

НОВЫЕ ФОРМЫ АВТОРСКОЙ ЖУРНАЛИСТИКИ В СОВРЕМЕННЫХ ИЗДАНИЯХ

Шумейкина М. Н.

Тамбовский государственный университет имени Г.Р. Державина

mariya.shumejkina@mail.ru

Средства массовой информации, в частности газеты, продолжают участвовать в формировании картины мира у аудитории. Большую роль в этом играют беспристрастные и объективные новости о событиях. В то же время нельзя переоценить и значение авторской журналистики. Когда человек самостоятельно изучил обстановку, благодаря новостным материалам, и сформировал свое собственное отношение к событиям, ему может быть полезно узнать другую, возможно, альтернативную точку зрения. Она позволит ему посмотреть на факты под другим углом или же еще больше укрепит его личную позицию.

Колумнистика, так же, как и новостная журналистика, является неотъемлемой частью современного медиапространства. На наш взгляд, она становится все более ценной и является признаком качественной прессы. Доказательством тому – газеты «The New York Times», «The Washington Post», «The Wall Street Journal» в Америке, «The Times», «The Independent», «The Guardian» в Великобритании. Эти газеты считаются старейшими СМИ и, в то же время, имеют большой потенциал массового влияния. И именно они уделяют большое внимание колумнистике и журналистике мнений.

Появление интернета и новых информационных технологий заставляют СМИ изменяться, искать новые формы взаимодействия с аудиторией. Подобные тенденции коснулись и авторской журналистики. Во многом она сохранила свои традиционные черты, но в некоторых изданиях все же трансформировалась и стала более интересной.

Что такое колумнистика? Это понятие смежно с авторской журналистикой и журналистикой мнений. Термин «колонка» является переводом на русский язык от английского слова «column». В практике российских СМИ этот термин был консолидирован сравнительно недавно, в досоветские времена [Ким М.Н., с. 335]. В рамках этой модели было принято довольно строгое, в том числе формальное, внешнее разделение «журналистики фактов» и «журналистика мнений», в результате чего было выделено издание специальных страниц и рубрик для авторской журналистики [Лазутина, 319].

Исследователь С.С. Успенская называет колумнистикой «короткий газетный или журнальный материал, посвященный какому-то узкому кругу интересов или обстоятельствам в широком смысле слова, написанный ясно и лаконично, имеющий объем в 350-500 слов и появляющийся регулярно (ежедневно, еженедельно и т.д.) с обязательным указанием имени автора» [Успенская, 241].

С.С. Ярцева видит основную функцию колонки в «демонстрации точки зрения субъекта социальной практики в связи с возникшей ситуацией с целью обратить внимание аудитории не только на саму ситуацию, но и на характер ее оценки» [Ярцева, 227]. С.А. Михайлов считает колумнистику «атрибутом качественной прессы, которая оказывает свое влияние на общество информированностью, аналитичностью, способностью предвидеть будущее, а не громадными тиражами» [Михайлов]. Он также обращает внимание на то, что «колонка должна содержать лишь одну точку зрения, характеризоваться своим «голосом», стилем».

Ю.А. Гордеев выделяет особенности и признаки колонки, наиболее важными среди которых, на наш взгляд, являются следующие:

- определенная частота появления в издании;
- постоянное место в номере (конкретная страница и конкретное место на странице);
- точно заданный объем текста;

– отражение не только определённого фрагмента действительности, но и его личностного восприятия автором – мнения автора о нём, переживаний автора по его поводу;

– свободное выражение индивидуальной позиции автора, даже если она не согласуется с позицией редакции (хотя ограничения всё же будут, поскольку редакция выбирает колумнистов не только по популярности или компетентности в какой-либо сфере);

– оснащение публикации визуальными указателями на авторский характер материала (портрет автора, подпись в заголовочном комплексе, пометка о том, что мнение автора может не совпадать с позицией редакции СМИ) [Гордеев, 137-138].

