объединяет в себе три начала: публицистическое (актуальность, злободневность, ярко выраженная оценочность), художественное (использование образных средств из арсенала художественной литературы) и сатирическое. Сатирическое начало служит дифференцирующим жанровым признаком фельетона. Его суть заключается в комическом иносказании, которому подчинены все элементы жанра. Главная задача фельетона как жанра сатирического – разоблачение отрицательных фактов действительности и последующее их искоренение из жизни общества. Выявить комичность факта, явления, ситуации – значит показать ее принципиальное противоречие с авторским идеалом.

Исходным началом в фельетоне всегда является конкретный, достоверный фактический материал. Факты освещаются сатирически и в документальных фельетонах, и в фельетонах, прибегающих к обобщенным образам. Факты в них служат материалом для создания образа. При этом художественность фельетона становится обязательным условием его эффективности.

«Фельетонный» факт чаще всего содержит в гипертрофированном виде черты, типичные для явлений того класса, к которому он относится. Фельетон может строиться не на одном факте, а на их совокупности. В этом случае типичное выступает как определенная закономерность, связывающая ряд отдельных фактов. Факты же в свою очередь выступают как опорные точки сатирической типизации, т. е. создания сатирического образа определенного жизненного явления, которое таким путем сводится до уровня ущербного.

В советской журналистике к «фельетонным» фактам относились туеядство, спекуляция, бюрократическая волокита, халатность, недобросовестность, воровство и т. д. Фельетон был рассчитан, во-первых, на лиц, конкретно связанных с проблемами, затронутыми в отдельном фельетоне, а во-вторых, на широкий круг читателей, влияние на которых составляло едва ли не главную задачу выступления автора. Таким образом, опираясь на негативные факты, фельетонист выстраивал цепочку суждений, которые постепенно приводили читателя к мысли, что этот факт не только негативен для общества в целом, но и требует оперативного вмешательства в данную ситуацию для полного искоренения пагубного явления.

В новое время фельетон пережил серьезную трансформацию. В роли «фельетонных» фактов, как правило, выступают общественно-политические явления: внутрисполитическая обстановка в стране, международные отношения. Ведущими темами фельето-

нов, соответственно, становится политика, экономика, некоторые социальные аспекты.

Фельетонный образ, несмотря на свою специфичность, обладает теми же качествами, что и образ в художественных жанрах: он эмоционален, представляет собой обобщение жизни, раскрывает смысл явлений и дает им оценку, утверждая или отрицая их.

Фельетонист строит свое произведение двупланово (в этом существенное отличие фельетона от статьи), возвышая реальную конкретную ситуацию до масштабной общественной проблемы.

Один из главных законов фельетонного жанра – ассоциативность. При ассоциативном зачине с самого начала привносится элемент эмоционально-образного развития темы, поскольку она начинает раскрываться не прямо, а косвенно, опосредованно. А это в свою очередь при переходе к исходной теме конкретного жизненного факта может вызвать и часто вызывает комическое противоречие на стыке двух тем.

Движение сюжета в фельетоне, как и в произведениях «чисто» художественной прозы, совершается посредством «перебоев». Но и характер фельетонных перебоев принципиально отличается от тех, которые происходят, например, в рассказе.

Фельетон, как представитель малого по объему жанра, требует филигранной отточенности стиля и четкости сюжетно-композиционного построения. Фельетонист должен умело выстроить сюжет и композицию повествования, чтобы яркие подробности или смешные ситуации существовали не сами по себе, а выявляли суть конфликта и черты характера. При всей своей свободе и кажущейся порой причудливости, композиция фельетона должна подчиняться законам ясного выражения публицистической темы.

Вообще фельетон может строиться по трем основным принципам: 1) от факта к проблеме, когда автор самостоятельно либо

при помощи читателей находит факт или явление, который вполне можно назвать социальной проблемой; 2) от проблемы к факту: существуют так называемые «вечные» конфликты, о которых писали и будут писать много лет; осмысливая их, находя им подтверждение в жизни, автор представляет их в документальном виде; 3) от проблемы к типизации: этот способ обобщения фактов наиболее близок художественной литературе.

Этим перечнем не исчерпывается все многообразие форм построения фельетона, и «чистая» схема встречается реже, чем их синтез. Специфика фельетонного сюжета – в том, что он движется в равной степени как от факта, так и от развития публицистического образа.

Огромную роль в фельетоне играет заголовок, который часто имеет характер развернутой или более краткой загадки. Заголовок привлекает читателя своей нестандартностью и заставляет сначала заинтересоваться, а потом и задуматься.

Таким образом, уже сама тема фельетона и фактические материалы, на которых он основывается, несет на себе отпечаток личности автора. Ведь фельетонист всегда должен находиться в «гуще» жизни и наблюдать ее во всех проявлениях. Именно от его позиции зависит, что выбрать в качестве пригодного сюжета для фельетона и как подать заинтересовавшие его факты и явления. Только от автора, от его профессионализма и таланта, умения, интуиции и опыта зависит, удастся ли ему создать настоящий фельетон.

