



Светлана Лебедева

ЖАНРЫ ТЕКСТОВОЙ ЖУРНАЛИСТИКИ

Полезные рекомендации

Предисловие

Предлагаемые методические рекомендации выпущены Детско-молодежной общественной организацией юных корреспондентов (Союз юнкоров) Свердловской области в рамках проекта «Медиаграмотность – актуальный тренд». Эта организация занимается медиаобразовательной деятельностью уже больше 20 лет. Данный проект реализуется с использованием гранта Президента Российской Федерации на развитие гражданского общества, предоставленного Фондом президентских грантов.

В программе проекта – проведение в 2021-2022 учебном году мастер-классов, онлайн-лекций, интенсивов и пресс-конференций с профессиональными журналистами, специалистами в области медиа, кино и SMM. Все подробности, календарь мероприятий и контакты можно найти на сайте организации.

Автор методических рекомендаций «Жанры текстовой журналистики» – Светлана Лебедева, кандидат филологических наук, преподаватель факультета журналистики и медиакоммуникаций «Гуманитарного университета», редактор журнала «Класс-Екатеринбург», член правления Детско-молодежной общественной организации юных корреспондентов Свердловской области.

Оглавление

<u>Концептуальные особенности</u>	4
<u>Методы сбора информации</u>	6
<u>Принципы деления журналистских материалов на жанры</u>	6
Информационные жанры	
<u>Заметка</u>	8
<u>Опрос</u>	10
<u>Репортаж</u>	12
Аналитические жанры	
<u>Корреспонденция</u>	14
<u>Интервью</u>	15
<u>Статья</u>	16
<u>Рецензия</u>	17
Художественно-публицистические жанры	
<u>Зарисовка</u>	19
<u>Очерк</u>	20
<u>Эссе</u>	21
<u>Авторская колонка</u>	21

Концептуальные особенности.

Вначале подумать «Зачем?», а потом «Как?»

Печатные школьные издания продолжают оставаться актуальными, несмотря на общее падение интереса к прессе. Однако чтобы быть читаемыми, им следует:

- уйти от новостной повестки как основной (за скоростью сообщений о новостях в официальных группах в соцсетях не угнаться);
- освещать интересные, в том числе, и новостные, события в разных жанрах, предоставляя некоторые подробности о них, комментарии участников и экспертов (то, что не успевают подготовить для новостного сообщения в соцсети);
- чаще писать о явлениях (из нашей общественной и повседневной жизни, они выражаются в подборке, цепочке фактов одного порядка), пытаться разобраться в закономерностях этих явлений;
- рассказывать в разных жанрах о людях, заслуживающих внимания (учащихся, педагогах, родителях, жителях вашего населенного пункта);
- предлагать читателям интересные истории из школьной жизни, из жизни учащихся и педагогов (люди любят читать истории, это неизменно);
- придумывать и разрабатывать в нескольких материалах главную тему номера (некое исследование одного из социальных явлений, актуальных для школьников);
- более разнообразно использовать фотоиллюстрации, делать их качественными (репортажные, сюжетные, портретные, фотопроекты и фотоподборки).

Добавим, что в данном случае мы не рассматриваем вариант литературно-художественного альманаха, который не является журналистским продуктом.

Задумывая выпускать в образовательной организации новое печатное издание или ребрендинг уже существующего (что периодически стоит делать), необходимо, прежде всего, определиться с его концепцией. Иными словами, ответить на вопрос: зачем нужна газета (журнал) в нашей школе?

1. Чтобы писать обо всем, что связано только со школой, учениками, родителями, школьными традициями.
2. Чтобы писать о том, что волнует и интересует школьников, подростков – в школе и за ее пределами.
3. Чтобы прославлять школу и ее учеников-победителей разных конкурсов, постоянно улучшать ее имидж.

Возможны и другие варианты, в частности, продвижение духовных (религиозных) ценностей, но данном случае оставим их в стороне.

В рамках любой из трех предложенных содержательных моделей следует учитывать современные (указанные выше) требования к печатному школьному изданию и его наполнению. В то же время, нужно понимать, что так называемые имиджевые издания (третий вариант), как правило, имеют больше тематических ограничений и менее интересны читателю.