Вышеперечисленные черты авторской журналистики можно назвать привычными и традиционными для журналистики. Ими обладает концепция «Op-Ed Columnists» (opposite to the editorial – напротив редакции) в газете «The New York Times». В то же время, в этом издании нашли место и новые формы колумнистики. Рассмотрим и те, и другие.

Материалы колумнистов можно найти в рубрике «Opinion» («Мнения»). Кроме нее там находится редакционная коллегия «Editorials», материалы которой выходят с пометкой «Editorial Board». Есть так же подрубрика «Op-Ed contributors», которая является общим разделом: в ней находятся материалы и простых сотрудников газеты, и материалы из раздела колумнистов.

В газетах рубрика «Opinion» делится на три части (три полосы). Она начинается со статей сотрудников издания. Их колонки не имеют каких-то особых черт в плане оформления. Вторая полоса содержит редакционные материалы. Ее мы можем распознать по списку работников редакции, который располагается в углу под колонтитолом. Материал редакции отделяется не только окошком со списком редакторов, но и другим шрифтом и шириной текста. И завершают рубрику «Opinion» статьи колумнистов. Они выделяются гораздо больше. Над каждым материалом находится маленькая фотография. Таким образом, здесь появляется персонификация [The New York Times, 12]. Иногда под материалами, может находиться небольшая справочная информация о его авторе. В основном указывают род деятельности и достижения.

Еще больше персонификации на сайте «The New York Times». Там у каждого колумниста, кроме фотографии, присутствует подробное описание его места в газете, сферы интересов, достижений и профессионального пути. Кроме этого, здесь размещены контактные данные авторов, ссылки в социальных сетях. Колонки выходят точной периодичностью и в определенные дни недели, чаще всего по четвергам и воскресеньям.

В своих статьях колумнисты не просто описывают события, но и дают им субъективную оценку. Они чаще всего ведут повествование от первого лица и выражают свои мысли более свободно.

Мы рассмотрели, как в газете представлены традиционные для журналистики черты колумнистики. Обратимся к более современным. Помимо стандартного варианта колонки, в газете «The New York Times» публикуются необычные форматы авторской журналистики. Любопытно, что иногда колумнисты выпускают совместные статьи. В таких материалах авторы на протяжении всей колонки делятся друг с другом мнением, основанном на личном опыте и наблюдениях. Они могут, как соглашаться друг с другом, так и спорить. Приведем конкретный пример. Гейл Коллинз и Брет Стивенс выпустили статью под названием «The Kids Aren't All Right» (С детьми не все в порядке). В ней обсуждался коррупционный скандал, связанный с престижными вузами Америки, когда полиция США раскрыла схему поступления в университет за крупную взятку. Статья представляет собой крайне интересный формат и поделена на реплики: Гейл Коллинз и Брет Стивенс будто вживую ведут разговор друг с другом, а читатели наблюдают за ним со стороны. Вот так, например, начинается статья: «Гейл Коллинз: Брет, как всегда, нам есть о чем поговорить. Массовая стрельба в Новой Зеландии, конечно. Но, возможно, мы

можем начать с чего-то менее болезненного. Все обсуждают скандал при поступлении в колледж. Что вы выберете?» [The Kids Aren't All Right].

В статье колумнисты не останавливаются на обсуждении одной темы. На протяжении диалога они переходят с одного события на другое: «Но давайте обратимся к ужасной атаке в Новой Зеландии. Одна вещь, которая поразила меня...» [The Kids Aren't All Right].

В материале авторы также делятся своим субъективным мнением, которое часто может не совпадать. Но каждый из оппонентов уважает позицию другого.

Подобную возможность дает и другой, не менее интересный раздел в рубрике «Opinion», имеющий название «The Argument» (аргумент). Как написано в описании раздела, в его материалах рассказывается «о том, что происходит, но не о том, что с этим делать. Каждую неделю колумнисты «The New York Times» «Opinion» Росс Дутат, Мишель Голдберг и Дэвид Леонхардт объясняют аргументы с каждой стороны политического спектра, чтобы читатели могли решить, на какой стороне они находятся и как убедить в ней оппозицию».