Говоря о выразительных средствах языка, нужно отметить, что фельетон является одним из самых благодатных жанров для их использования. Специфику последнего определяет сатирическая направленность фельетона. Для этого фельетонисты обращаются к разнообразным речевым средствам и стилистическим приемам, создающим комический эффект. Это гипербола и литота, гротеск, фантастичность, ирония, пародирование. Авторы широко исполь-

зуют казенно-деловой стиль для пародирования, что придает их творениям новые краски и ярко публицистическую направленность. Назовем некоторые способы создания комического эффекта в фельетоне.

Использование иронии. Ирония приписывает явлению те свойства, которых ему недостает, с целью подчеркнуть чувство превосходства или скептицизма. При этом слово или высказывание обретает в контексте смысл, противоположный буквальному значению или отрицающий его. В речи используются две группы иронических слов и выражений: 1) общеязыковые, употребляемые в современном русском языке с постоянной иронической окраской (в словарях – с пометой «ирон.»); это книжно-архаические слова – соизволить, сподобиться и др., отдельные значения многозначных слов – артист (лицезреть, плут), богадельня (бездеятельный коллектив) и др.; 2) индивидуальные, «разового употребления», построенные а) на оценке факта словами с обратным смыслом; б) на сочетаниях слов, значение которых противоречит друг другу: частенько в единичных случаях, в) построенные при помощи уменьшительно-ласкательных суффиксов.

Использование каламбура. Каламбур в зависимости от художественного задания может иметь шутовую, ироническую, саркастическую окраску. Каламбур представляет собой сближение или сопоставление понятий, которые в обычных условиях несопоставимы. Каламбуры могут быть построены на основе полисемии и омонимии.

Разрушение норм сочетаемости слов. В русском языке существуют определенные законы семантико-стилистического сочетания слов, когда слово может вступать в связь далеко не с любым другим словом. Причины этого кроются в семантике слов, в их стилистической и эмоционально-экспрессивной окраске. Однако эти нормы могут целенаправленно разрушаться для создания комического эффекта: 1) разрушение семантических норм сочетае-

мости; столкновение слов с противоположной семантикой; перенесение слова или словосочетания, закрепленных нормой в определенном контексте;

2) разрушение норм стилистической сочетаемости, когда происходит введение в узкий контекст иностилевых слов.

Использование индивидуально-авторских неологизмов, или окказионализмов, не закрепляющихся в языке, не утрачивающих своего необычного звучания. «Окказионализм – это словесно-художественное произведение в своем предельном минимуме» (Д.Э. Розенталь). Нередко окказионализмы отличаются от привычного слова только аффиксом или имеют сходство с каким-либо словом. Помимо словообразовательных неологизмов, могут возникать семантические, когда у знакомого слова появляется новое значение.

Использование индивидуальных метафор; использование индивидуальных перифраз – описательное выражение, заменяющее слово. Иногда общеязыковой перифраз вводится не как общее название, а в качестве обозначения действующего лица.

Индивидуальная обработка фразеологизмов: 1) столкновение первичного и переносного значений; 2) извлечение из фразеологизма слова для последующего образования авторского неологизма; 3) слияние двух фразеологизмов, в составе которых есть общее слово; 4) введение во фразеологизм нового слова; 5) сокращение фразеологизма; 6) замена слов в составе фразеологизма; 7) сложная обработка фразеологизма.

Таким образом, фельетон основывается на нарочитом разрушении всех языковых норм: семантических, стилистических, грамматических, словообразовательных и фразеологических. При этом такая «необычность» должна быть мотивирована в контексте фельетона. Степень мастерства фельетониста зависит не только от того, насколько неожиданно он разрушает привычные нормы, но и насколько мотивированно он это делает.

## Контрольные вопросы

1. Какую роль играет фельетон в современной журналистике? Актуален ли этот жанр сегодня?

2. В каких изданиях чаще всего встречается фельетон?

3. Что делает фельетон злободневным?

4. Каковы жанровые признаки фельетона?

5. Для чего в фельетонах используется авторский домисел, в каких рамках и формах он допустим?

6. Встречается ли фельетон в региональной прессе?

7. Охарактеризуйте природу комического. В чем особенность юмора, иронии, сатиры как видов комического?

8. Что выступает объектом юмора? Приемы юмора – языковая игра, каламбур. Как соотносятся юмор и сарказм?

9. Что выступает объектом сатиры? Какие приемы используются для сатирического показа событий, людей? Обратите внимание на формы преувеличения – гиперболу, карикатуру, гротеск.

10. Охарактеризуйте жанровые и стилистические признаки фельетона. Какие функции присущи этому жанру художественной публицистики?

