

ЖАНРЫ ЖУРНАЛИСТИКИ

Наталья Валерьевна Кодола, к.п.н.,
доцент кафедры журналистики и
медиакоммуникаций МПГУ

Для аналитических жанров характерно:

- - Отображение внутренней связи выступлений;
- - показ взаимосвязей тех или иных оценок, суждений, выводов, предложений и так далее;
- - оценка явлений, событий, суждений;
- - формулировка выводов.

Статья. Характеристика жанра.

- Статья – требует широты охвата действительности, анализа множественности систематизируемых факторов, масштабности обобщений и выводов. Интерпретация фактов базируется на развитости содержания и богатстве выразительных средств.

Виды статьи:

- – Общеисследовательская,
- – Полемическая,
- – Практико-аналитическая.

Выделяют следующие разновидности рассуждения:

1) **собственно рассуждение**: наиболее последовательно выражает причинно-следственные отношения между суждениями: от причины (основания) к следствию (тезису); функция – оформить выводение нового знания, продемонстрировать ход авторской мысли, путь решения проблемы.

2) **доказательство**: соответствует вопросу «Действительно ли это так?»; функция – установить истинность тезиса.

3) **подтверждение**: функция – установить достоверность высказанного положения посредством подкрепления его фактами.

4) **обоснование**: соответствует вопросу «Действительно ли это нужно, целесообразно?».

5) **объяснение**: функция – раскрыть причины реальных явлений.

Логические ошибки.

1) **Поспешное обобщение** – происходит тогда, когда человек делает выводы из слишком малого количества фактов («Все мужчины подлецы»). В основе этой логической ошибки – нарушение закона достаточного основания.

2) **Non sequitur** (от лат. «не следует») – необоснованность выводов из внешне подходящих фактов. Например: *«Билла не было дома почти каждый вечер на протяжении последних двух недель. Кто он?»*. Эти вечерние экскурсии, как бы много их ни было, не указывают ни на какой конкретный вывод. Билл мог заниматься чем угодно и ходить куда угодно...

3) **Стереотипное изображение** («наклеивание ярлыков») –

приписывание одной или нескольких предполагаемых характеристик группе или одному из её членов. Типичными стереотипами являются *«Латиноамериканцы – лучшие любовники»*, *«Блондинкам живётся веселее»*. Стереотипное изображение расовых, религиозных, этнических или национальных групп может разрушить аргументацию.

4) **Подтасовка** – предоставление только части имеющихся фактов по данной теме, пропуск важной информации, которая может существенно изменить картину. *«У студентов очень легкая жизнь; они ходят на занятия всего 12 или 16 часов в неделю»*. Это утверждение игнорирует те многие часы, которые студенты должны потратить на изучение обязательной литературы, выполнение домашних заданий, написание конспектов, курсовых и т. п.

5) «Или – или» – базируется на утверждении, что существуют только два варианта выбора, когда на самом деле вариантов несколько. Продавец, который хочет, чтобы вы купили зимние шины, может заявить: *«Или вы купите эти шины, или готовьтесь не раз потолкать свою машину зимой»*. А если вы будете ездить на общественном транспорте, когда идёт снег? А если выпадет мало снега? А если вы купите радиальные шины для круглогодичного использования?

6) **Предвосхищение основания** – недоказанное суждение объявляется истиной. Вот пример: «Витамин А опасен для вашего здоровья, и все баночки должны иметь предупредительную маркировку. Если достаточно много людей напишет об этом в Управление по санитарному надзору за качеством пищевых продуктов и медикаментов, мы сможем добиться маркировки, которая нам нужна».

В этом отрывке не предложено ни одного факта, обосновывающего утверждение о вреде витамина А.

7) **«Порочный круг»** («замкнутый круг») – адресант поддерживает некую позицию, просто перефразируя её. Например, утверждение *«Иванов – отличный руководитель, потому что он эффективно управляет фирмой»* говорит, по сути, что *«нечто существует, потому что нечто существует»*. Повторение заменяет факты.