Методы сбора информации

Существует три основных метода сбора (способа получения) информации:

наблюдение (источник – окружающая действительность),
беседа (интервью с героем, экспертами, источник – человек),
изучение документов (вербальных /текстовых источников – любые документы, постановления, законы, указы, грамоты, дипломы, сочинения конкретного человека, стихи, статусы, посты в соцсетях, грамоты, дневник и т.д., а также невербальных источников – видео и аудио).

Для подготовки качественных, информационно наполненных, текстов в любых жанрах автор, как правило, использует все три метода сбора информации. Даже в интервью он может увидеть висящий на стене диплом (использовать метод изучения документов) и попросить героя рассказать подробности его получения или спросить, например, почему герой всегда одевается в одежду ярких цветов (использовать метод наблюдения).

Жанр и формат – разные понятия, четкого определения понятия формат пока нет. Исследователи спорят об этом, но, чаще всего, сходятся в одном: формат – понятие более объемное, в которое может быть включено много факторов (концепция СМИ, аудитория, канал передачи и пр.), определяющих востребованность данного медиапродукта у аудитории.

Принципы деления журналистских материалов на жанры

Выделяют три основных метода отражения действительности в текстах:

- информационные тексты – фактографический метод,
- аналитические тексты – аналитический метод,
- публицистические тексты – образно-художественный метод.

Соответственно особенностям этих методов отражения действительности журналистские текстовые материалы делятся на три большие группы жанров.

Жанр – форма отображения действительности, в которой аудитории предоставляется собранный материал. Жанр определяется совокупностью структурно-композиционных средств, особенностями языка и стиля.

- Информационные жанры: заметка, репортаж, отчет, опрос, зарисовка.
- Аналитические жанры: корреспонденция, интервью, статья, исследование, обзор, рецензия.
- Художественно-публицистические жанры: очерк, эссе, авторская колонка, памфлет, фельетон, пародия.

Их основные различия – в уровне и способах изложения и комментирования информации. Сегодня жестких границ между жанрами нет, можно наблюдать симбиоз жанров в одном тексте или использование разных элементов. Однако стоит знать основные признаки каждого жанра, чтобы умело применять эти знания на практике, экономя время подготовки текстов.

Информационный повод – это

событие (в том числе, и связанное с определенным героем),
факт (новостной или просто интересный),
явление (для аналитических и художественно-публицистических текстов).

Прежде чем выбрать жанр, в котором автор будет писать, стоит понять – о чем или о ком конкретно и что он хочет сказать, какими способами он будет собирать информацию (какие возможности для этого есть), как он будет ее излагать.



Информационные жанры

В информационных жанрах особую роль играет информационный повод. Он должен быть обозначен в самом начале и понятен читателю. Изложение не предполагает лирику, эмоции и красоты, здесь важна суть. Но это не исключает того, что текст может быть интересно написан, насыщен любопытными деталями и комментариями.

Заметка

Информационная (новостная) заметка – один из основных жанров журналистики. Достаточно краткое изложение информации о каком-то событии, факте.

Структура заметки: заголовок (+подзаголовок), лид (вступление), основная часть.

Каждая заметка должна обязательно отвечать на пять вопросов –
Формула 5W + H

Что произошло? (What?)
 Когда произошло? (When?)
 Где произошло? (Where?)
 Кто участник события? (Who?)
 Почему произошло? (Why?)
 Как произошло? (How?)

Чтобы закончить заметку, можно использовать ответ на вопрос Что из этого следует? (то есть, какова перспектива развития события – в следующий раз оно будет таким..., произойдет тогда..., там...)

Основные виды заметок:

- Хроникальная (3-5 предложений, только ответы на базовые вопросы)
- Обычная заметка (возможны некоторые подробности события)
- Развернутая заметка (подробности и комментарии участников, экспертов)
- Заметка-анонс (о событии, которое предстоит, ответы на базовые вопросы, некоторые подробности).

Чтобы привлечь внимание читателя, начать заметку (не хроникальную) можно:

- с интересной цифры, отражающей суть происходящего;
- с цитаты участника (значимого лица);
- с журналистской «картинки» (наблюдения);
- с резюме о событии, вывода из произошедшего.

