

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ
КЫРГЫЗСКОЙ РЕСПУБЛИКИ**

**КЫРГЫЗСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ им. И. РАЗЗАКОВА**

ТОКМОКСКИЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ ИНСТИТУТ

Кафедра «Гуманитарные науки»

ИНФОРМАЦИОННЫЕ ЖАНРЫ В СМИ

**Методическое руководство к проведению практических занятий для
студентов I курса по специальности 520600 «Журналистика»**

Бишкек 2010

Рассмотрено
на заседании кафедры
« Гуманитарные науки»
Протокол № от 2010 г.

Одобрено
учебно-методической
комиссией ТТИ КГТУ
Протокол № от 2010г.

Составитель **СЕЙТКАЗИЕВ А.С.**

Информационные жанры в СМИ: Методическое руководство к проведению практических занятий для студентов I курса по специальности 520600 «Журналистика». Сост. Сейтказиев А.С. / ТТИ КГТУ им. И. Раззакова – Б. ИЦ «Текник», 2011г. – 28 с.

Методическое руководство разработано в соответствии с требованиями по подготовке печатных, электронных изданий и учебников.

Рецензент Асанкулова С.С. к.п.н., доц.
зав. кафедрой «Гуманитарные науки»

Тех. редактор *Субанбердиева Н.Е.*

Подписано к печати 18.02.2011 г. Формат бумаги 60x84¹/₁₆.

Бумага офс. Печать офс. Объем 1,75 п.л. Тираж 25 экз. Заказ 50.

Бишкек, ул. Сухомлинова, 20. ИЦ «Текник» КГТУ им. И.Раззакова, т.: 54-29-43

e-mail: beknur@mail.ru

Пояснительная записка

Данное методическое руководство способствует формированию у студентов представления о жанрах журналистики, помогает профессиональному общению, и позволяет глубже познать жанровые особенности, так как оно дает возможность начинающим журналистам осознанно подходить к созданию конкретного типа текста.

Цель: Формирование знаний у студентов о жанровых особенностях, об устойчивых типах публикаций, объединенных содержательно-формальными жанрообразующими факторами. Знание этих факторов помогает студентам более четко представить себе истоки и особенности возникновения тех или иных жанров периодической печати.

Предмет курса: роль предмета, функций, методов, уровни и форм отображения действительности в журналистике как ее главных жанрообразующих факторов.

Задачи курса:

- 1.Познание основ журналистских жанров. Теоретические положения дополненные анализом конкретных публикаций.
- 2.Изучение методов отображения текста – фактографический, аналитический и наглядно-образный.
- 3.Формирование у студентов представлений о жанровых особенностях и применение их на практике с целью создания вполне конкретного типа текста.

Тема: 1. Жанрообразующие факторы в журналистике

Цель: Выявления роли предмета, функций, методов, уровня и форм отображения действительности в главных жанрообразующих факторах.

Под журналистскими жанрами подразумевается устойчивые типы публикации, объединяющиеся сходными содержательно формальными признаками, которые называются жанрообразующими факторами. Знания этих факторов помогает студенту более четко представить себя истоки и особенности возникновения тех или иных жанров периодической печати. Здесь выделены основные жанрообразующие факторы: *предмет отображения, средства отображения и метод отображения.*

Задание 1. Определить набор существенных характеристик, позволяющих отнести текст к тому или иному жанру

Всегда ли жанр публикации предопределен предметом отображения? Несмотря на довольно устоявшийся утвердительный ответ на этот вопрос, все-таки не стоит соглашаться с ним во всех случаях жанро образования. Почему? Да потому, что «решающую» роль в указанном процессе предмет отображения играют отнюдь не всегда. Можно уверенно утверждать, например, что, если публикации отображают предмет, находящийся во **внешнем** по отношению к автору выступления **мире**, то они будут включены в одну жанровую группу. Если же предмет отображения относится к **внутреннему миру** автора, то созданная им публикация будет включаться в совершенно иную жанровую группу. Данная предметная «развилка», будет постоянным жанрообразующим фактором. Это дает возможность говорить о соответствующем разделении жанров исходя из своеобразия указанных предметов

отображения, на две группы внутри как информационных, так и аналитических, а также и художественно-публицистических публикаций.

Таким образом, говорить жанровом разнообразии журналистики, имея в виду лишь предмет отображения, можно только в определенных пределах. Но это, тем не менее, не уменьшает роли предмета отображения как важного жанрообразующего фактора.

Задание 2. Дайте определение жанрообразующих факторов?

Представление информации в журналистике осуществляется в хорошо известных языковых формах – сообщения, повествования и изложения. Когда журналист использует метод сообщения (в специальном, языковом смысле этого понятия), то это способствует появлению жанра хроники, заметки, информации. Когда, кроме сообщения, применяется еще и метод повествования, то это помогает возникновению жанра информационной корреспонденции.

Важную жанрообразующую роль играет и такой фактор, как формы персонификации информации. Этих форм две – *монологическая и диалогическая*. Применение первой формы – Обязательное условие появления монологических жанров: корреспонденции, статьи, рецензии. Применение второй формы неизбежно порождает материалы диалогических жанров: интервью, беседу. Исходные формы, разумеется, могут применяться и в сочетании. Поэтому возникают гибридные формы типа «корреспонденция-интервью», «беседа-отчет» и другие.

Далее необходимо заметить следующие: процесс жанро образования, т. е. обретения будущими публикациями характеристик, позволяющих относить эти публикации, например, к уже известным жанрам, надо отличать от процесса возникновения «имен» жанров. Этот второй – процесс «номинации» (обозначения), заявившей о себе новой группы публикаций, еще не получившей жанрового определения, не имеет строгих принципиальных оснований, не опирается на какую-то закономерность.

Контрольные вопросы.

1. Современная концепция жанров периодической печати.
2. Событие как предмет отображения.
3. Процесс как предмет отображения.
4. Ситуация как предмет отображения.

Литература:

1. Поспелов Г.Н. Проблемы информации в печати. М., 1981.
2. Свинцов В.И. Смысловой анализ и обработка текста. М., 1979.
3. Учёнова В.В. Реклама: палитра жанров. М., 2000.
4. Конторович В. Заметки писателя о современном очерке. М., 1993.

Тема: 2. Характеристика информационных жанров.

Цель: Тексты, относящиеся к информационным жанрам, выступают основными носителями в оперативной информации и это своего рода позволяет студентам выполнять постоянный мониторинг, наиболее значимых и интересных событий в той или иной сфере деятельности.

Заметку можно назвать «исходным» информационным жанром, из которого вырастают другие информационные жанры. Такой рост происходит либо за счет большего «проявления» в тексте одного из жанрообразующих факторов, либо их совокупности.

Задание 3. Что представляет собой информация в периодической печати, как в СМИ так и в целом? Что является основными носителями оперативной информации?

Заметка. Жанровое определение «заметка» соотносится с типом материала, отличающегося небольшими размерами, в котором излагаются результаты определенного изучения предмета выступления. В таких материалах если и упоминается о том, из какого источника почерпнута информация, то очень кратко; обычно не рассказывается о глубине этого изучения, о том, какими методами была получена информация о предмете. Не излагается ход этого изучения, авторские эмоции, которыми оно сопровождалось.

Факто-логическая информация. Для журналиста факты – это, прежде всего достоверные сведения, устанавливающие реальность существования каких-либо явлений (предметного или идеального, т.е. информационного ряда) в настоящем или прошлом.

Вероятностная информация. Она включает предположение или совокупность предположений о настоящем, прошлом или о будущем каких-либо явлений.

Предположения, относящиеся к будущему, называются прогнозами. В любом случае их реализация зависит как от известных «прогнозисту» факторов, так и от неизвестных. Предположения могут относиться и к прошлому. Чаще всего предположения, адресованные прошлому, называются **гипотезами**. Если существует множество предположений относительно одного и того же предмета, то каждое из них называется **версией**.

Превентивная информация. Под ней понимают сообщения о событиях, которые «запланированы» и с большой степенью вероятности должны произойти в ближайшем будущем. Его можно считать разновидностью вероятностной. Она обладает и своими особыми чертами, позволяющими относить ее к самостоятельному типу информации.

Оценочная информация. Как известно, оценка представляет собой отношение субъекта оценки (журналиста или другого человека) к оцениваемому предмету. Это отношение возникает в результате сравнения предмета оценки с определенными критериями, в качестве которых могут выступать потребности, интересы, идеалы, нормы, образцы, стандарты. Оценочными часто являются сообщения о всевозможных явлениях информационного плана (книгах, фильмах, пьесах и пр.) Но оценка, разумеется, может выноситься по отношению к любому предмету выступления.

Нормативная информация. Общественные нормы многообразны. Они могут быть политическими, экономическими, моральными, техническими, медицинскими.

Потребителя информации СМИ будут интересовать сведения следующего плана:

- о соблюдении норм, выполняемых данным читателем, другими людьми;
- о том, как оценивается обществом соблюдение (нарушение) норм;
- о возникновении новых норм в общественной жизни.

Задание 4. Как можно различить жанровые виды заметок, наиболее часто появляющиеся на страницах современной периодической печати?

Событийная заметка составляют основной поток информационных публикаций в периодической печати. Основным содержанием таких заметок является факто-логическое описание. В качестве такового в событийной заметке обычно выступают разнообразные события, а также положение дел в той или иной сфере деятельности.