11. Что лежит в основе фельетонного повествования? Кто является положительным героем фельетона?

12. Какие «маски» может использовать фельетонист в своих произведениях? Кого из современных фельетонистов вы знаете?

13. Охарактеризуйте жанровые признаки памфлета.

14. Какие качества памфлета отличают его от фельетона?

15. Какими сатирическими красками пользуются памфлетисты?

16. Кого из современных памфлетистов вы можете назвать?

## 4.2. Три составляющих очерка

Очерк – это оперативный художественно-публицистический жанр, который с достоверной точностью изображает социально важные факты и явления, а также типичных представителей определенных социальных групп общества. В идейно-художественной структуре очерка сочетаются качества художественной литературы и социологического, социально-экономического и философского исследования (часто в публицистической интерпретации).

Большинство исследователей отмечает, что очерк является самым сложным по своим признакам и свойствам жанром публицистики. Дело в том, что жанровую природу очерка определяют три составляющие – социологическая, публицистическая и образная. Первые две роднят очерк с журналистикой, третья – с художественной литературой. Социологическая составляющая очерка – это исследование существующих в обществе отношений и проблем, а также рассмотрение взаимодействия личности и социума.

Публицистическая составляющая проявляется в открытой позиции автора, который при изложении материала опирается на факты, прямо высказывает свое мнение и дает оценку действительности. При этом «личность автора не менее важна в очерке, чем факт или событие».

Художественная составляющая очерка заключается в том, что автор создает образную картину действительности, в которой явления, ситуации и характеры социально типизируются.

Таким образом, «очерк следует рассматривать как художественно-публицистический жанр, в котором органически сочетаются элементы публицистики и беллетристики».

Вместе с тем, как отмечает исследователь А.К. Бобков, стоит помнить о том, что в очерке, публикуемом в периодической печати, выступают герои из реальной, окружающей нас жизни, и текст этот строится на фактах, документах. Очерк с достоверной точно-

стью отражает социальную ситуацию и имеет вполне определенный читательский адрес.

Определяя жанровую специфику очерка, М.С. Черепанов пишет: «...очерк как жанр публицистически насыщен, образно отражает события, явления действительности, героев этих событий и явлений. Он отличается от других жанров публицистики художественным, образным письмом; от жанров литературных – конкретностью, предельной точностью воспроизведения реальных фактов и явлений, «адресностью», публицистической насыщенностью, подчеркнутой проблематичностью». Кроме того, исследователь замечает, что очерк отличается от других газетных жанров и жанров литературы более широким вхождением в проблематику повседневной жизни.

В свою очередь А.А. Тертычный отмечает, что «при подготовке очерка мало суметь найти подходящий предмет выступления, успешно собрать материал, проанализировать его. Надо еще и соответствующим образом переосмыслить информацию и воплотить ее в такую форму, которая будет признана действительно очерковой».

По мнению этого исследователя, при подготовке очерка автор может использовать художественный либо исследовательский (теоретический) метод освоения действительности, описания личности. «Преобладание в ходе подготовки очерка того или иного метода зависит, прежде всего, от цели и предмета исследования. Так, если предметом исследования выступает какая-то проблемная ситуация, то целесообразным для ее исследования будет теоретический метод. Если же предметом журналистского интереса стала личность, то более подходящим для выявления ее характера будет художественный метод, позволяющий, так сказать, более естественным путем проникнуть в психологию личности, без пред-

ставления о которой трудно судить о достоинствах или недостатках любого человека, в том числе и героя очерка».

Существует несколько классификаций очерков, но большинство исследователей называют три основных вида: а) портретный очерк; б) проблемный; в) путевой.

Путевой очерк. Основу этого вида очерка составляют так называемые дорожные наблюдения, встречи, события, свидетелем которых стал очеркист. В путевом очерке довольно ярко выражена личность автора, проявлено его видение мира, отношение к общественным проблемам. «Это жанр, – отмечает В. Дунаева, – позволяющий журналисту в наибольшей мере проявлять фантазию и литературное мастерство. Главная проблема при написании путевого очерка – отбор информации, ибо впечатлений в результате поездок бывает много, и задача журналиста состоит в том, чтобы отобрать самое интересное и важное».

Портретный очерк. Это спрессованный, концентрированный рассказ о человеке, своего рода квинтэссенция его жизни. В центре портретного очерка – личность, ее деятельность и устремления. Портретные очерки позволяют читателям сравнить свою систему нравственных ценностей со взглядами другого человека. «В центре портретного очерка, – замечает М.С. Черепанов, – человек со своим духовным миром, характером, которые раскрываются в общественно значимых действиях, конкретных поступках, напряженных, подчас конфликтных ситуациях, в биографических эпизодах, в мыслях, речи, внешнем портрете героя».