В заметке всегда употребляют глаголы прошедшего времени!

Не стоит заметку начинать с даты, если она не имеет особого значения!

Не следует в заметке употреблять местоимение «я»!

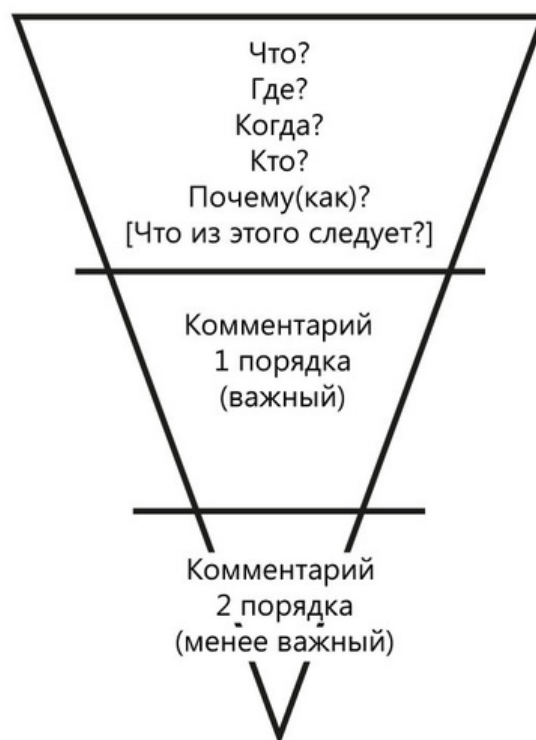
В современном мире существует требование: чтобы материал мог считаться правдивым (а не фэйком), в нем должны быть ссылки на 2 (а лучше 3) источника информации, один из которых – автор, другой – человек, имеющий к событию непосредственное отношение, а также возможен комментарий эксперта по теме или еще одного участника события.

Структура заметки выстраивается по принципу «перевернутой пирамиды»:

Обычная пирамида(сочинения, рефераты)



Перевернутая пирамида(новости)



Вместо комментариев могут быть более важные или менее важные подробности, также они могут быть вставлены между комментариями и в конце текста.

Опрос

Многие исследователи медиа не выделяют опрос как самостоятельный жанр, а лишь как способ получения информации для использования в каком-то тексте. Это частый случай использования результатов опроса.

В реальности он существует как жанр, в школьной и подростковой прессе он востребован. Опрос – жанр для тех, кто делает первые шаги журналистике, это самый простой жанр. Он может проводиться по сети или лично, опубликован без фотографий участников опроса или с их портретами (словесный).

Два основных вида опроса:

Словесный (расширенный, требуется развернутое мнение, задается так называемый «открытый вопрос» – один или два).

Диаграмма (нужна статистика, количество ответов «да/нет/не знаю», задается так называемый «закрытый вопрос» с именно такими вариантами ответов).

В качестве вспомогательного (для какого-то материала) используется чаще второй вид опроса (диаграмма), как самостоятельный жанр обычно используется первый вид опроса (словесный).

В опросе словесном вопрос нужно сформулировать так, чтобы нельзя было ответить «да/нет», а требовался развернутый ответ. В конце текста, содержащего ответы, журналист, как правило, подводит небольшой итог всему сказанному, 2-3 предложения.

В опросе для диаграммы, наоборот, нужно сформулировать вопрос так, чтобы требовалось ответить «да/нет/не знаю». Результаты этих ответов обычно бывают представлены потом в виде различных диаграмм.



Репортаж

Репортаж – это описание события, как правило, с позиции очевидца, поэтапно фиксирующее наблюдения журналиста. Автор обычно использует «эффект присутствия». Допускается отражение некоторой личной позиции автора, которая может передаваться стилистически. Журналист описывает не только основное событие, но и реакцию на него окружающих, и собственные мысли, эмоции по поводу происходящего.

Основные жанрообразующие признаки: наглядность (описывает картинку, звуки, визуальные образы, прозвучавшие фразы), динамичность (описание последовательное, отражено, как элементы события сменяют друг друга), информативность (максимальная насыщенность важными и второстепенными деталями, которые помогают понять суть события).