Анонс. Представляет собой превентивные сообщения о будущих всевозможных культурных мероприятиях, выставках, концертах. Название «анонс» переводится с англ. “announce” как сообщение, возвещение, объявление. При всей близости к объявлению анонс является самостоятельным видом публикаций.

Аннотация. Это вид заметки относится к разряду информационных текстов, предметом отображения в котором выступает определенное, уже состоявшееся **информационное явление** (прежде всего – это книги, статьи).

Мини-рецензия. Она представляет собой оценочную заметку, предметом которой выступает какое-то информационное явление (книга, кинофильм, пьеса и т. д.). Цель публикации – чтобы

сообщить читателю о впечатлении, полученном ее автором в ходе знакомства с отображаемым предметом.

Блиц-портрет. Публикации такого типа содержат краткие сведения о человеке с целью дать аудитории первичное представление о его личности. Название “блиц-портрет”, в известной мере, настраивает на знакомство с особым предметом отображения, каковым является человек.

Поздравление. Как и в блиц-портрете, в поздравлении могут быть изложены сведения, дающие представление о личности человека. Предлагаемые сведения выполняют определенную цель—всегда подчеркивают достоинство человека, которого поздравляют.

Мини-обозрение. Такой тип материала представляет собой фактологическую заметку. Таким предметом в подобных случаях выступает не одно какое-то событие, действие, явление, а их совокупность.

Мини-история. Этот тип заметок в настоящее время широко распространен в изданиях, предназначенных для семейного чтения и готовящихся по “ европейскому стандарту”. Такого типа заметки ориентированы

на небольшой объем информации, сопровождающей, как правило, цветные фотографии.

Мини-совет. Информационные публикации такого типа представляют собой заметку, основным содержанием которой является программная информация.

Задание 5. Определите различия информационной заметки : информационная корреспонденция, информационный отчет, информационное интервью, блиц -опрос, репортаж и некролог?

Информационная корреспонденция отличается от заметки более детальным и более широким освещением предмета. Публикация такого жанра может включать в себя не только фактологическое описание предмета, но и некоторые элементы оценки, предписания, прогноза и пр.

Информационный отчет - это всевозможные конференции, заседания, симпозиумы, семинары собрания и пр. Именно в ходе их вырабатывается “продукция” представляющая собой различные планы, заявления, намерения, решения, и воспроизводящая потенциальный объект интереса аудитории СМИ.

Информационное интервью – произошло в результате того, что ряд публикаций, в ходе создания которых (при сборе материала) был применен метод интервью, фиксирует собой реальный процесс интервьюирования или же специально строится в вопросно-ответной форме. В полной мере интервью получится информационным, если и в ответах его собеседника акцент будет сделан на вопросах: что? где? когда?

Блиц-опрос. Что опрос – это схожий с интервью метод получения информации, обладающий рядом самостоятельных характеристик. В отличие интервью, цель которого – получение ответов на несколько (порой множество) различающихся по своему характеру вопросов от одного человека, в ходе опроса журналист пытается получить ответы на один и тот же вопрос от множества людей.

Вопрос - ответ. Публикация данного типа возникает в результате соединения вопроса читателя и ответа на него либо самого журналиста, либо какого-то компетентного лица. Можно ли считать материал, в котором под одной “крышей” (заголовком) объединены два разных текста, и, как правило, двух разных авторов, особым новым жанром? Ответы на этот вопрос, наверное, последуют разные.

Репортаж. Понятие “репортаж” возникло в первой половине XIX в. И происходит от лат. “reportare”, означающем “передавать”, “сообщать”. Репортаж является одним из наиболее излюбленных жанров ответственных журналистов. История российской журналистики помнит десятки имен выдающихся репортеров и прежде всего имя В.А. Гиляровского (“дядюшки Гиляя”, короля репортеров), прославившегося в конце XIX – начале XX в. Своими талантливыми рассказами о мрачных трущобах московского Хитрова рынка, о страшном событии на Ходынском поле, о жизни рабочего люда на промышленных предприятиях Москвы.

Своеобразие публикаций, относящихся к жанру репортажа, возникает прежде всего в результате “развернутого” применения метода наблюдения и фиксации в тексте его хода и результатов.

Контрольные вопросы.

1. Типы информационного содержания заметки.
2. Жанровые виды заметки.
3. Излюбленный жанр – репортаж.

Литература:

1. Бекасов Д.Г. Корреспонденция, статья жанры—публицистики. М., 1972.
2. Журбина Е. Теория и практика художественно-публицистических жанров. М., 1969.
3. Конторович В. Заметки писателя о современном очерке. М., 1993.
4. Кельт В.Д. Информация в газете. М., 1980.

Тема: 3. Характеристика аналитических жанров.

Цель: Система аналитических жанров является чем-то раз и навсегда данным. И оно постоянно развивается, адаптируясь к тем задачам, которые встают перед аналитической журналистикой. В предлагаемой теме студенты могут рассмотреть особенности аналитических жанров, которые присущи современной периодической печати.

Данный курс, разумеется, может быть отображен журналистом в жанре заметки, репортажа, корреспонденции и присущими этим жанрам способами. Но она постоянно развивается, адаптируясь к тем задачам, которые встают перед аналитической журналистикой. Одно из наиболее примечательных черт СМИ является нацеленность их не столько на сообщение новостей, сколько на анализ и исследование.

Задание 6. Что объединяет и что различает его со “старшим собратом” – информационным отчетом?

Аналитический отчет. Отчет как тип публикаций является одним из наиболее древних жанров журналистики. Прежде всего это касается именно той его разновидности, которая называется информационным отчетом. Предметом журналистского аналитического отчета, как и отчета информационного, выражаясь языком современной науки, является результат вербальной деятельности специально собравшейся группы людей, а проще говоря – выступления, доклады, речи участников всевозможных собраний, заседаний, съездов, слетов, конференций.

Так, если публикации информационных жанров главным образом констатируют ход собрания, конференции, сообщают, кто выступил, что сказал (или даже показывают, как сказал и как это было воспринято аудиторией), т.е. отображают внешнюю сторону предмета, то аналитический отчет “берет” в предмете другое, а именно отображает внутреннюю связь выступлений, докладов, речей.

Цель аналитического отчета иная. И заключается она в том, чтобы показать взаимосвязь тех или иных суждений, оценок, выводов, предложений, содержащихся в речах выступавших, с реальными проблемами, ситуациями, процессами, существующими в данный момент в жизни города, района, страны.

В зависимости от сложившейся ситуации, реальной проблемы, реального процесса, с которым соотносятся выступления участников форума, журналист может сосредоточить свое внимание в аналитическом отчете либо на объяснении причин данной ситуации, проблемы, процесса, либо

на оценке их актуального состояния, либо на прогнозе их развития, либо на плане, программе действий в связи с ним. В соответствии с этим он будет обращать внимание либо на объяснения, либо на предложения, содержащиеся в выступлениях и относящиеся к обсуждаемым проблемам, ситуациям, процессам, происходящим в реальности.

Аналитическая корреспонденция отличается от названных жанров степенью “присутствия” в тексте других жанрообразующих факторов. Например, цель репортажа – дать наглядное, “живое” отображение “предметного” события (поэтому репортер использует главным образом при сборе материала метод личного наблюдения). Цель отчета – точно отобразить “информационное событие” (выступление, доклады, отчеты), изложив все происшедшее в точной последовательности (лил даже проанализировав происшедшее), используя при этом фрагменты выступлений или сообщений. Цель информационной корреспонденции – сообщить нечто о “предметном” событии, используя при этом (в отличие от репортажа) не столько “живое” наблюдение, сколько “свернутый” пересказ происшедшего.

Аналитическая корреспонденция отличается также и от статьи. Цель статьи -- обосновать суждение (суждения) по поводу какого-то общезначимого явления, процесса, ситуации, имеющих место в жизни общества, в каких-то сферах деятельности. Предметом статьи являются не отдельные факты (события), а те закономерные причинно-следственные отношения, которые порождают такие (обычно однородные) факты, события.

Аналитическое интервью. Жанр интервью является результатом “закрепленности” в журналистском тексте формы получения автором этого текста определенных сведений о действительности с помощью метода интервью. Если информационное интервью несет в себе лишь сообщение о факте, отвечая на вопросы: кто? Что? Где? Когда?, то аналитическое интервью, кроме того, содержит и анализ факты, отвечая при этом на вопросы: почему? Каким образом? Что это значит?

Аналитический опрос. Прежде всего источником содержания публикаций, относимых к этим жанрам, являются ответы на вопрос журналиста. Аналитический опрос нельзя относить к жанру комментария, так же как нельзя к этому жанру относить, например, интервью, содержанием которого может быть, скажем, комментарий какого-то интервьюируемого журналистам лица по поводу определенных событий. Отношение публикации в данном случае к жанру интервью происходит по методу получения журналистам информации, изложенной в ней, но не по содержанию этой информации, которое может быть оценочным, комментирующим по своей сути.

Беседа. Иногда жанр беседы отождествляется с жанром интервью. Однако это отождествление необоснованно, хотя у названных жанров и есть общие черты. Прежде всего – двусоставность текста. Одна часть его “принадлежит” одному участнику беседы (интервью), другая – другому. И в беседе и в интервью есть обмен мыслями, репликами. Однако между жанрами существует очень важное различие. И заключается оно прежде всего в той роли, которая отводится журналисту-интервьюеру и журналисту-собседнику, что оказывает существенное влияние на содержание самих текстов интервью или беседы.