Большинство исследователей сходятся на том, что главная задача журналиста в работе над портретным очерком состоит в том, чтобы создать образ, раскрыть характер человека – героя очерка.

Проблемный очерк. Публицистическое осмысление проблемной ситуации составляет основу проблемного очерка. В таком

очерке журналист исследует конфликтную ситуацию с помощью публицистических средств. Как отмечает В. Дунаева, «в проблемном очерке в центре внимания журналиста стоит какая-то проблема. За ходом ее развития он и следит в своем материале. Проблема в очерке может выступать как конфликт, который пытаются разрешить его герои. По логической структуре проблемный очерк может напоминать статью, но в отличие от последней, здесь уместны параллели и отступления от темы, анализ проблемы производится при помощи художественных средств, а не статистической информации». Более того, журналист не просто следит за развитием конфликтной ситуации, но он всесторонне исследует и эмоционально оценивает ее, показывает переживания героя очерка и свои авторские сопереживания.

Таким образом, очерк не случайно считается «королем» художественно-публицистических жанров. С одной стороны, он является наиболее трудоемким в подготовке, а с другой стороны – написать хороший очерк журналист сможет только тогда, когда он уверенно владеет разными методами отображения действительности, существующими в его ремесле.

### **Контрольные вопросы**

1. Дайте определение очерка. Почему этот жанр именуют синтетическим? Что значит выражение Е.И. Журбиной «двойная подсудность» очерка? Почему очерк называют историей человеческого характера?

2. Назовите ведущие жанровые признаки очерка.

3. Охарактеризуйте ведущие стилевые черты очерка: документальность, злободневность, эскизность, типизация, образность, ассоциативность, авторское я. Имеет ли очеркист право на вымысел и домысел и в каких формах?

4. Назовите языковые особенности очерка («я» героя, прямая речь, диалоги, диапазон лексики, синтаксис и др.).

5. Какие типы композиционных форм используют при написании очерка?

6. Виды очерка. Охарактеризуйте портретный очерк, проблемный очерк, путевой очерк.

7. Насколько востребован данный жанр в современной журналистике? Назовите писателей и журналистов, которые работают в очерковой журналистике.

## 5. ЖАНРОВАЯ СТРУКТУРА СОВРЕМЕННОЙ ЭКРАННОЙ ПРОДУКЦИИ

### 5.1. Разновидности жанров современного телевидения

Бенефис – игровой синтетический зрелищный жанр, связанный с выигрышным показом единственной замечательной личности (например, актера или политика), практически полностью вытесненный клипом.

Беседа – жанр аналитической публицистики, диалог или полилог, иногда с использованием вспомогательных кино- или фотодокументов (коротких сюжетов), как правило, без выраженной конфронтации сторон. Существует по крайней мере в двух формах – посвященная конкретной общественно-значимой теме или с участием людей, само появление которых на экране способно привлечь аудиторию (нюсмейкеров). На современном ТВ чаще всего бывает включена в ток-шоу.

Брифинг – жанр (жанровая разновидность) информационной публицистики, означающий открытую, обычно деперсонифицированную передачу официальной точки зрения или информации (оригинальной или субъективно обработанной) органа власти (от его пресс-центра или уполномоченного представителя) о событии или общественно-значимом явлении в открытые СМК через специально приглашенных журналистов. Может иметь закрытый характер, не предназначенный для прямого эфира. Вопросы при этом обычно не задаются.

Бюллетень – форма подачи новостной информации, подобранной тематически, ограниченной заданным объемом (хронометражем) и обладающей определенной жанровой структурой.

Водевиль – игровой музыкальный зрелищный сценический и экранный жанр, как правило, с передеваниями и с преимущественной рекреационной функцией.

Выступление (в кадре) – монолог на общественно-значимую тему. Жанр информационной или аналитической публицистики, создающий эффект плюрализма на ТВ как СМИ. Типичные примеры жанра – выступление политического деятеля или комментатора (обозревателя) в связи с событием или его освещением, некролог на смерть общественно-значимого лица его соратником, новогоднее обращение Президента к народу страны.

Дискуссия – жанр аналитической публицистики, обычно диалог с участием ведущего и не менее чем двоих носителей контрастных точек зрения на некую общественно-значимую проблему, или любых ньюсмейкеров, одновременное появление которых в кадре символизирует некую противоположность. Поскольку дискуссия чаще всего транслируется без видеоряда, зрелищность зависит от профессионализма ведущего в выборе участников, подготовке проблемы, умения импровизировать по ходу беседы. Разновидностью дискуссии являются теледебаты. На современном ТВ чаще всего бывает включена в ток-шоу.

Документальный фильм – основная форма существования жанра документального (также неигрового) кино. Номинально документалистика должна строиться на съемках подлинных событий и именно этот жанр является родоначальником всех прочих в экранном искусстве.