8) **Argumentum ad hominem** (аргумент «к человеку») – «аргументация, относящаяся не к сути проблемы, а к недостаткам оппонента как человека», или короче – «переход на личности». Пример: *«Иванов не заслуживает назначения на должность менеджера по персоналу. Он запятнал себя разводом, и он постоянно пишет письма в газеты»*.

9) **Вина по ассоциации** («введение в отрицательно оцениваемый контекст / ассоциативный ряд») – данная логическая ошибка указывает на какое-либо сходство или какую-либо связь между одним человеком или группой и другим человеком или группой. В итоге первым приписываются «грехи» (или достоинства), реальные или вымышленные, вторых.

10) **Post hoc, ergo propter hoc** (лат. фраза, означающая «после этого, значит, по причине этого») – ошибочное указание на причинные отношения между событиями, которые соположены во времени, следуют одно за другим. Например: *«Если чёрная кошка перебежит вам дорогу, у вас будет несчастье»*.

11) **Эллиптические сравнения** – логическая ошибка, основанная на пропуске одного из объектов сравнения. Как отмечает Ричард Харрис, «сравнительные прилагательные или наречия включают своего рода стандарт, с которым что-то сравнивается. Когда в рекламе просто говорится, что продукт даёт больше, это утверждение выглядит довольно туманно, потому что мы не знаем, с чем его сравнивают («больше, чем что?»): *Автомобиль «Нептун» даст тебе больше; Эти мюсли содержат больше витамина С; Порошок «Пауэр» лучше отстирывает»*.

Основной текст статьи

(рекомендации М. Григоряна):

- 1) Текст должен быть выстроен логично (этой рекомендации посвящено изучение аргументирующей речи;
- 2) использование цитат является важным аспектом техники письма;
- 3) использование прилагательных и причастий создает ритм текста. Чем больше прилагательных, тем медленнее развитие текста. Текст, насыщенный существительными и глаголами, развивается быстро и ясно;
- 4) избегайте употребления штампов (или клише) – они обедняют речь;
- 5) проще, проще, проще (журналист рекомендует не упускать из вида ориентацию на массового читателя, а не на «узкого специалиста», поэтому не нужно использовать малопонятные термины, сложные и длинные предложения).

В заключении последним аккордом может быть:

- 1) возврат к началу статьи;
- 2) яркая цитата;
- 3) риторический вопрос, который «повисает» в воздухе и заставляет читателя думать над темой статьи ещё долго, после того как она прочитана. Однако этот приём нужно применять крайне осторожно, поскольку здесь очень легко сбиться на банальность.

Примерная структура аналитической статьи:

1. Прямой лид, часто результирующий. Коротко сообщает, что произошло

Лид, как правило, отвечает на вопросы «кто» и «что», но ответ на вопрос «когда» тоже очень важен для статей такого типа. Поэтому указание на время, когда произошло событие, должно присутствовать либо в лиде, либо в следующих одном-двух абзацах. Ответ на вопрос «где» также дается в самом начале статьи.

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

Этому помогает цитата во втором абзаце.

3. Суть события

Ей можно посвятить 2–4 абзаца.

4. Предыстория события

Дается, если есть необходимость.

5. В чём достоинства и недостатки события, или какое развитие оно предполагает

Здесь важно следить за балансом и подтверждать мнения цитатами.

6. Заключение

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

Как написать аналитическую статью.

Как написать трендовую статью.

- ✓ Находим тренд, который другие не заметили.
- ✓ Находим примеры. Иллюстрирующие тренд.
- ✓ Подтверждаем тренд статистикой.
- ✓ Начинаем текст с примера.
- ✓ Объявляем тренд и подкрепляем статистикой или пояснением эксперта.
- ✓ Чередуем примеры и обобщения.
- ✓ Заканчиваем новым поворотом темы.