Комментарий может быть, как и интервью, методом и жанром журналистики. Как метод комментарий применяется во всех формах публикаций: в заметке – в виде цитируемых выражений чужого мнения или различных примечаний. В корреспонденции, статье, очерке, обзоре, рецензии – в формах авторской интерпретации предмета отображения, в виде заключительной мысли, вывода. Метод комментирования даже может быть положен в основу, например, газетной полосы, теле- и радиопередачи. Это проявляется в том, что различные публикации, расположенные на ней, взаимно “комментируют” одна другую.

Как жанр комментарий выкристаллизовался во второй половине XIX – начале XX в. из широко распространенного тогда краткого аналитического сообщения типа корреспонденции.

Этот процесс протекал параллельно с образованием разных жанров информации в ее сегодняшнем понимании. Современный комментарий преследует следующие цели:

- * выходящие на первый план общественной жизни, оценивать их;
- * ставить комментируемое событие в связь с другими, выявлять причины этого события;
- * формулировать прогноз развития комментируемого события;
- * обосновывать, как правило, с помощью примеров, необходимые способы поведения или решения задач.

Комментарий рассказывает о взаимосвязях обнаруженного предмета. Вопросы, решаемые с его помощью, нацелены на познание сути явлений, на оперативное решение задач, на побуждение к действию.

Комментарию присущи вопросы: что (кто) действительно? При каких обстоятельствах? Почему? Кому выгодно? Какова ситуация? Что делать? Как лучше? Какие существуют различия, противоречия? Как проявляется направление развития? Какова его стратегия и тактика?

Первым шагом при подготовке комментария, как и при подготовке любого иного материала, является выбор цели. Чем яснее замысел автора, тем точнее его решение о постановке определенных вопросов, на которые надо ответить. Чем яснее цель и постановка вопросов, тем целенаправленнее собирается информация, тем глубже продумывается взаимосвязь предмета, тем легче и увереннее в конце концов пишется материал.

Социологическое резюме представляет собой тип публикации, которая содержит краткое изложение итогов каких-либо социологических исследований, на которые авторы резюме обычно не указывают (“выжимку” из них). Аналитическое начало в публикациях такого рода обеспечивается прежде всего содержанием самих исследований, которых, как это понятно, нацелены на анализ действительности. Кроме того, автор резюме может не просто публиковать их в той последовательности, в которой они изложены в самом исследовании, но и определенным образом соотносить те или иные социологические данные и таким путем дополнительно комментировать их, что также выступает одной из ступеней аналитического осмысления предмета отображения в резюме.

Анкета. Анкетирование дает в распоряжение журналиста достаточно сложный и разнообразный материал. Такой характер его объясняется, как минимум, двумя обстоятельствами. Во-первых, тем, что анкета, как правило, включает в себя достаточно много разных вопросов, нацеленных на выяснение тех или иных сторон явления, которое становится центром внимания анketируемых. Во-вторых, в результате анкетирования журналист получает множество ответов на каждый из нескольких (порой десятков) вопросов. В итоге создается большой объем разнообразной информации, которая требует своего упорядочения. Именно в ходе упорядочения и возникает оригинальное по содержанию и структуре конкретное журналистское произведение.

Мониторинг. Тип публикаций, появляющихся на страницах современной периодической печати под рубрикой “мониторинг”, получил свое название от активно используемого в настоящее время при изучении процессов, протекающих в обществе, одноименного вида социологического исследования. Мониторингом называется определенное “слежение” за каким-либо явлением, систематически повторяющийся “замер” одних и тех же параметров в определенной сфере деятельности. Предметом мониторинга выступают конкретные характеристики (выбор их зависит от цели мониторинга) различных явлений непосредственно в момент исследования. Мониторинг дает возможность увидеть, так сказать, “срез” какого-то явления, прежде всего в виде совокупности статических данных, которые “обнаруживают” сиюминутную тенденцию развития этого явления.

Поскольку мониторинг является достаточно трудоемким и требующим специальной социологической подготовки видом исследования действительности, то квалифицированно

проводить его могут, разумеется, прежде всего социологи. Тем не менее и журналисты также принимают участие в таких исследованиях. Но в основном им приходится выполнять при подготовке мониторинга для своего издания прежде всего редакторские функции.

Рейтинг. Название данного жанра происходит от английского “rating”, что переводится как “оценка”, “классификация”. Основным жанрообразующим фактором, определяющим своеобразие публикаций периодической печати, относимых к жанру рейтинга, выступает целевая установка. Цель публикации подобного рода заключается в том, чтобы осуществить определенную “ранжировку” сходных явлений по какому-то конкретному признаку. Эта цель достигается прежде всего за счет применения традитивных методов – аналогии и сравнения.

Рейтинги часто публикуются как в специализированных, так и в общественно-политических изданиях.

Рейтинг – понятие, появившееся на страницах отечественных периодических изданий в период перестройки, в начале 90-х годов. Но это не отнюдь не значит, что российская пресса не публиковала раньше нечто подобное современному рейтингу.

Рецензия. Слово “рецензия” латинского происхождения (“ recensio ”) и в переводе означает “просмотр, сообщение, оценка, отзыв о чем-либо”. Рецензия – это жанр, основу которого составляет отзыв (прежде всего – критический) о произведении художественной литературы, искусства, науки, журналистики. Отличие рецензии от других газетных жанров состоит прежде всего в том, что предметом рецензии выступают не непосредственные факты действительности, на которых основаны очерки, корреспонденции, зарисовки, репортажи, а информационные явления – книги, брошюры, спектакли, кинофильмы, телепередачи.

Рецензия, как правило, рассматривает одно-два произведения и дает им соответствующую оценку, не ставя перед собой других, более сложных задач. Она должна быть ясной по содержанию и форме, доступной для адресатов разной категории читателей, слушателей, зрителей. Для этого рецензенту надо глубоко изучить рецензируемое произведение, учитывая те принципы и правила, которыми руководствовался писатель, ученый или художник, уметь использовать методы анализа и свободно владеть языком рецензируемого произведения.

В современной прессе наиболее распространены рецензии, авторы которых разбирают только какую-то одну сторону произведения, например, только тему или только мастерство автора, или исполнителей, или работу режиссера.

Статья. Жанр статья является главным в аналитической журналистике. Понятие “статья” произошло от латинского слова “artikulus” и означало первоначально то же самое, что и “сустав”, “член”, “часть целого”. Это объясняет, почему в журналистской практике любая отдельная публикация, будучи частью, например, всего текста газетного номера, может быть названа “статьей”. Не случайно также, что пожалуй, за исключением коротких сообщений, статьями называют огромное число публикаций различных жанров. Но когда речь заходит о вполне определенном жанре “статья” (в узком смысле этого слова), то под ней понимают публикации, анализирующие некие ситуации, процессы, явления, лежащие в их основе закономерные связи с целью определения их политической, экономической или иной значимости и выяснения того, какие позиции следует занять, как себя вести, чтобы поддержать или устранить такую ситуацию, такой процесс, такое явление.

В настоящее время в прессе существуют относительно устойчивые формы проявления жанра статьи. Основными из них можно считать такие.

Общественно-политическая статья. К этой группе относятся публикации, в которых анализируются общезначимые, широкие вопросы. Например, автор такой статьи может вести речь о направлениях политического или экономического развития страны или рассуждать об уровне нравственности, существующем на сегодняшний день в обществе в целом, или о

возможности союза церкви и государства, или о взаимоотношениях страны зарубежными государствами, или о проблемах создания панславянской федерации. Подобного рода публикации отличаются высоким уровнем обобщения, глобальностью мышления авторов.

Общеисследовательская статья – жанр трудный в том смысле, что он требует не просто знания какой-то конкретной проблемы, но предполагает теоретическое объяснение ее существования. А это под силу лишь опытному журналисту-аналитику. Начинаящему журналисту важно сосредоточить свое внимание на некоторых аспектах подготовки общеисследовательской аналитической статьи. Иными словами, он должен сформулировать основные тезисы выступления, т.е. соотнести сформулированные тезисы с актуальным современным опытом. Суждения об этом опыте и станут в статье аргументами в пользу выдвинутых тезисов.

Практико-аналитическая статья. Она обращена прежде всего к актуальным практическим проблемам промышленности, сельского хозяйства, предпринимательства, культуры, науки, образования, бизнеса, финансов. и т.д. В этих статьях анализируются конкретные проблемы, события, действия, ситуации, связанные с практическими задачами, решаемыми в той или иной сфере деятельности, отрасли производства и пр. Автор статьи ставит перед собой цель выявить причины ситуации, сложившейся в той или иной сфере производства, на ряде предприятий, в социальной сфере, оценить эти ситуации, определить тенденции их развития, назвать проблемы, стоящие на пути эффективного разрешения этих задач, вынести на суд общественности какие-то конструктивные предложения.

Подготовка проблемной статьи начинается с изучения проблемной ситуации, конфликта, существующего в реальности между желаемым и возможным. Проблема встает перед журналистом через осознание им противоречия, существующего между имеющимся у него знанием о заинтересовавшем его явлении и непознанной стороной данного явления. Это противоречие отражается автором в формулировке проблемы.

Решение проблемы журналистом – это ответ на тот вопрос, который содержится в ее формулировке. Получить необходимое для этого знание можно различными методами – как эмпирическими, так и теоретическими. Все они подчинены достижению основных целей проблемного выступления:

1. описанию и оценке проблемной ситуации;
2. выяснению причин возникновения проблемы (барьера, препятствия, задачи);
3. установлению программы и поиску путей устранения (решения) проблемы, формулирование действий.