Документальный телефильм – фактически превратившийся в историзм типично отечественный жанр «голубого экрана», не забытый по крайней мере как явление. Причем явление многогранное, исполненное парадоксов и вполне типичное. То, что показывалось под рубрикой «документальный телефильм», несло скорее рекреативную функцию перебивки идеологического прессинга показом той жизни, которая как бы и не выдумана и вовсе неплоха, включая «отдельные недостатки».

Драма (теледраматургия) – (греч. drama букв. действие) значительный кусок совокупности близкородственных телевизионных жанров, фактически вид экранного искусства, основанный на живом действии и существовавший в двух вариантах – собственно теледраматургия по оригинальным сюжетам и сценариям, поставленным на ТВ своими средствами (как правило, слабее художественно), и телеверсия известного литературного произведения или даже кинофильма. Исторически художественные жанры ТВ начинались именно с драмы, и существует обильная литература по теледраматургии. Специфику жанра исследователи видели в продолженном контакте с аудиторией (феномен многосерийности, реализованный впоследствии и в иных жанрах) и поэтому прочили драме на телеэкране большое будущее.

Журналистское расследование – своеобразный и распространенный на крупных компаниях «внутренний» аналитический жанр, к которому компания прибегает чаще, чем предоставляет эфир его непосредственным результатам, поскольку расследование со стороны органа СМК влечет множественные проблемы этического характера и возможные расходы по судебным искам.

Заметка (видеосюжет) – общежурналистский жанр информационной публицистики, пограничный с репортажем и называемый обычно «сюжетом» или «информацией». Может иметь форму отдельной передачи или входить в качестве составной части в сложную сценарную композицию. На экране существует в двух формах – вербальной или с использованием видеоряда.

Зарисовка – идущий без комментария или с закадровым ассоциативным текстом зрелищный высокохудожественный жанр короткого видеосюжета или последовательности видовых кадров обычно без драматургической композиции и иногда без сюжета, при обязательном высоко профессиональном операторском мастерстве, с использованием неожиданных ракурсов, различных

планов (детальных и общих) и ассоциативного монтажа. Зарисовки используются ассоциативно-тематически, т.е. транслируются для перебивки напряженной новостной информации или спортивных репортажей для возможности релаксации зрителя.

Интервью – (от англ. interview – обмен мнениями) – жанр информационной публицистики, в составе информационных материалов один из вариантов разговорной передачи «в лицах» – диалог, полилог, конфронтационное интервью, контрвью и т.д.

Различается несколько разновидностей интервью: протокольное, информационное (в связи с конкретным событием, причем как только что случившимся, так и давно прошедшим, но вызвавшим именно сейчас общественный резонанс), портретное (личностное) и проблемное (показывающее живыми словами от первого лица компетентное мнение о некоторой проблеме или общественно-значимом явлении).

Комментарий – жанр аналитической публицистики, разновидность выступления в кадре или закадровый комментарий под конкретный видеоряд, в связи с конкретным событием или проблемой. Транслируется в форме самостоятельной отдельной передачи или входит в состав сложной сценарной композиции, посвященной некоторой общественно-значимой проблеме.

Корреспонденция – жанр аналитической публицистики, в отличие от репортажа или заметки (сюжета или информации) – субъективно персонифицированный и обязательно содержащий аналитический комментарий в качестве неотъемлемой составляющей. Существует в двух формах – о событии (быстро устаревает) или по проблеме.

Обозрение – жанр аналитической публицистики, позволяющий представить, сопоставить и прокомментировать в общем ключе события (факты) одного временного или тематически-адресного ряда. Зрелищность жанра обусловлена прежде всего

личными качествами обозревателя-аналитика (модератора): компетентностью в предмете, способностью подобрать видеоряд и ассоциативно комментировать его, также выражать некую «личностную» позицию вплоть до использования откровенно эпатирующих высказываний.

Отчет – жанр информационной публицистики, пограничный с некомментируемым репортажем, по сути или по крайней мере по форме (в имитации) подающий протокольно–фиксированную информацию о событии или мероприятии в длительном и детальном показе.

Очерк – жанр литературы, кино и ТВ, основанный на создании художественного образа документальными средствами. Как жанр ТВ относится к художественной публицистике. Пограничен с тематической (иногда портретной) корреспонденцией, отличается выраженной персонификацией подачи материала (авторством). Может служить формой подачи результатов журналистского расследования или напротив, появиться как побочный продукт журналистской деятельности, например, путевой очерк.

Репортаж – жанр информационной публицистики, включающий три формы: событийный (прямой синхронный или немой), постановочный (спровоцированная ситуация) и тематический. Репортажность – имманентное свойство подавляющего большинства журналистских жанров. Но не ТВ в целом. Типичный репортаж в составе новостной информации включает авторскую работу оператора и корреспондента (репортера), который, согласно господствующей концепции, должен служить «беспристрастным и точным посредником между зрителем и реальностью».