Выделяют несколько основных видов репортажа:

- Событийный репортаж
- Специальный репортаж, его формы
 - Познавательный репортаж
 - Проблемный репортаж
 - Репортаж-эксперимент (Социальный эксперимент)
 - «Испытано на себе»

Событийный репортаж – описание какого-то интересного и важного события. Изложение происходящего строго последовательное. Стилистические особенности событийного репортажа: использование авторского «я», которое усиливает эффект присутствия автора, употребляются глаголы настоящего времени. Особенно важное внимание уделяется деталям происходящего, читатель как бы видит все глазами автора.

Познавательный репортаж. Этот вид репортажа обусловлен статусом события. В основе – не новостное событие, а имеющее длительную социальную значимость или просто интересное. На первый план выдвигается позиция очевидца, способного интересно рассказать, что и как происходило (происходит обычно). В школе таким может быть, например, репортаж с пищеблока, как готовят с раннего утра детям завтрак и обед.

Проблемный репортаж. Такой репортаж может содержать элементы аналитики, если автор привлекает дополнительные сведения, объясняющие те или иные обстоятельства события. Цель – не только сообщить о событии, сколько вскрыть через его освещение важную проблему. В школе это может быть, например, опоздание учащихся утром на уроки. Последовательная фиксация в один из дней – кто опоздал, их комментарии, статистика, сколько опоздавших каждый день, комментарий завуча, вскрытие проблем – почему опаздывают.

Репортаж-эксперимент (социальный эксперимент). – репортаж с «эффектом включенного наблюдения». Журналист (чаще двое) становится организатором события и описывает его с этой позиции. Цель: определение наличия или отсутствия в данном социуме некоего качества (сострадательность, готовность помочь, дать свой телефон позвонить и т.д.) или его замер. Необходимо заранее продумать место и порядок проведения эксперимента, роли участников. Журналист создает для проведения социального эксперимента специальные условия и наблюдает, как ведут себя люди. Важно это фиксировать на фото или видео. Социальный эксперимент используется тогда, когда иным способом нужную правдивую информацию получить невозможно или очень трудно.

«Испытано на себе». Некоторые исследователи репортаж в такой форме относят также к эксперименту, и это верно, если говорить о том, что методы (способы) сбора информации также нестандартные. Однако «Испытано на себе» («Проверено на себе») отличается от социального эксперимента тем, что тут журналист создает особые условия не для кого-то (окружающих людей), а для себя. Он не придумывает какую-то ситуацию, а себя погружает в уже существующие (вне зависимости от него) условия. Цель: показать, какие особенности у данного вида деятельности (работы или иного процесса), как это сказывается или может сказаться на самих участниках такой деятельности и на окружающих. Данную форму также используют в тех случаях, когда другим способом необходимую информацию, насыщенную деталями, получить трудно или невозможно (в школьном издании можно написать о работе секретаря или библиотекаря, посидев на их месте).

Аналитические жанры

Аналитические жанры журналистики объединяют журналистские произведения, цель которых – проанализировать и разъяснить факты, события и процессы, исследовать причины, обстоятельства и следствия. При изложении информации обязательно используются приемы логики, профессиональные экспертные знания. Необходимо опираться на авторитетные, аргументированные мнения.

Корреспонденция

Корреспонденция близка к репортажу, но объектом отображения выбирает не событие, а ситуацию (или событие, которое порождает ситуацию).

- Информационная корреспонденция (меньше анализа, больше показа ситуации и деталей).
- Аналитическая корреспонденция (должна содержать небольшой, не всесторонний, но все же анализ ситуации, явления, и некоторые выводы из него).

Не обязательно быть на месте события, как в случае с репортажем, можно собрать и проанализировать факты позже.



Интервью

Интервью как жанр представляет собой изложенную в виде журналистского материала беседу журналиста с интересным человеком. Нередко короткие интервью относят и к информационным жанрам, а очень большие и подробные – к публицистическим. Интервью, которые публикуются в школьной прессе, чаще всего можно отнести именно к аналитическим жанрам.