Полемическая статья. Непосредственным поводом публикации полемической статьи обычно является выступление политических оппонентов, представителей “чужой” научной школы, “теоретического”, религиозного течения, задевающее каким-то образом интересы автора будущей полемической статьи, его издания, выражающее оценки, представления, выводы, предложения, с которыми автор этой статьи, это издание согласиться не могут.

Осознаваемая автором цель полемической статьи, как правило, представляется ему двоякой. Во-первых, он видит перед собой задачу – обосновать свою собственную позицию по спорному вопросу, показать свое видение проблемы, причин ее возникновения, значимости, способов решения. А во-вторых, ему представляется необходимым **опровергнуть позицию своего оппонента**. Это, естественно, не может не отразиться как на содержании приводимых фактов, примеров, так и на логической структуре статьи. Используемые факты, примеры обычно подбираются таким образом, что они лишь подтверждают позицию автора.

Законы спора, представляемого журналистом на суд читательской аудитории, имеют комплексный характер и вырастают из выработанных в течение веков норм логики, правил убеждающего коммуникативного воздействия, требований морали и права.

Поскольку полемика протекает как обмен журналистскими выступлениями, то для каждого отдельного ее участника эти законы выступают прежде всего как **требования к**

содержанию и форме полемической статьи. Правда, требования своеобразного. А своеобразие это заключается в том, что, как уже было сказано выше, автор ее обычно стремится опровергнуть позицию оппонента и доказать, утвердить свою.

В любом случае создание полемического текста должно начинаться с формулирования главной мысли (главного тезиса), которую далее автор будет отстаивать как в данном, так и последующих выступлениях в ходе всей полемической кампании. Эта мысль может быть сформулирована в тексте в виде самостоятельного предложения. Главное, чтобы она была понятна и ясна читателю данного номера издания.

Следующее требование – **доказательность доводов (аргументов) в пользу основной мысли выступления.** Серьезная полемика требует серьезных фактов. А такого рода факты в наше время часто тщательно скрываются или оказываются недоступными для прессы.

Факт в журналистике – это твердое знание о том, что реально существует (“имеет быть” как говорят философы) в мире. Оценка – это отношение к факту, т.е. утверждение о том, насколько хорошо или кого-то другого. Предположение – это неясное знание о том, существует ли факт или нет, или же каково его значение для кого-то (его ценность). Поэтому полемист, разумеется, должен стремиться к тому, чтобы его утверждения опирались прежде всего на документы, и прежде всего – документы, содержащие изложение фактов. При этом следует найти и представить в тексте такие аргументы, которые по своей доказательной силе должны быть равными тем, которые применяет оппонент, или же превосходить их в этом отношении.

Успешный поиск истины в ходе полемики, как уже говорилось выше, будучи основной ее целью, невозможен *без установки на взаимопонимание участников полемики.*

Журналистское расследование. Своеобразие журналистского расследования как особого жанра определяется качествами, возникающими под воздействием предмета, цели, методов получения информации, особенностями изложения полученного материала.

Предметом журналистского расследования обычно становится наиболее “кричащее” негативное явление, не заметить которое невозможно (это в первую очередь различные преступления, “из ряда вон выходящие случаи”, события, привлекающие внимание общества). Если такие негативные явления – результат определенных действий каких-то людей или их некомпетентности, халатности и т.п. то эти люди, как правило, принимают все необходимые меры для того, чтобы скрыть корни, причины происходящего.

Цель журналистского расследования прежде всего и заключается в том, чтобы определить эти корни, причины, обнаружить скрытые пружины, приведшие в действие некий механизм, породивший вполне конкретный результат. В силу этого журналист может прибегать к методам получения информации, роднящим его, с одной стороны, со следователем, инспектором уголовного розыска, а с другой – с ученым-исследователем, если речь идет об исторических расследованиях, связанных с громкими делами давно минувших дней.

Конфиденциальность источников информации, по известным причинам, очень часто становится неизбежной, в то время как в публикациях других жанров необходимость сохранять в тайне источники информации обычно не имеет особого смысла.

Журналист-расследователь должен быть всегда готовым к тому, что лица, о которых он ведет речь в своей публикации, будут защищаться, в том числе и с помощью суда. Поэтому очень хорошо, если автор расследования имеет в запасе, кроме уже опубликованных, другие факты, документы, свидетельства, подтверждающие правильность его выводов и утверждений.

Обозрение. Этот жанр изобретен не журналистами, обозрение использовалось задолго до возникновения периодической прессы. Например, найти в текстах Плутарха (1—11 вв.), позже – в дидактических обозрениях китайца Ван-Ан-Хи (XI в), а также в “Опытах Монтеня (XVI в.) и в “Главах” из книги “Обозрения Парижа” Луиса Себестьяна Мерсье (XVII в.).

В обозрении ярко проявляется позиция журналиста. Обозреватель должен:

- возбуждать интерес аудитории, рассказывать ей о событиях, процессах, происходящих в общественной жизни;
- отстаивать передовые точки зрения и способствовать совершенствованию “личной стратегии” граждан;
- обнаруживать в явлениях их сущность, показывать противоречия действительности;
- способствовать практическому решению проблем общества.

Разумеется, что языковая сторона творчества также является стилеобразующим фактором в творчестве обозревателя и ее изучение также требует внимания начинающего журналиста.

Обзор СМИ. Словом “обзор” в журналистике обозначают описание, подведение итогов, рассмотрение, изучение особого рода информации. Говоря об обзоре СМИ, чаще всего имеют в виду изучение особенностей публикаций, литературной, творческой деятельности издания, теле- и радиопрограмм или способ знакомства аудитории с публикациями в целях дать представление об их содержании, форме.

Автор обзора должен был обратить внимание на уровень политической выдержанности публикаций, соответствие их курсу партии, так же на то, насколько точно умеет газета выделять главные направления хозяйственной деятельности общества, исследовать их находить передовой опыт и распространять его; насколько критичны и самокритичны публикации, какой отклик получают они у читателя, как борется издание за действенность своих выступлений и т.д.

В настоящее время обозреватели российских СМИ находятся в несколько ином положении, “субординации” изданий не существует.

Более того, автор обозрения может предстать перед судом по обвинению, как минимум, в нанесении морального урона, если, по мнению обозреваемых изданий, он их “обидел”. Эти и другие факторы ориентируют внимание обозревателей лишь на некоторые из тех аспектов деятельности СМИ, которые когда-то были лишь малой долей обрабатываемого ими “поля”. Типичные задачи, цели которые ставят при этом перед собой журналисты, влияют на формирование определенных, относительно устойчивых видов обзора.

Обзор – презентация. В связи с тем что очень большая часть населения из-за материальных трудностей не может приобрести три-четыре газеты, журналы, иметь радио, телевизор, как это было до перестройки, те издания, которые пользуются наибольшим спросом у населения, а также радио- и телепрограммы. При этом обозреватели могут посвящать свою “презентацию” обзору новых изданий, только что появившихся на свет, или же рассказать о публикациях на страницах уже известных читателю газет и журналов.

Чаще всего такие публикации отбираются обозревателем по одному ведущему признаку— степени сенсационности. Чем сенсационнее публикация, тем больше у нее шансов быть включенной в обзор СМИ. Такие обзоры автор обычно начинает с главной сенсации. Это привлекает внимание аудитории к публикации. Затем излагаются другие новости. Аналитическое начало такого вида обзора заключается в том, что автор пытается показать не глубинные причины, которые порождают “нестыкуемые”, на первый взгляд, сенсации, происходящие в разных сферах жизни общества. Именно этим обзор СМИ как аналитический жанр отличается от аннотации новостей, от их информационной подборки.

Тематический обзор. Данный вид обзора предназначен для освещения определенной темы. В настоящее время очень часто такими являются указы президента РФ, законы, постановления, принятые Государственной Думой, правительством РФ, Советом федерации, новые назначения и отставки в высших эшелонах власти, результаты очередных преступлений и т.д.

Все эти и другие подобные явления становятся центральным пунктом, вокруг которого и строится обзор прессы. Привлекая публикации из различных изданий, теле- и радиопередач, автор стремится с их помощью представить аудитории полную картину события, познакомить ее с разными оценками, мнениями, позициями, занятыми СМИ по отношению к данному событию.

Безадресный обзор. В таком обзоре, как и в тематическом, рассматривается одна или более актуальных тем, обсуждаемых прессой. Однако безадресный обзор обладает одной характерной чертой—отсутствием ссылок на конкретные обзореваемые издания, радио- и телепрограммы. Для автора важно проследить за тем, как средства массовой информации в целом обсуждают ту или иную тему, к какому выводу приходят, какие оценки выносят.

При подготовке обзоров журналисту желательно придерживаться определенных правил. Первое – правильно определить цель своего выступления, очертить круг вопросов, которые надо осветить, выбрать тему.

В ходе изучения публикаций журналист может обнаружить какие-то ошибки, опечатки и т.д. Если они имеют случайный характер, то их можно использовать только в качестве образных деталей, но отнюдь не стоит строить на них свое выступление. Необходимо избегать излишних или необоснованных эмоций по поводу обзореваемых публикаций.