Сатира – в прошлом – группа жанров (в основном фельетон и памфлет), в настоящее время скорее способ (стиль) отображения реальности, используемый во многих журналистских жанрах для поддержания остроты восприятия и расширения аудитории. Ис-

пользует злой саркастический юмор для создания иллюзии превосходства одной части аудитории над другой, иногда потенциальной ее частью или отдельным общественно-значимым представителем этой части. В остальном жанр (на современном экране) может быть любым – от репортажа до чисто игрового произведения. Фактически сатира граничит с ксенофобией. Однако западные политические деятели иногда предпочитают не подавать исковых заявлений на СМИ в суд даже в случае откровенной клеветы, чтобы не снижать свой рейтинг еще более, но в России происходит нечто противоположное – рейтинг повышается у СМИ даже в случае вызывающе извращенной подачи информации.

Теледебаты – вариант разговорного жанра типа ток-шоу или дискуссии, совмещающий элементы интервью, дискуссии и даже репортажа, использующий зрелищность предвыборной конкуренции кандидатов. Является неотъемлемой необходимой составляющей частью цивилизованной предвыборной кампании: вынуждает кандидатов конкретизировать, идентифицировать и персонифицировать предлагаемую программу и позволяет аудитории структурироваться по электоратам соответственно полученной информации.

Телешоу – развлекательный нейтральный жанр с преобладанием музыки и изображения, часто с обилием рекламы. Основное качество – зрелищность, функция – рекреативная.

Ток-шоу – разговорный жанр, современный аналог теледискуссии, от англ. talk-show – заимствованный в связи с возможностью прямого эфира западный жанр, адресованный «не всем, но каждому».

Анимационное кино – жанровая разновидность в киноискусстве. Название образовано от лат. animate живой, одушевленный; вдохнуть жизнь: анимационный – связанный с созданием иллюзий

движения, живости на основе большого числа последовательных рисунков, иногда воспринимается как синоним мультфильма.

Блиц – ограниченный по времени, обычно реализованный в жестком скоростном режиме вариант жанра, например, блиц-интервью или блиц-опрос, съемки которых могут включаться в информационные или тематические программы как иллюстративный материал для темповой перебивки, перехода из интервьюера в экстерьер, повышения зрелищности разговорных жанров.

Комедия – первично жанр драматического искусства, возникающий как пародия на трагедию как ее антипод (антоним) и при ином плане драматургической композиции, иногда при сниженной роли драматургической схемы произведения в целом что характерно для комедии положений с ее цепью ситуаций, не связанных общим планом. Комический эффект достигается с помощью разнообразных драматургических и технических приемов, например, гипертрофированной демонстрацией человеческих качеств в актерской игре, созданием и режиссурой драматических ситуаций, экранным совмещением несовместимого в реальной жизни. В настоящее время комедия несколько уступила свои позиции (комический эффект в большей степени зависит от норм общества, чем, например, эффект триллера), но сохранила свое разнообразие – комедия положений (нелепых ситуаций, в которые попадает герой), лирическая комедия, музыкальная и эксцентрическая.

Мелодрама – пограничная форма музыкальной лирической комедии без грубых комических эффектов при обязательном присутствии романтической любовной интриги. Квалификация мелодрамы часто используется авторами анонсов, но избегается специалистами (от греч. *melos* песнь, мелодия + *drama* действие).

Мультипликация – множественное наложение; в кино и ТВ – один из способов творческого создания фильмов, также вид экранной продукции – мультфильм. Традиционно мультипликаци-

ей считается «рисованный фильм», каждый кадр которого фотографируется отдельно, причем различия между рисунками при просмотре пленки складываются в естественные движения. Однако методы blue-box и компьютерного наложения изображений фактически тоже являются мультипликацией. До сих пор существует и как жанр (в основном благодаря американскому и советскому направлениям мультипликации), и как технический способ при изготовлении произведений различных жанров, особенно с рекламными целями и/или рекреационной функцией. Мультипликация как форма искусства развивалась экстенсивно с поиском новых и неожиданных направлений. Существуют полнометражные мультфильмы, построенные по законам драматической композиции и предназначенные в основном для кинопроката. Также и бесконечные различного качества и уровня сериалы для домашнего экрана. Также и философского характера произведения: благодаря технике мультипликации совмещающие доступность формы с изысканностью темы.

Пародия – литературный и сценический жанр, основанный на подражании человеку, его имиджу, поведению или произведению, с созданием в восприятии зрителем противоположного эффекта: трагического при утопическом прототипе, комического при трагическом, саркастического при серьезном и т.д.