Чаще всего интервью публикуется в форме вопросов и ответов, но это не просто расшифровка беседы. Журналист обязательно обрабатывает запись, выстраивает логику вопросов, избегает повторов. Важно переработать устную беседу в письменный текст, сохранив при этом стилистические, личностные особенности собеседника.

Но главное – подготовить интересные вопросы и разговаривать собеседника. При этом статус собеседника должен соответствовать статусу СМИ, например, второклассник, если он не какая-то известная личность или победитель масштабного конкурса, а просто хорошо учится, вряд ли будет интересным героем интервью для общешкольного издания, лучше сделать о нем заметку или зарисовку.

Интервью можно разделить на группы на основе формы подачи и на основе тематики.

Разделение интервью на основе формы подачи:

- интервью-диалог, в тексте – и вопросы, которые задавал журналист, и расшифрованные ответы;
- интервью-монолог, текст не разделен на вопросы журналиста и ответы интервьюируемого, ответы подаются как один большой текст, разделенный на абзацы, а вопросы подразумеваются, чаще всего, это интервью с экспертом по конкретному поводу, проблеме;
- интервью-беседа, журналист наравне с собеседником, он хорошо подготовлен, он «в теме», задает толковые вопросы, имеет интересные суждения по данному поводу, но его реплики должны быть ограничены по объему;

- коллективное интервью, ответы нескольких людей на вопросы журналиста, например, музыкантов из одного коллектива.
- блиц-интервью, обычно берут по оперативному поводу или на мероприятии, если в издании есть такая рубрика, то вопросы в ней могут быть одинаковыми для разных героев и материалов, опубликованных в разных номерах.

Разделить интервью на основе темы можно на много групп, но основных две: проблемное интервью и портретное интервью.

Проблемное интервью: существует некая проблема (актуальная тема), по поводу которой нужно взять интервью у эксперта, человека, разбирающегося в ней. Идет поиск такого человека, эксперта.

Портретное интервью: существует интересный человек, о котором аудитория желает узнать некие подробности, его взгляды на что-то. Тут важно – договориться с ним на интервью, а затем установить контакт в ходе беседы, чтобы ответы были искренними и полными.

Статья

Статья – один из самых распространенных жанров аналитической журналистики, словом «статья» иногда называют любой текст.

В статье, если говорить о жанре журналистики, автор исследует предмет, о котором идет речь, анализирует причины и следствия, опираясь на факты и выстраивая строгую логику. Он привлекает как можно больше источников (хотя не все они могут находить отражение в тексте), чтобы каждый его вывод и суждение были глубоко обоснованными.

По объему статья – достаточно крупный жанр, в газете она может быть 10 тыс. знаков, в журнале 30 тыс. знаков и больше.

Важно: в статье предметом отображения становится проблема, имеющая высокую общественную значимость. Автор разбивает проблему на составные части, анализирует их во взаимосвязи. Это похоже на некое расследование, касающееся проблемы. Главное здесь не сами факты, а обобщающие выводы.

Виды статей:

- Проблемная статья. Автор ставит проблему, изыскивает факты, иллюстрирующие эту проблему, анализирует их, привлекает экспертные мнения, делает выводы.
- Передовая статья. В ней редакция анализирует актуальную проблему и демонстрирует отношение к ней.
- Научная или научно-популярная статья. Посвящена проблемам науки либо использует научный или научно-популярный метод для анализа значимых проблем. Чаще всего это проблемы экологии, демографии, политики, социологии и т.д.
- Пропагандистская статья. Призвана оказать на людей воздействие с целью распространения определенных идей – политических, экономических, здорового образа жизни.

К жанру статьи чаще всего можно отнести журналистское расследование (жанр журналистского творчества, связанный с детективным исследованием проблемы с целью последующей публичной огласки), а также обзор – информирование о наборе событий или явлений, связанных между собой.