Прогноз. Становление жанра “прогноз” происходило в течение последних десяти лет и напрофмую связано с профессорами реформирования общества. Именно для таких периодов в его жизни значимы прежде всего слова Ришелье: “Будущего важнее настоящего - опыт доказывает, что если не заглядываешь в даль своих проектов, туда, куда хочет донести, век их будет не долго” Желание узнать, что ждет впереди, и вызывало вал предсказаний, пророчеств, прогнозов, захлестнувший страницы отечественной прессы, ставших, пожалуй, одним из наиболее заметных и постоянных для нее с тех пор явлений. Да и не задача ли журналиста, используя возможности “жанра” Кассандры (именно это мифическая богиня владела даром предсказания в совершенстве), помочь своей аудитории узнать что-то о завтрашнем дне? Ибо, как гласит пословица, “кто предупрежден- тот вооружен”

Предсказания, или *прогнозы,-это суждения о будущем.* Прогноз, который всегда сбывается, называют “пророчеством”. Иногда понятие “прогноз” журналисты заменяют понятием “гипотеза”.

Кроме того, *прогноз всегда рассматривает будущее состояние уже существующих явлений.* В отличие от него в гипотезе может идти речь о явлениях, которые никогда не существовали или не существуют в настоящий момент. Не совсем верно отождествлять прогноз и с версией. Версия- это возможный вариант развития события. С помощью версий обычно пытаются объяснить уже свершившиеся факты. Но иногда версия излагает вариант развития какого-то явления в будущем. В этом случае понятия “версия” и “прогноз” могут совпадать.

На страницах сегодняшней прессы журналисты в качестве авторов прогнозов выступают относительно редко. Чаще всего их составляют специалисты, эксперты, ученые соответствующей сферы деятельности. Так происходит, когда издание преследует цель- дать серьезный прогноз. Причиной обращения журналистов именно таким людям являются, разумеется, те знания, которыми они владеют. В оптимальном случае – это точные знания. Опираясь на них, как раз и можно заглянуть в будущее. Но точность знаний о современном состоянии прогнозируемого явления – не гарантия точности предвидения его будущего.

Метод экстраполяции. В переводе на русский слово “экстраполяция” означает “проецирование, расширение, распространение”. Что же “проецирует” автор прогноза? *А проецирует он основную тенденцию развития исследуемого явления в целом на будущее этого явления.*

Метод аналогии. Напомним, что аналогия-это из видов сравнения, когда *на основе совпадения ряда основных признаков делается вывод о том, что и все другие признаки сравниваемых явлений совпадают.*

Версия. Такого рода публикация базируется на неполных доказательствах, на предположениях автора. Версия исключает категоричность выводов, заключений. Основным факторами, который порождает жанр версии, является метод исследования действительности, определяемый как “домысел”, “вымесел” Этот метод является ведущим в литературно-художественном творчестве.

Развитие версии в верном направлении происходит тогда, когда автор ее ищет дальнейшие основания среди фактов, которые “укладываются” в канву реальной(т.е. имеющий под собой материальную основу) причинно-следственной связи.

Развитие версии в неверном направлении происходит в том случае, когда автор ставит целью отстаивать свое предположение во что бы то ни стало, не обращая внимания на всю зыбкость его обоснования.

Эксперимент. Данный жанр “проявился” в отечественной журналистике в качестве самостоятельного в начале 90-х гг. Однако по сути своей материалы, подобные тем, которые сейчас часто можно встретить под рукой “эксперимент” (это понятие, как известно, обозначает один из методов исследования действительности), публиковались на страницах прессы на протяжении десятилетий. Только выходили они в свет под другими именами – то ли очерка, то ли корреспонденции, то ли фельетона и пр.

Эксперименты, проводимые журналистами, по своему характеру могут быть самыми разными. Журналистский эксперимент в отличие, скажем, от криминалистического не имеет дела с раскрытием уже совершенного действия. Журналистский эксперимент может проводиться по любому поводу.

Эксперимент не возможен без активного вмешательства в ход дел, интересующих журналиста, что предполагает переход от пассивного ожидания, от наблюдения какого-либо феномена, от “разглядывания” его к определенному воздействию на предмет интереса т.е. к тому что на языке журналистики собственно и называется экспериментом.

Эксперименты бывают разными по степени своей сложности. Порой журналист ограничивается самой простой задачей и соответственно применяет элементарную форму эксперимента. В основе эксперимента должна лежать хорошо обоснованная схема его проведения, соответствующая той задаче, которую ставит перед собой журналист.

ЭССЕ. Слово “эссе” в переводе с французского (essai) означает: «опыт», «сочинение», «попытка», «испытание», «набросок». Основателем этого жанра

Считается великий французский мыслитель Мишель Монтень. *Суть современного эссе заключается в том, что в нем особым образом излагается определенная концепция, некая «теория», вытекающая из познания ряда лежащих «на поверхности бытия» явлений в той или иной сфере общественной деятельности.*

Виды эссе. Публицистическое эссе. Особенностью эссе этого типа является, так сказать, «синкретический» характер размышлений его автора, близкий к характеру обыденного размышления. Публицистическое эссе, как правило, богато ассоциациями, опирающимися на опыт аудитории, а так же - на жизненный опыт самого автора, его воспоминаниями, предположениями.

Литературно - критическое эссе. Такого рода публикации представляют собой общие рассуждения о литературном произведении. Эссеист в данном случае *рассуждает о неких общих закономерностях литературного творчества, о судьбах литературы, ценностях, которым она призвана служить или служить в данный момент.*

Искусствоведческое эссе. Данный вид эссе отличается от литературно - критического прежде предметом отображения. Темы искусствоведческого эссе связаны с рассуждениями о прекрасном и безобразном в жизни и в искусстве, о социальном служении искусства, о роли таланта в становлении искусства, о низком и высоком, о массовом и элитарном в искусстве.

Научно- популярное эссе. Публикации, относящиеся к этому виду эссе, посвящаются общенаучным проблемам. Причем чаще всего эти проблемы рассматриваются в связи с жизнью общества как такового, *техническими достижениями и судьбами цивилизации; нередко речь идет о конфликте техники и человека, гуманизации целей и методов науки и пр.*

Философское эссе. *Материя и дух, жизнь и смерть, их неразрывное единство, их вечная борьба; добро и зло – понятия, не существующие одно без другого, перетекающие одно в другое явления, стоящие за этими понятиями; истина, ее суть и пути постижения - вот что волнует авторов эссе.*

Аналитический пресс-релиз. Пресс-релиз называется подборка информационных сообщений, рассказывающих о достоинствах какой-то фирмы или отдельной личности, например кандидата в депутаты. От них, собственно, и поступают такие пресс- релизы в СМИ. Полученный в редакции пресс-релиз не обязательно будет опубликован. Возможно, он станет просто одним из источников информации, которая будет использовано редакцией для ориентации в деловом мире или в выборной кампании. Из него также часть материала может быть изъята и опубликовано. Таким образом, пресс-релиз способен быть преобразован в какой-то уже известный журналистский жанр. Соединение аналитического и рекламного начал лежит в основе аналитического пресс - релиза. Причем аналитического пресс-релиза заключается не, просто в том, чтобы показать, что организация или личность способны решить какие-то проблемы данной аудитории, но и доказать это. Поэтому автор аналитического пресс-релиза обращается к доказательству рассуждению, к использованию аргументации, подтверждающей его утверждения.

Контрольные вопросы.

1. Аналитический отчет.
2. Цели аналитической корреспонденции.
3. Аналитический опрос—как жанр.
4. Практико-аналитическая статья.
5. Журналистское расследование.

Литература:

1. Бекасов Д.Г. Корреспонденция, статья –жанры публикации. М.,1979.
2. Кройчик Л.Е. Система журналистских жанров.// Основы творческой деятельности журналиста. / под ред.С.Г. Корконосенко.СПб.,2000.с.125-168.
3. Крол Н.Руководителям и бизнесменам нужны журналисты-аналитики.//Деловая пресса России: настоящее и будущее.М.,1999.с.86-87.
4. Роот А.А. История жанра передовой статьи. Казань,1980.
5. Стрельцов Б.В. Аналитические жанры. Минск,1984.
6. Тыртычный А.А. Журналистское расследование. М.,2000.
7. Чирва И.С. Эссе в типологии жанров публицистики...//Журналистика: информационные пространство.Краснодар,2003.№ 5.

Тема: 4. Характеристика художественно- публицистических жанров.

Цель: Данная тема посвящена анализу типов текстов, относящиеся к «авторской» или «писательской» журналистике. В силу этого студенты осваивают искусство выступления в художественно-публицистических жанрах, проявляя повышенную требовательность к языку, художественную образность, глубокую авторскую обобщенность действительности.

Несмотря на то, что во многих случаях аналитическое начало в очерках является ведущим, все же представление об очерке в основном связано с существованием в нем репортажного начала с применением художественного метода. Современному очерку свойственна документальная насыщенность, часто в ущерб художественной.

Задание 7. Проанализируйте тексты, которые обычно относят к «авторской»

журналистике. Различите тем самым их особый характер, в силу этого осваивайте искусства выступления в художественно-публицистических жанрах, с точки зрения степени важности указанных в нем фактов?

Очерк. Понятие «очерк» в качестве названия журналистских публикаций определенного типа имеет неясное происхождение. Хотя существует мнение, что к его появлению причастен А.М.Горький, который в одном из своих писем коллеге по словесному ремеслу указывал, что исходным в определении текста, имеющего известную литературную форму, как «очерк» является глагол «очерчивать»

Очерк считается «королем» художественно- публицистических жанров, но с точки зрения подготовки его - он один из наиболее трудоемких. И это действительно так, поскольку написать хороший очерк журналист сможет только в том случае, если он уверенно владеет разными методами отображения действительности, существующими в его ремесле. При подготовке очерка мало, например, суметь найти подходящий предмет выступления, успешно собрать материал, проанализировать его. Сущность очерка во многом предопределенна тем, что в нем соединяется репортажное (наглядно-образное) и исследовательское (аналитическое) начало.