Материалы «The Argument» представляют собой подкасты. Подкаст (от английского «podcast») – это вид социального сервиса Интернета нового поколения, позволяющий пользователям сети Интернет прослушивать, просматривать, создавать и распространять аудио- и видеопередачи во всемирной сети. В отличие от обычного телевидения или радио подкаст позволяет прослушивать аудиофайлы и просматривать видеопередачи не в прямом эфире, а в любое удобное для пользователя время [Соломатина]. Прослушать подкасты «The Argument» можно не только на сайте газеты, но и в iTunes, GooglePlay, Spotify, Stitcher.

Большой интерес представляет то, как подкаст оформлен на сайте газеты. Вверху размещен сам аудиофайл. Под ним располагается его краткое содержание. Далее представлены фотографии-иконки и информация о каждом участнике дискуссии. Причем каждый рассказывает о себе сам. Именно, то, что считает важным. Они говорят о своей карьере, предпочтениях, политических взглядах. На наш взгляд, эта информация полезна для аудитории. Во-первых, она позволяет обосновать, почему люди должны слушать этот подкаст, чем интересны его авторы и вещи, о которых они говорят. Во-вторых, слушателю легче разобраться в диалоге и понять каждого из говорящих, когда он знает, об их политических и жизненных убеждениях. В-третьих, слушатель может выбрать говорящего, транслирующего его собственные взгляды, тогда ему будет гораздо интереснее наблюдать за беседой, слушать, слушать аргументы и сопоставлять их со своей точкой зрения.

Сейчас основная аудитория газет сосредоточена, в основном, в интернете, где помимо прессы, есть еще множество других информационных площадок. Чтобы сохранить аудиторию, газеты ищут новые способы взаимодействия с читателями, создают оригинальные форматы. Так как колонки обозревателей «The New York Times» пользуются высокой популярностью, они модернизируются и видоизменяются. Информация становится интереснее и разнообразнее, а ее подача более привлекательной. Но хочется отметить, что, несмотря на это, газеты уделяют большее внимание именно содержанию материалов. Ведь без качественного наполнения, даже самая оригинальная форма не удержит читателей. Поэтому каждый колумнист газеты имеет большой опыт работы, компетентен в своем направлении и хорошо ориентируется в глобальной обстановке. Он имеет признание и уважение аудитории газеты и ее работников. Статьи именно таких авторов, оформленные современно, могут стать хорошим примером авторской журналистики, которая будет являться признаком качественной прессы.

Список литературы

1. *Ким М.Н.* Жанры современной журналистики. – СПб.: Издательство Михайлова В.А., 2014.

2. *Лазутина Г.В.* Жанры журналистского творчества: учеб. пособие. – М.: Аспект Пресс, 2012.
3. *Успенская С.С.* Колумнистика: проблемы жанровой идентификации // Вестник ВГУ. – 2007. – № 1.
4. *Ярцева С.С.* Жанровые признаки колонки // Вестник ВГУ. – 2011. – № 1.
5. *Михайлов С.А.* Журналистика Соединенных Штатов Америки. – СПб.: Изд. Михайлова В.А., 2004.
5. *Гордеев Ю.А.* Колумнистика в печатных интернет-изданиях: жанровый аспект // Вестник ВГУ. – Серия: Филология. Журналистика. – 2015. – № 3. – С. 136-139.
6. The New York Times. 2019. 22.02. № 42280
7. The Kids Aren't All Right // The New York Times. March 19, 2019. – URL: <https://www.nytimes.com/2019/03/19/opinion/college-scandal-massacre-guns.html> (дата обращения 14.04.2019).
8. *Соломатина А.Г.* Учебные подкасты как средство развития умений говорения и аудирования учащихся // Вестник ТГУ. – 2011. – №3. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/uchebnye-podkasty-kak-sredstvo-razvitiya-umeniy-govoreniya-i-audirovaniya-uchaschihsya> (дата обращения: 10.04.2019).