Рецензия

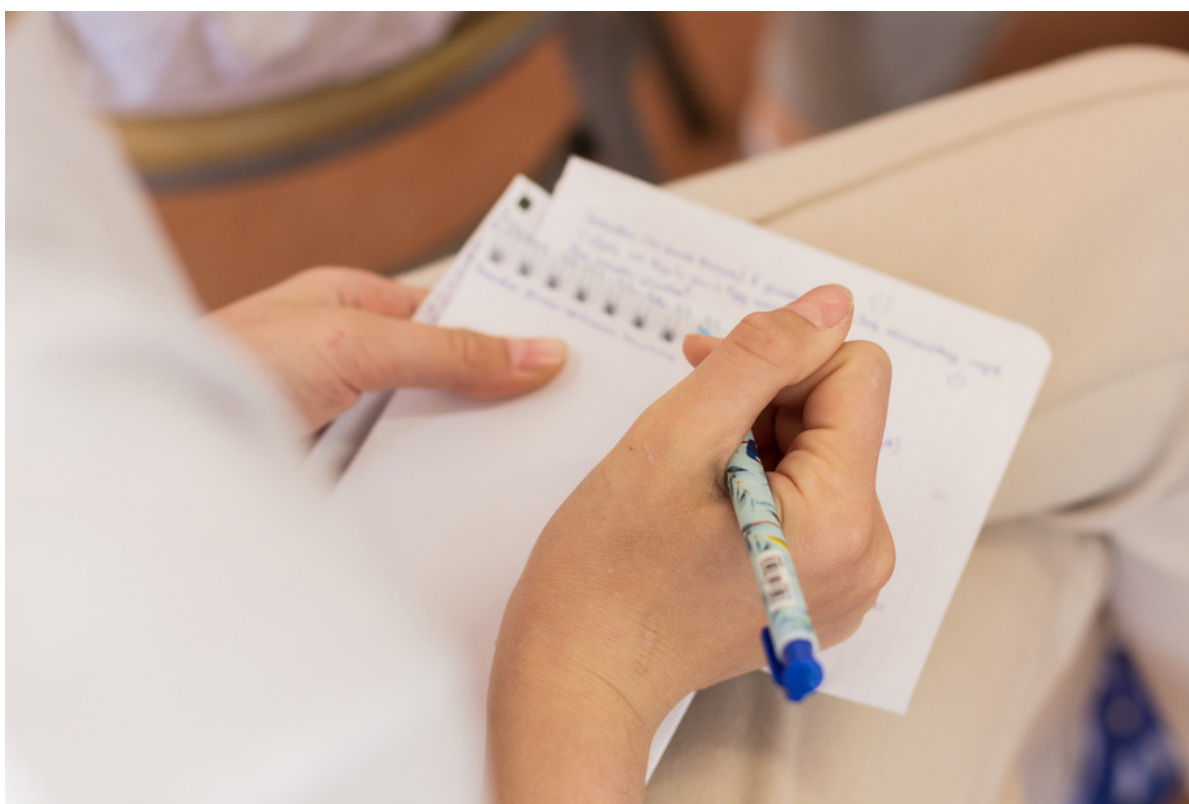
Рецензия – аналитический жанр, посвященный критическому разбору художественного или научного произведения, художественной, общественно-политической или технической литературы, кинофильмов, театральных постановок, телепередач, выставок, концертов и т.д.

Рецензия имеет дело с «отраженной действительностью», так как в качестве объекта исследования – другое произведение, другой информационный продукт, и посвящена исключительно его анализу. В рецензии нужно проанализировать качество этого отражения автором, оценить адекватность отражения, художественный или научный замысел, художественное или научное значение произведения, фильма, концерта, выставки и т.п..

- Литературная рецензия
- Научная рецензия
- Театральная рецензия
- Кинорецензия
- Рецензия на культурное мероприятие

Рецензия – это всегда отзыв, составляемый после ознакомления с произведением.

В любой рецензии должны присутствовать три основных компонента: анализ, интерпретация (написанного, увиденного), оценка.



Художественно-публицистические жанры

Публицистика – род журналистского и литературного творчества, цель которого – освещение актуальных, злободневных общественно-политических и нравственных вопросов; публицисты используют журналистские приемы информационного описания и анализа, а также и литературные приемы образно-художественной типизации.

Для публицистики характерно выражение автором своей позиции, та или иная степень экспрессии, присутствие авторского «я».