Современность очерку чаще всего свойственна документальная насыщенность, часто - ущерб художественности. Это, очевидно, вызвано тем, что исходный материал, т. е. фактические события, о которых сообщает очеркист, часто настолько драматичен, сюжеты их настолько непредсказуемы, раскрываемые тайны настолько заманчивы, сенсационны, что сами по себе способны привлекать внимание читателя и восприниматься им на уровне информации, черпаемой из самых интересных художественных произведений. В этом случае потребность в интенсивной художественной переработке исходной информации нередко становится излишней.

Портретный очерк. Предметом такого очерка выступает личность. Суть публикации данного типа заключается в том, чтобы дать аудитории определенное представление о герое выступления. Решая эту задачу, журналист, как правило, в первую очередь стремится раскрыть самое главное - показать, каким ценностям служит этот герой, в чем видит смысл своего существования. Ибо это является исключительно важным моментом в жизни каждого человека.

В удачном портретном очерке характер героя дается, как правило, в нетривиальной ситуации. Поэтому для героя, который содержит некие неординарные трудности, упорства, трудолюбия и других значимых, с точки зрения достижения цели, качеств. В этом же случае, когда такой «участок» на жизненном пути героя обнаружить не удастся, автору труднее рассчитывать на создание интересного материала. Иногда журналист проще - кратко пересказывает биографию своего героя. Конечно, все это дает определенное представление о человеке, заинтересовавшем автора, но не всегда подобную публикацию можно назвать портретным очерком.

Проблемный очерк. Предметом отображения в очерках такого типа выступает некая проблемная ситуация. Именно за ходом его развития и следит в своей публикации очеркист. По своей логической конструкции проблемный очерк может быть сходен с таким представителем аналитических жанров, как статья. Причиной такого сходства выступает, прежде всего, доминирование в ходе отображения проблемной ситуации исследовательского начала. Как и в статье, в проблемном очерке автор выясняет причины возникновения той или иной проблемы, пытается определить ее дальнейшее развитие выявить пути решения.

В то же время проблемный очерк всегда можно достаточно легко отличить от проблемной статьи. Наиболее важное отличие состоит в том, что в проблемной ситуации никогда не представляется, так сказать, «в голом виде», т.е. в виде статистических закономерностей или обобщенных суждений, выводов и т.п., что свойственно статье как жанру. Проблема в очерке выступает как преграда, которую пытаются преодолеть вполне конкретные люди с их достоинствами и недостатками. На поверхности той или иной деятельности, которую исследует

очеркист, проблема очень часто проявляется через конфликт, через столкновения интересов людей. Исследуя эти конфликты, их развитие, он может добраться до сути проблемы.

Путевой очерк. Путевой очерк, как и некоторые другие журналистские жанры (например, заметка, отчет, корреспонденция, обзор) относится к наиболее ранним формам текстов, ознаменовавших становление журналистики. Очевидно, это объясняется тем, что подобная путевому очерку форма отображения действительности была, чуть ли не первой в художественной литературе. А поэтому являлась хорошо освоенной, что и помогло ей быстро закрепиться на страницах периодической печати, как только та возникла.

Фельетон. Название этого жанра происходит от французского слова «feuille», которое переводится как «лист; листок». Листком, в свою очередь, называли приложение к газете, которое обычно размещалось в нижней части полосы и отделялось от остальной части газеты жирной линией.

Первый фельетон появился 28 января 1800 г. во французской газете “Журналь де деба”. В этот день газета вышла в удлинненном формате, с нижним “этажом”, который назывался “фельетоном”. Между “подвалом”, где размещался фельетон, и собственно газетой проходила линия отреза (“подвальная черта”). Подписка допускалась и без фельетона – в таком случае фельетон отрезался. В первых фельетонах печатались объявления, театральные репертуары, сведения о новых модах и шарады, присылаемые читателями. Постепенно наряду с театральными объявлениями появляются и краткие, непринужденно написанные рецензии на спектакли и книги. Со временем рецензии становятся ядовитыми и остроумными. Их автором был журналист Жоффруа. Он привнес в газету сатирический взгляд на злободневный общественно значимый факт. Было бы однако, ошибочно называть Жоффруа первым фельетонистом. Он лишь наполнил старое слово “фельетон” новым терминологическим смыслом. Раньше слово “фельетон” применялся и для обозначения большой газетной статьи не сатирического свойства, но написанной живо и на злободневную тему. В настоящее время в журналистике термин “фельетон” применяется только в сфере сатиры.

Фельетон – произведение сатирическое. Что это значит? В чем разница между сатирой и юмором, если и сатирик и юморист указывают на комическое, смешное в поведении людей? Разница между сатирой и юмором заключается в силе и едкости насмешки: юмор – беззлобное, безобидное выставление людских недостатков и слабостей, а сатира – гневное, резкое, осуждающее высмеивание. Разница состоит не столько в силе, сколько в объекте насмешки и в принципиальной авторской позиции по отношению к объекту – положительной или, наоборот, отрицательной.

Юмор и сатира – это комическое, применяемое в различных целях. Поясним сказанное на примерах. В. Митин в одном из своих фельетонов призывает “высказать наше едоцкое мерси овощеводам”. “Едоцкое мерси” – это прелестная смесь французского с нижегородским создает бесспорный комический эффект. Но каким целям – сатирическим или юмористическим – послужит шутка, зависит от того. В каком контексте мы ее используем.

1. “Нет, не поворачивается язык высказать наше едоцкое мерси руководителям треста столовых и ресторанов Мелогорска, Скверно заботятся они о желудках своих клиентов”. Перед нами – сатира, ибо с помощью комического критикуется общественно вредное явление.

2. “Увы, не повернулся у Димы язык высказать свое едоцкое мерси Лиле – его молодая жена сожгла котлеты. Но зато недоварила картофель”.

Несмотря на критическое отношение автора к героине, перед нами все же юмор, а не сатира, ибо вреда обществу героиня не нанесла, значение ее неудачи не выходит за порог одной кухни.

Сатирические жанры строятся на широком использовании иронии, сарказма, сатиры, поэтому важно различать эти понятия, сопоставлять их с юмором.

Юмор предполагает, что за смешным, за вызывающим смех недостатком чувствуется что-то положительное, привлекательное, серьезные реальные достоинства. С юмором смеются над недостатком любимого. В юморе смех считается с симпатией к тому, на что он направляется. Ирония расщепляет то единство, из которого исходит юмор. Она

противопоставляет положительное отрицательному, идеал – действительности, возвышенное – смешному. И так, юмор--это безобидное, беззлобное выставление людских недостатков и слабостей, сатира- гневное и резкое высмеивание. И разница, однако, не столько в силе, сколько в объекте насмешки, в принципиальной авторской позиции по отношению к объекту положительной или, наоборот отрицательной.

Юмор и сатира это комическое, применяемое в различных целях. Сатир есть использование комического для критики общественно вредных явлений.

На иронии строится и *фельетон* – сатирический художественно—публицистический жанр, вскрывающий комическую суть отрицательных фактов и явлений действительности. Причем фельетонный факт должен обладать двупиковостью: первый пик (общественно вредная суть факта) возбуждает у читателя гнев, а второй пик (комическая сущность того же факта) – на смешку (19). Второй пик достигается при условии, если исходный факт обладает парадоксальностью, т.е. содержит противоречие между претензиями героя и его возможностью комического преувеличение, сатирического заострение ситуации.

Фельетон—это синтез трех начал: публицистического (факт не только конкретен, злободневен, актуален, но и оперативен), сатирического (выявляется комическое содержание факта, оценка, которого предполагает сатирический анализ) и художественного (создание сатирического образа, что и отличает фельетон от сатирической заметки).

Сатирический образ, как и художественный,-- это диалектическое единство частного и общего, индивидуального и типического. Как форма газетной публикации фельетон требует максимально фактической основы, как литературная форма—нуждается в фантазии художника.

В фельетоне может быть раскрыт персонифицированный образ, или образ—персона (конкретный носитель зла – должностное или частное лицо) или образ—тезис, когда необходимо обобщить разрозненные факты, изучить социальную ситуацию, обличить негативное явление.

Фельетон –предназначенное для периодической печати злободневное произведение в прозе или стихах, имеющее целью вызвать гневно- насмешливое отношение читателя к общественно вредным фактам и явлениям и тем самым способствующее нравственному воспитанию общества. “Насмешки боится даже тот, который уже ничего не боится на свете”, -писал Н.В.Гоголь.

Показать, что герой смешон—обязательная задача фельетониста. А смешон – значит в конечном счете глуп, ибо не в состоянии понять требования момента и те общественно ценные истины, которые понимаем мы, нормальные, разумные, честные граждане. В любом случае, прежде чем браться за перо, нужно убедиться, что исходный факт обладает хотя бы крупницей парадоксальности –этим эмбрионом комичности. Под парадоксальностью факта мы понимаем содержащуюся в нем противоречивость, точнее, противоположность между:

идеалом и практикой;

поступком и здравым смыслом;

словом и делом;

замыслом и результатом;

должностью и поведением;

средствами и целью;

формой и содержанием;

претензиями и реальными возможностями.