Сайнсфикшн или научная фантастика (англ. science fiction беллетристика; вымысел, фантазия) – стиль художественного отображения реальности (в литературе – жанр), возникший во время признания сверхценности познания мира и развития технологий, основанный на использовании автором вполне реальных, совершенно вымышленных или обоснованно-прогнозируемых научных и технических достижений, демонстрация которых согласно замыслу автора может нести в произведении самодостаточный характер и подавлять восприятие всех остальных планов или

напротив, играть по замыслу автора достаточно второстепенную роль сюрреалистичного фона адекватной передачи особенностей реальности с парадоксальной достижимостью феномена достоверности. В настоящее время ирреальный фон чаще используется автором как эффектный, но все же чисто рабочий, подсобный прием, для исключения «феномена недостоверности», столь характерного для жанра реализма, искажающего восприятие произведений, адекватно передающих реальных людей в реальной обстановке.

Трагедия – один из первичных жанров сценической драмы, занимавший, с его философией катарсиса (духовного очищения через трагическое), центральное место в античной культуре при строгом соблюдении законов драматургической композиции, которая строится по различному плану в трагедии и ее антиподе комедии. Трагический эффект создается сценическим отображением конфликта, например, личного против общественного, и в классическом выражении жанра коллизия разрешается гибелью героя. В наше острое время трагедия личности вытесняется с экрана жадной негативного эстетизма и либо генерализуется в антиутопию (см.) с ее катастрофой общества в целом и апокалиптичностью описанного будущего, либо замещается триллером и другими чисто негативными жанрами. С другой стороны, граница между трагедией и возникающей как пародия на нее комедией столь же условна, как между эротикой и порнографией в зависимости от состояния общества и его меняющихся эстетических норм (греч. *tragodia*).

Триллер – негативный жанр или стиль, индуцирующий антиэстетическую раскрепощающую реакцию зрителя, рассчитанный на подавление не только эстетизма, но и сексуальности в их естественном выражении. Адресован прежде всего зрителю с парадоксальным восприятием, не достигающему иным способом эс-

тетического удовлетворения. Иначе – фильм или роман ужасов (англ. triller).

Учебное ТВ – предназначенные для дидактических целей программы, каналы и рубрики широкого вещания, также сети локального ТВ в учебных заведениях. В настоящее время как самостоятельный жанр практически исчезло с экрана, в прошлом существовало в двух формах: постановочной (например, «Абевегедейка») и как трансляция лекции, урока, демонстрационных опытов.

Эпопея – текстовое художественное произведение, обычно значительного объема, охватывающее своим повествованием значительный исторический промежуток времени – роман, поэма или художественный фильм. Условно может считаться жанром, поскольку не допускает жанровых вариаций или отклонений, с обязательным включением монументально отображенных исторических событий (от греч. epos слово, повествование + роіео творю).

### **Контрольные вопросы**

1. Назовите жанрообразующие признаки информационных жанров тележурналистики.
2. Раскройте понятие «видеозаметка».
3. Какие разновидности видеосюжетов вы знаете? В чем заключается их сходство и различие?
4. Какие главные черты характерны для отчета в выпуске телевизионных новостей?
5. В чем заключается искусство выступления?
6. Назовите и раскройте суть основных форм выступлений в кадре.
7. Какую роль играют в новостных выпусках прямые включения?
8. Раскройте понятие телевизионного интервью. В чем специфика этого жанра?
9. Интервью, как способ получения информации – объясните этот тезис.

10. Какие категории интервьюируемых вы знаете?
11. Назовите и раскройте типы интервью.
12. Что такое интервью-мнение?
13. Приведите известные вам примеры интервью-портрета.
14. Какие правила формулировки вопросов вы знаете?
15. Назовите типы вопросов интервью.
16. Какие наиболее типичные ошибки делают журналисты в интервью?
17. Чем можно объяснить тот факт, что в последнее время телевидении все чаще используется постановочный репортаж?
18. Каковы требования предъявляются на телевидении к тексту репортажа?
19. Для чего в репортаже нужен стенд-ап?
20. Из каких блоков состоит стандартный выпуск телевизионных новостей?

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Авраамов, Д.С. Профессиональная этика журналиста / Д.С. Авраамов. – Москва: МГУ, 2003. – 264 с.
2. Алексеев, К.А. Спортивная журналистика: учебник для магистров / К.А. Алексеев, С.Н. Ильченко. – Москва: Юрайт, 2013. – 427 с.
3. Амзин, А. Новостная интернет-журналистика: учебное пособие для студентов вузов / А. Амзин. – Москва: Аспект Пресс, 2012. – 143 с.
4. Баранова, Е.А. Конвергентная журналистика. теория и практика: учебное пособие для бакалавриата и магистратуры / Е.А. Баранова. – Люберцы: Юрайт, 2016. – 269 с.
5. Березин, В.М. Фотожурналистика: учебник / В.М. Березин. – Люберцы: Юрайт, 2016. – 226 с.
6. Богуславская, В.В. Моделирование текста: лингвосоциокультурная концепция: Анализ журналистских текстов / В.В. Богуславская. – Москва: Издательство ЛКИ, 2017. – 280 с.
7. Вартанов, А.С. Актуальные проблемы телевизионного творчества (журналистика) / А.С. Вартанов. – Москва: КДУ, 2003. – 320 с.
8. Гордиенко, Т.В. Журналистика и редактирование: учебное пособие / Т.В. Гордиенко. – Москва: ИД Форум, НИЦ Инфра-М, 2013. – 176 с.
9. Есин, Б.И. История русской журналистики (1703–1917) / Б.И. Есин. – Москва: Флинта, 2009. – 464 с.
10. Ильина, О.В. Риторика: краткий курс для журналистов: учебно-методическое пособие / О.В. Ильина. – Москва: Флинта, 2016. – 68 с.
11. Ким, М. Основы теории журналистики: учебное пособие. / М. Ким. – Санкт-Петербург.: Питер, 2013. – 288 с.