Суть приема типизации: в частных, но наиболее ярких проявлениях действительности (фактах, событиях, персонажах, ситуациях, конфликтах) попытаться увидеть типическое, общее, злободневное в масштабах всего общества. Типичное может проявляться в чем-то обыденном, но значимом, что автор должен заметить и вскрыть. Или, напротив, это может быть неординарный человек, яркое событие, которых автор описывает и предлагает свое суждение об этом, влияющее на формирование общественного мнения по данному поводу.

Художественно-публицистические жанры, которые используются в школьных СМИ:

- зарисовка;
- очерк;
- авторская колонка;
- эссе.

К художественно-публицистическим жанрам относят также: памфлет, публицистическую сказку, фельетон, сатирический комментарий, эпиграмму, афоризм, пародия. Но встречаются в школьных изданиях они очень редко.

Зарисовка

Зарисовка занимает пограничное место между информационными и художественно-публицистическими жанрами. Разные исследователи ее относят к разным группам жанров. Без сомнения, в ней присутствуют черты публицистики, нередко ее называют малой формой очерка.

Основные виды зарисовок:

Пейзажная зарисовка. Яркие, тонкие, небанальные наблюдения за природой, личное мнение – через эмоции; авторское «я» использовать осторожно.

Социальная (социографическая) зарисовка

- 1) какой-то яркий, характерный бытовой случай, эпизод: его детали, подробности, прямая речь участников, его осмысление автором («такой народ не победить»);
- 2) жизненный уклад какого-то этноса, представителей религии, субкультуры: наблюдения, особенности, прямая речь героев, выводы автора.

Портретная зарисовка

Для сбора информации о герое зарисовки использовать все три метода: беседа, наблюдение, работа с документами.

Если сравнить очерк с картиной, то зарисовку можно уподобить эскизу к этой картине. Необходимо, чтобы была узнаваемость героя. Не нужно навязывать свое мнение о герое, давать ему прямые оценки, еще не предоставив фактов. Желательно, чтобы в тексте была его прямая речь.

Зарисовку можно начать с интересного факта из жизни героя; с цитаты его или о нем; с интересной цифры; с картинки-наблюдения.

Очерк

В очерке поднимаются актуальные вопросы современности в единстве объективных и субъективных факторов, отраженных через призму личного отношения автора. В нем должны сочетаться логика, анализ фактов и событий с эмоционально-образным способом подачи информации.

Виды очерков:

Путевой очерк. Вводится собственное «я» рассказчика, от его имени ведется рассказ, но в центре не он сам, а социальные особенности и проблемы, встреченные им в пути.

Проблемный очерк. Через героев, их действия в определенных ситуациях автор показывает проблему, образно, наглядно, и формируют отношение к ней.

Портретный очерк. Главное в нем – герой и его судьба. Автор стремится раскрыть личность, показать значение его натуры, сформировать оценку общественности по отношению к данному человеку.

Эссе

Эссе – интеллектуальная зарисовка, выражает индивидуальные впечатления автора, возникшие в ходе размышлений на какую-то тему. Эссе не претендует на законченность и полноту философского размышления, это наброски, они призваны передать оригинальные мысли автора.

Предметом эссе может быть что угодно, в том числе, исторические события и современные, сезонные особенности погоды и состояния человека и т.д. Размышление всегда будет претендовать на некоторое извлечение значимости из отображаемого объекта.

Автор выступает в роли своеобразного гида в путешествии по новым смыслам всем известных вещей, ситуаций, тем.

Стиль – образность, подвижность ассоциаций, отсутствие жесткой композиции, сокровенная разговорная интонация, иногда нарочитая парадоксальность суждений.

Авторская колонка

Авторская колонка – разновидность эссе. Важна личность автора колонки, аудиторию привлекают суждения известных людей и авторитетов (в данном социуме), даже не важно, по какому поводу.

Колонка – подчеркнуто субъективное мнение, яркий, возможно, необычный взгляд автора на выбранную им тему.

В отличие от обычного эссе, которое может быть «обо всем и ни о чем», предмет рассуждения в колонке должен быть предельно ясен, и должно быть понятно отношение автора к этому предмету.

Эссе и авторская колонка стали востребованными в связи с развитием блогерства. Многие тексты в блогах можно, так или иначе, отнести именно к этим жанрам, которые авторы используют интуитивно, часто – вполне успешно, порой даже не зная их особенностей.