Парадоксальны, например, ситуации, запечатленные в известных пословицах: “Сапожник без сапог”, “Пошел по шерсть, вернулся стриженным”.

3. Создать скульптуру просто, надо взять глыбу мрамора и отсечь все лишнее. С фельетоном наоборот: беретсяя добавляется все недостающее. Это трудно. Профессиональный фельетонист обязан осознанно овладеть арсеналом специальных приемов. Основные фельетонные приемы:

1. Художественный вымысел.

2. Привнесение ассоциативного элемента.

3. Ирония.

4. Рассуждения.

Проанализируем для примера фельетон Т.Шабашовой “Девочка сосправкой”. Объект атаки: Крым не выполняет задания по поставкам фруктов стране. Наблюдается интенсивное снижение площадей, занятых косточковыми фруктами – персиками, сливами. Есть виноград, но и он не отгружается из-за недостатка тары. Для фельетониста это типично скудный факт. Хотя общественная вредность и парадоксальность налицо (Крым по своим природным условиям призван быть фруктовым садом страны), но действующих лиц нет, событийная масса отсутствует, острого натурального сюжета нет и в помине. Следовательно, один лишь пересказ фактов вызывает гнев, но не насмешку читателя. Перечисленщина документов не запомнится, не произведет долговременного воспитательного эффекта. Нужен прием. Какой? Фельетонистка начала с поисков ассоциаций. Так сказать, “щупами” в этих поисках послужили два слова: “персик” и “слива”. На сливу мозговая ЭВМ не отозвалась. На “персик” память выдала картину В.Серова “Девочка с персиками”. Итак, АССЭ (ассоциативный элемент) есть. Далее автор начинает с помощью рассуждений и так и эдак сопрягать АССЭ с ОА (объектом атаки). Наконец, в голове автора блеснула условная гипотеза: если бы современный художник пожелал написать картину “Девочка с персиками” он бы не смог этого сделать из-за отсутствия персиков. Здесь мы обнаруживаем характерное свойство юмористической гипотезы—в ней присутствует переувеличение, сдвиг, доведение до абсурда. Конечно, на самом деле художник смог бы раздобыть персик, если не из Крыма, то из Узбекистана.

Но автор не ограничилась короткой однофразовой шуткой о невозможности написать картину “Девочка с персиками” при отсутствии персиков. Она превратила эту шутку в сквозную, несущую конструкцию, на которой держится весь фельетон.

Итак, в фельетоне Т.Шабашовой использованы в едином сплаве, пожалуй, все главные основные приемы фельетона: художественный вымысел, ассоциативные элементы, ирония, юмористические рассуждения.

Мастер фельетона -- универсал. Если надо, он на протяжении одного фельетона будет регистратором фактов, и веселым сказочником, и взволнованным резонером. На практике процветает комбинированный стиль—излагаются фактические события с необходимой фантазийной приправой и все это перемежается насмешливыми рассуждениями автора.

Памфлет. В переводе с греческого («*pamphlego*») слово «памфлет» означает «все воспламеняю» или «все испепеляю». Это понятие имеет под собой мифологическую основу и связано с представлением о гневе олимпийских богов, прежде всего – их главы Зевса-громовержца, поражавшего своими молниями врагов. В журналистике под *памфлетом* понимают сатирическое произведение, нацеленное на осмеяние определенных человеческих пороков и уничтожение того героя (героев), который представляется автору носителем опасного общественного зла.

Происхождение памфлета как жанра некоторые исследователи связывают с творчеством древнегреческого баснописца Эзопа.

Пародия. Сущность пародии как художественно-публицистического жанра трудно было бы понять, не обратившись к ее истокам. Пародия, вероятно, является самым древним жанром искусства. На Руси пародия составляла важнейшую часть скоморошьего творчества. Без пародии трудно представить себе театр на всех стадиях его развития. Не обходится без использования пародии и политический, философский (или иной) спор (так еще Аристофан боролся с Еврипидом, пародируя его произведения)

Предметом пародии в журналистике выступают самые разные явления. Это могут быть действия общественных, государственных деятелей, политиков, какие-то народные традиции, творческая манера каких-либо артистов, писателей, произведения литературы, способ мышления, особенности языка, внешности известных личностей и т. д. Основные методы, которые помогают автору выступления в прессе создать пародию, - это гипербола, гротеск, ирония.

Цель сатирического комментария -- критика определенных недостатков того или иного явления. Пародия такую цель перед собой не ставит. Ее задача создать некую модель явления, ставшего предметом внимания пародиста, имитировать его в своем произведении под определенном углом зрения.

Сатирический комментарий в настоящее время публикуется по следам актуальных и наиболее нелепых или вредных действий различных политических деятелей, властей, учреждений и пр., действий, способных вызвать определенный общественный резонанс. Предметом внимания автора сатирического комментария могут стать явления любого рода - не только предметные действия, поступки, но и «информационные явления», например высказывания каких-то людей.

Комментарии эти строятся практически всегда по одной и той же схеме - сначала излагается заинтересовавшее журналиста высказывание какого-то «героя», а затем следует высказывание самого журналиста.

Эпиграф. Представление о том, что такое эпиграф, чаще всего складываются при чтении небольших (обычно в несколько строк) текстов, которыми открываются некоторые художественные, научные произведения. Эпиграфы бывают прозаические и стихотворные.

Эпиграф как особый жанр присутствует и на страницах периодической печати. Здесь он выполняет примерно ту же роль, что и в литературно - художественном или научном творчестве.

Эпитафия. Как и некролог, посвящается личности умершего человека. Но в отличие от некролога, в котором превалирует информационное начало, т.е. сообщение читателю вполне конкретных данных из биографии усопшего, сведений о причине его смерти, месте и времени похорон, эпитафия выступает как напоминание о достоинствах умершего человека, представленных в их социальном аспекте. Эпитафия – это, прежде всего оценочный жанр, и в этом

плане она «встраивается» в один ряд с некоторыми комментариями, критическими статьями, рецензией.

Контрольные вопросы.

1. Чем же предопределен набор существенных характеристик, позволяющих относить текст к тому
2. или иному жанру?
3. В чем заключается многообразии взаимосвязей, порождающих важные для общества в
4. теоретическом и практическом отношении проблемы и конфликты, а также личности
5. человека?
6. Часто ли обобщение достигает такого уровня, который называется публицистической или
7. художественной типизацией?
8. Для осуществления творческих функций всестороннего социального
9. ориентирования и регулирования аудиторией своей деятельности журналист должен показать
10. социальной компетентности, восстановления духовного равновесия, развлечения?

Литература:

- 1.Ампиров В.А.Современный газетный очерк. Минск.,1972.
- 2.Виленский М.Э . Как написать фельетон? М., 1964.
- 3.Кройчик Л.Е. Современный газетный фельетон. Воронеж,1995.
- 4.Ткачев П.Сатиры злой звенящая струна...(О памфлете). Минск, 2000.
- 5.Черепанов М.С.Работа над очерком. М.,1966.
- 6.Накорякова К.М. Очерки. М. Шканской: К вопросу о методике анализа художественного очерка.
- 7.Холмов М.И. Художественно- публицистические жанры: Очерк, фельетон. Л.,1988.

ТЕСТЫ
ВАРИАНТ № 1

(Выделите правильный ответ варианта в кружочек)

1. Тип журналистского метода, используемый в периодической печати-это
а) репортаж;
б) интервью;
в) заметка;
г) отчет.
2. Наглядно-чувственному изображению фактов в журналистике относится:
а) новость;
б) беседа;
в) репортаж;
г) заметка.
3. Журналистский текст , несущий для аудитории больший объем информации:
а) интервью;
б) новость;
в) отчет;
г) репортаж.
4. Острая фельетонная манера больше комментируется в жанре:
а) публицистике;
б) репортаже;
в) сатирической заметке;
г) отчете.
5. ответы конкретного лица или группы лиц относятся к:
а) репортаж;у
б) фельетон;у
в) заметке;
г) интервью.
6. Жанр по предмету познания, отображения объекта, конкретному назначению и познавательно-воспитательного характера- это
а) информационный жанр;
б) аналитический жанр;
в) жанр-корреспонденция;
г) публицистический жанр.
7. Размышление журналиста над прочитанным, услышанным, увиденным- это
а) рецензия;
б) реплика;
в) комментарий;
г) обозрение.
8. Ответ оппоненту в споре , высказывания действующего лица, удар в информационной борьбе или парирование удара:
а) обозрение;
б) рецензия;
в) реплика;
г) комментарий.
9. Что повествует о незначительном событии, но изображает его зримо, наглядно, ярко:
а) очерк;
б) фельетон;
в) зарисовка;
г) памфлет.
10. В основе – рассказа о человеке, его жизни, мнении:
а) небольшая зарисовка;
б) портретный очерк;

- в) проблемный очерк;
- г) научно-популярный очерк.

ВАРИАНТ № 2

1. Комическую суть отрицательных фактов и явлений в действительности называют:

- а) фельетон;
- б) юмор;
- в) сатирическая заметка;
- г) памфлет.

2. Безобидное, беззлобное выставление людских недостатков и слабостей- это

- а) фельетон;
- б) юмор;
- в) сатира;
- г) басня.

3. Форма дискуссии, которая вызывает большой общественный интерес:

- а) беседа;
- б) интервью;
- в) репортаж;
- г) зарисовка.

4. Факты , сгруппированные журналистом, в соответствии с авторской целью :

- а) комментарий;
- б) обозрение
- в) корреспонденция;
- г) эссе.