Рецензия. Характеристика жанра.

- **Рецензия** – жанр, основу которого составляет критический отзыв о произведении художественной литературы, искусства, науки, журналистики и т.п.

Тематика рецензий:

- – Кинорецензия,
- – Театральная рецензия,
- – Литературная рецензия,
- – Рецензии на мультипликационные и неигровые фильмы,
- – Телерецензия,
- – Рецензия на музыкальные альбомы и клипы, концерты,
- – Рецензия на рекламные ролики,
- – Рецензия на выставки,
- – Рецензия на игры.

Можно выделить следующие жанровые признаки рецензии:

- информация об отдельном произведении;
- характеристика и оценка произведения;
- анализ содержания и формы;
- определение места произведения в литературном процессе;
- привлечение внимания читателя к произведению.

Структурно необходимые компоненты

рецензии:

- информация о произведении;
- интерпретация художественного явления;
- общая оценка произведения;
- анализ содержания и формы произведения;
- оценка-характеристика;
- представление произведения читателю.

Обязательными структурными элементами рецензии являются:

- сообщение о произведении искусства (автор, название, место и время создания и публикации);
- общая характеристика-оценка произведения (с привлечением пересказа и комментария сюжета, описания кульминационного момента, цитирования и др. приёмов);
- анализ содержания и формы произведения;
- определение места произведения в творчестве автора или литературном процессе в целом;
- привлечение внимания читателя (зрителя, слушателя) к рецензируемому произведению.

Приёмы, с помощью которых создаётся образ персонажа и одновременно выражается авторское отношение к нему:

- характеристика героя через его действия и поступки;
- прямая авторская характеристика;
- портрет героя;
- описание «среды обитания» героя, вещей, которые его окружают, комнат, в которых он живёт, и т.п.;
- психологический анализ – подробное и глубокое воспроизведение внутреннего мира персонажа, его чувств, мыслей, побуждений и т.п.;
- характеристика героя другими действующими лицами произведения;
- фантастика, т.е. нечто заведомо неправдоподобное, невозможное в реальной жизни;
- пейзаж;
- художественная деталь.

Виды рецензий:

- – Мини-рецензия,
- – Миди-рецензия,
- – Гранд-рецензия.

Обзор СМИ. Эксперимент. Письмо. Характеристика жанров.

- **Обзор СМИ** – изучение особенностей публикаций, литературной, творческой деятельности изданий, теле- и радиопрограмм или способ знакомства аудитории с публикациями с целью дать представление об их содержании, форме.

Отличительные особенности жанра Обзор СМИ:

- – Анализ,
- – Аргументированность,
- – Объективность,
- – Сравнение,
- – Сопоставление.

Виды обзоров СМИ:

- **Обзор-презентация** – рецензирует издание в целом: анализируются жанры, тематическое разнообразие, литературный уровень материалов.
- **Тематический обзор** – предназначен для освещения определенной темы в различных СМИ.
- **Безадресный обзор** – рассматриваются ода и более актуальных тем, обсуждаемых прессой, однако, не ссылаются на обозреваемые СМИ. Автору важно проследить как СМИ в целом обсуждают ту или иную тему.

Обозрение. Характеристика жанра.

- **Обозрение** – жанр, который знакомит читателей с важнейшими событиями жизни страны, области, города, предприятия за определенный период (неделю, месяц).

Отличительные особенности жанра Обозрение:

- – Рассмотрение и интерпретация фактов,
- – Панорама происшедших событий,
- – Выявление внутренней закономерности,
- – Эффект наглядности.

Виды обозрения:

- Газетное,
- Журнальное,
- Книжное;
- Общее,
- Тематическое,
- Экономическое,
- Научное,
- Внутреннее,
- Внешнеполитическое,
- Международное,
- Кинообозрение,
- Спортивное,
- Музыкальное