12. Колесниченко, А.В. Практическая журналистика: 15 мастер-классов: учебное пособие / А.В. Колесниченко. – Москва: Аспект-Пресс, 2016. – 112 с.
13. Колесниченко, А.В. Настольная книга журналиста: учебное пособие для студентов вузов / А.В. Колесниченко. – Москва: Аспект Пресс, 2013. – 400 с.
14. Конюкова, М. Журналистика для всех / М. Конюкова. – Санкт-Петербург: Азбука-Аттикус, Азбука, 2012. – 224 с.
15. Корконосенко, С.Г. Основы журналистики (для бакалавров) / С.Г. Корконосенко. – Москва: КноРус, 2018. – 384 с.
16. Корконосенко, С.Г. Введение в журналистику (для бакалавров) / С.Г. Корконосенко. – Москва: КноРус, 2018. – 384 с.
17. Корконосенко, С.Г. Социология журналистики: учебник для бакалавров / С.Г. Корконосенко. – Люберцы: Юрайт, 2016. – 421 с.
18. Коханова, Л.А. Основы теории журналистики: учебное пособие / Л.А. Коханова, А.А. Калмыков. – Москва: Юнити, 2014. – 536 с.
19. Криницын, Е. Как брать интервью. 8 мастер-классов от лучших журналистов России / Е. Криницын. – Москва: Альпина Паблишер, 2019. – 164 с.
20. Лазутина, Г.В. Основы творческой деятельности журналиста: учебник для студентов вузов / Г.В. Лазутина. – Москва: Аспект Пресс, 2010. – 240 с.
21. Лазутина, Г.В. Жанры журналистского творчества / Г.В. Лазутина, С.С. Распопова. – Москва: Аспект-Пресс, 2012. – 320 с.
22. Лазутина, Г.В. Профессиональная этика журналиста: учебник / Г.В. Лазутина. – Москва: Аспект-Пресс, 2013. – 224 с.
23. Лебедева, Т.В. Жанры радиожурналистики: учебное пособие / Т.В. Лебедева. – Москва: Аспект Пресс, 2012. – 224 с.

24. Максимов, А. Журналист ТВ? Это просто! / А. Максимов. – Санкт-Петербург: Питер, 2017. – 112 с.
25. Мельник, Г.С. Основы творческой деятельности журналиста: учебное пособие / Г.С. Мельник. – Москва: Флинта, 2015. – 208 с.
26. Мисонжников, Б. Я. Журналистика. Введение в профессию / Б.Я. Мисонжников. – Санкт-Петербург: Питер, 2018. – 272 с.
27. Олешко, В.Ф. Психология журналистики: Учебник и практикум / В.Ф. Олешко. – Люберцы: Юрайт, 2016. – 351 с.
28. Прохоров, Е.П. Введение в теорию журналистики: учебник для студентов вузов / Е.П. Прохоров. – Москва: Аспект Пресс, 2012. – 351 с.
29. Свитич, Л.Г. Введение в специальность: Профессия: журналист / Л.Г. Свитич. – Москва: Аспект-Пресс, 2010. – 255 с.
30. Цвик, В.Л. Телевизионная журналистика: учебное пособие / В.Л. Цвик. – Москва: Юнити, 2013. – 495 с.

Учебное издание

*Горшкова Лариса Анатольевна*

## **ЖАНРЫ ЖУРНАЛИСТИКИ**

*Учебное пособие*

Редакционно-издательская обработка  
издательства Самарского университета

Подписано в печать 10.11.2023. Формат 60x84 1/16.

Бумага офсетная. Печ. л. 5,0.

Тираж 27 экз. Заказ № . Арт. – 13(Р2УП)/2023.

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«САМАРСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ  
УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ АКАДЕМИКА С.П. КОРОЛЕВА»  
(САМАРСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ)  
443086, Самара, Московское шоссе, 34.

Издательство Самарского университета.  
443086, Самара, Московское шоссе, 34.