5. Результат выступлений в СМИ иногда вызывает неожиданный побочный эффект, не связанный с целями журналиста:

- а) функциональной результативность;
- б) дисфункциональной результативность;
- в) афункциональной результативность;
- г) не функциональной результативность.

6. Прямое или косвенное выражение коренных интересов какой-либо социальной группы- это

- а) пропаганда;
- б) идеология;
- в) политика;
- г) агитация.

7. ИТВ- это

- а) информационные телевидение;
- б) интерактивные телевидение;
- в) интернет телевизионного вещания;
- г) институты телевидения.

8. В каких российских ТВ впервые появилось на экране журналист-ведущий рядом с диктором?

- а) 1970 г. в Москве;
- б) 1981г. в Ленинграде;
- в) 1985 г. в Новосибирске;
- г) 1989 г. в Магадане.

9. В бизнесе СМИ преобладает:

- а) фельетон;
- б) ерничество;
- в) восхваление хама; расцвет “желтой” прессы;
- г) дороговизна изданий.

10. В 1989 году создана телестанция с одним журналистом:

- а) “Аргумент”;
- б) “Взгляд”;
- в) “Факт”;

г) “Глас народа”.

ВАРИАНТ № 3

1. Высший рейтинг и популярность ниженазванных российских типов изданий:

- а) “Аргумент и факты”;
- б) “Известия”;
- в) “Комсомольская правда”;
- г) “Советская Россия”.

2. Журнал “Профиль” позиционирует себя как:

- а) пишущей о политике, внутренних новостей;
- б) в основном о информациях внутри и внешнеполитических событиях;
- в) о влиятельных персонах политики, бизнеса, культуры;
- г) о науке и искусстве.

3. Что заимствовала творческая журналистика из литературного повествования:

- а) жанр;
- б) стиль;
- в) модуль;
- г) живопись.

4. Первая печатная газета:

- а) 1698 г. Ленинградская “Правда”;
- б) 1700 г. “Московский Вестник”;
- в) 1702 г. Петровский “Ведомость”;
- г) 1780 г. Казаньский “Дневник”.

5. Эпоха развития жанров как басня,эпиграмма, памфлет с чем она тесно связано?

- а) публицистической журналистики;
- б) сатирической журналистики;
- в) репортерской журналистики;
- г) аналитической журналистики.

6. Предмет отображения заметки:

- а) решения;
- б) реалий различных сфер жизнедеятельности людей;
- в) оповещение об объективных процессах;
- г) идеалы.

7. Целевая функция репортажа:

- а) включение читателя в переживание события;
- б) события культурной жизни;
- в) мнения;
- г) конкретная ситуация.

8. Метод работы с информацией:

- а) формирование универсальных представлений;
- б) предоставление справочного материала ориентирующего характера;
- в) работа с документальными источниками;
- г) рассказ об этапах жизни умершего со словами прощания и скорби.

9. Предмет отображения художественно- публицистического жанра:

- а) осмеяние или отрицание негативного социального явления с помощью юмора;
- б) идеалы;
- в) психологические методы;
- г) острота.

10. Отклик аналитического жанра:

- а) оценочная трактовка фактов;
- б) прогноз статуса явления;
- в) сопоставление оценок события журналистом и читателем;
- г) действительность в ее сущностных проявлениях.

ВАРИАНТ № 4

1. Кто совмещает литературное редактирование по должностной обязанности с авторской работой?
 - а) сценарист;
 - б) корреспондент;
 - в) редактор;
 - г) ведущий.

2. К какому жанру относится популярная программа “Взгляд” :
 - а) композиционно-аналитическому;
 - б) информационно-развлекательному;
 - в) художественно-телепублицистическому;
 - г) диалога-монологическому.

3. Оперативно-новостной текст в прессе, это.
 - а) заметка во всех ее разновидностях;
 - б) сатирической комментарий;
 - в) социологическое резюме;
 - г) передовая статья.

4. Среди традиционных методов прежде всего выделяют:
 - а) полевое наблюдения;
 - б) систематическое наблюдения;
 - в) метод наблюдения;
 - г) включенное наблюдения.

5. Для повышения степени надежности информации, предлагаются правила:
 - а) необходимо четко различать и регистрировать содержание, формы проявления наблюдаемых событий;
 - б) обличение теневых сторон жизни, фактов;
 - в) активизировать деятельность контрольных инстанций;
 - г) разностороннее обсуждение проблемной ситуации.

6. Комплексность задач, решаемых журналистом на пути к результату творчества:
 - а) формирование личности;
 - б) формирование методов деятельности;
 - в) формирование навыков;
 - г) формирование творческого опыта.

7. Дата биографического метода, который применялся американским социологом В. Томасом:
 - а) 1917 г;
 - б) 1918 год;
 - в) 1920 год;
 - г) 1924 год.

8. Журналист обращаясь к биографическому методу, чаще всего использует:
 - а) лейтмотивное интервью;
 - б) нарративное интервью;
 - в) биографическое интервью;
 - г) открытое интервью.

9. Что появляется раньше—факты или темы?
 - а) происходит по-разному;
 - б) сначала задумывается тема;
 - в) любой факт может стать поводом для исследования;
 - г) тема, предмет описания конкретной ситуации.

10. Редакторская работа журналиста заключается основном:
 - а) в обработке первичного языкового материала;
 - б) в прочтении оригинала без правки;
 - в) в сокращении текста по техническим причинам;
 - г) в поправке стилистических ошибок.

ВАРИАНТ № 5

1. Рисование как проективный метод на свободную тему относится:
 - а) конструктивному;
 - б) импрессивному;
 - в) экспрессивному;
 - г) интерпретативному.

2. Методика, позволяющая вызывать у собеседника различного рода образные представления:
 - а) персонификация;
 - б) свободные ассоциации;
 - в) аналогии;
 - г) моделирование ситуаций и сценарий.

3. Очерк возродится?
 - а) если общество вернется к духовным, истинным ценностям;
 - б) если оперативно освещать сложные проблемы жизни;
 - в) если достичь соответствию запросами массовой аудитории;
 - г) если проявить интерес к аналитической журналистике.

4. В мировой журналистике первые прообразы очерка появились:
 - а) в XX в. в США;
 - б) во XVI в. в Франции;
 - в) в XVIII в. в Англии;
 - г) в XIX в. в России.
5. Ответ, которой не имеет в своей основе никаких логических обоснований и доказательств:
 - а) ложный;
 - б) по существу;
 - в) пространственный;
 - г) тривиальный.

6. Какому виду интервью относится анкета?
 - а) индивидуальному;
 - б) коллективному;
 - в) интервью-зарисовке;
 - г) интервью-диалогу.

7. В своих диалогах великий мастер использовал два приема: синкризу и анкризу:
 - а) Платон;
 - б) Эзоп;
 - в) Сократ;
 - г) Аристотель.

8. Великий творец сатирического диалога:
 - а) Юлиан;
 - б) Паладий;
 - в) Октавиан;
 - г) Лукиан.

9. Кто из российских публицистов использовал форму диалога?
 - а) Достоевский;
 - б) Герцен;
 - в) Белинский;
 - г) Бестужев.

10. Тип диалога, ориентированный на возникновение оригинальной идеи, во время спора:
 - а) риторический;
 - б) эвристический;
 - в) информационный;
 - г) эротематический.

**Правильные варианты ответов
по дисциплине “Информационные жанры СМИ”**

I	II	III	IV	V
в	а	г	в	в
в	б	в	б	б
б	а	а	а	в
в	б	а	в	б
г	г	б	а	а
б	б	б	б	б
а	б	а	в	в
в	в	в	в	г
в	б	б	г	в
б	в	в	б,г	б

Используемая литература

1. Тертычный А.А. Жанры периодической жанры.—Л.,1973.стр.16.Кройчик.Л.Е. Система журналистских жанров (В кн.;Основы творческой деятельности журналиста) под. ред. С.Г.Корконосенко. СПб..2000 г.стр.138-139.
2. Колосов Г.В.,Кройчик Л.Е.,Худаякова Э.А.Корреспонденция –жанр публицистики. Воронеж,1987.стр.11.
3. Бахтин М.М.Эстетика словесного творчества.—М.,-1986.-стр176-177.
4. Ученова В.В. Реклама: палитра жанров.—М.,200г .
5. Палагина Н.Н. Воображение у самого истока (психологические механизмы формирования). Бишкек,1992.стр-7.
6. Парыгин Б.Д. Анатомия общения.—СПб., 1999.—стр28.
7. Павлова л.Г. Спор, дискуссия, полемика.—М.,с. 97.
8. Нестеров И.В. Диалог и монолог как литературоведческие понятия.
9. (Автореф.канд.дис.—М.,с.6—7.
10. Майданова Л.М. Структура и композиция газетного текста (средства выразительного письма).Красноярск,1987.с.136.
11. Лихачев д.С.Поэтика древнерусской литературы.—М.1979с.55.
12. Холмов М.И. Художественно-публистические жанрыгазеты:
13. Очерк,фельетон.—Л.,1988;
14. Накорякова К.М.Очерки М.Шкапской: К вопросу о методике анализахудожественного очерка.
15. Автореф.канд.дис.—М.,1968.;Шур М.О.
16. О проблемах очерка.—Пермь,1964.
17. Беляева Л.И. К вопросу о типологии читателей (Проблемы социологии и психологии чтения). -М..1975. с.150.

