

УДК 654.197:070.431 + 070.11

И. В. Зиновьев
И. С. Шутько

КТО И ЧТО СТОИТ ЗА СЕНДАПОМ В РЕГИОНАЛЬНЫХ ТЕЛЕНОВОСТЯХ?

В статье дается обзор современных теленовостей и рассмотрены теоретические основы телевизионного сендапа. Представлены особенности работы репортеров телеканала «41-Домашний» (Екатеринбург).

Ключевые слова: современные региональные теленовости; репортаж; сендап; телеканал «41-Домашний» в Екатеринбурге.

В советское время большинство репортеров и не мечтали о появлении в кадре. На современных отечественных телеканалах мы видим тенденцию противоположную — в одном репортаже может быть несколько сендапов (от англ. *stand up* — стойка). Не случайно в исследовательских работах последних лет все чаще стали обсуждать именно сендап.

Б. Д. Гаймакова рассматривает сендап как одну из форм выступления [9]. Г. В. Кузнецов приводит классификацию сендапа по его местонахождению в репортаже [6]. Н. В. Зверева дает начинающим репортерам практические советы по записи сендапа [4]. В отличие от отечественных западные исследователи упор делают на практику. В качестве примеров назовем Бриджит Бесс и Дидье Дезормо [1], а также Ли Худ [16]. Однако, на наш взгляд, сендап до сих пор как следует не изучен, поскольку авторы расходятся во мнении, *что* именно нужно называть сендапом. Мы постарались обобщить самые разные точки зрения на определение сендапа и представить собственную его классификацию по разным критериям. Но прежде — небольшой экскурс в историю региональных теленовостей в Свердловской области, который поможет понять их особенности.

Бурный процесс рождения и развития региональных телекомпаний охватил страну в 1990-е: «...на местах на один общенациональный канал приходились десятки независимых региональных телестудий» [7, 2]. В 1991 г. Свердловская телекомпания получила статус независимой, это сделало ее первой региональной автономной ТРК и позволило выйти из-под влияния региональных политиков. С этого времени процесс перевоплощения телекомпаний охватил всю Россию: одни объединялись, другие расформировывались, третьи открывались. Так что в самом конце второго тысячелетия в Свердловской области действовало 80 вещательных компаний (среди них «4 канал», «АСВ», «РТК-29», «10 канал»,

ЗИНОВЬЕВ Илья Викторович — доктор философских наук, доцент, заведующий кафедрой телевидения, радиовещания и технических средств журналистики Института гуманитарных наук и искусств Уральского федерального университета (e-mail: ziliv@mail.ru).

ШУТЬКО Ирина Сергеевна — магистрант Института гуманитарных наук и искусств Уральского федерального университета (e-mail: irina.shutko@inbox.ru).

© Зиновьев И. В., Шутько И. С., 2015

«Эра-ТВ»). Однако такой ассортимент на рынке массмедиа не просуществовал и десятилетия. Постепенно региональное телевидение в России стало сокращаться, а оставшиеся на плаву телеканалы в большинстве своем лишились самостоятельности в формировании собственной сетки вещания. Все чаще стала наблюдаться «зависимость региональных телекомпаний от региональных органов власти и бюджетных дотаций» [8, 15].

Если обратиться к рейтингам популярности телеканалов среди населения Екатеринбурга, то можно увидеть, что федеральным вещателям принадлежит более 85 % внимания зрительской аудитории. Городские телеканалы делят между собой оставшиеся 15 %. На территории Екатеринбурга к началу 2015 г. существовало только три полноэфирных телеканала, которые не имели сетевого партнера. Это «ОТВ», «4 канал» и «Союз». Но с 1 апреля 2015 г. самостоятельность потерял и «4 канал». Теперь он вещает в среднем два часа в сутки в эфире федерального партнера — ТК «Пятница».

Абсолютное большинство региональных телекомпаний, которые выходят в эфир в партнерской сетке, выпускает новости и считает их своим главным продуктом. И это понятно, поскольку «информационные передачи занимают важнейшее место в структуре эфира телеканала, они являют собой своеобразное лицо канала» [2]. Журналисты и исследователи телевидения сходятся во мнении, что всероссийских информационных программ зрителям недостаточно. «Новости города или поселка, где живет человек, не менее важны для него, чем информационная картина мира» [13, 189].

Исследователи отмечают, что федеральное телевидение призвано освещать только масштабные события, актуальные для жителей всей страны, тогда как локальные СМИ разбираются даже в незначительных проблемах. «Региональный журналист должен учитывать различные факторы, определяющие интересы аудитории: исторические, политические, религиозные, национальные, демографические» [14, 37].

Журналист регионального телеканала оказывается ближе к своему зрителю, он обладает большим доверием. А значит, этими качествами местная новостная программа главным образом отличается от всероссийской. Что касается жанрового наполнения, то здесь регионалы обычно стараются скопировать стиль федеральных коллег.

Все телеканалы Екатеринбурга относятся к региональным СМИ. В настоящее время на территории города работают шесть эфирных телекомпаний: «4 канал», «41 канал», «ОТВ», «АТН», «ГТРК-Урал», «Ермак». Все они производят новостные программы.

Начнем с единственного местного полноэфирного телеканала — «ОТВ». Красной нитью его эфирной сетки является программа «События», в программе передач за 18 мая 2015 г. нам удалось насчитать 10 ее выпусков (с учетом повторов). Передача рассказывает о том, что происходит в Свердловской области. В повестку дня входят новости экономики, политики, социальной сферы и культурной жизни, а также необычные случаи и интересные факты. Стоит сказать, что благодаря достаточному финансированию у данного телеканала имеется самое

современное оборудование, а значит, у журналистов больше технических возможностей для творчества. К примеру, периодически репортеры «ОТВ» делают прямые включения с места проведения массовых мероприятий.

На «4 канале» по будням в 20:00 выходит программа «Новости “4 канала”. Итоги дня», после начала сотрудничества с ТК «Пятница» екатеринбургской редакции пришлось урезать время эфира и закрыть новостной выпуск в 19:00. Но наполнение программы не пострадало: журналисты, как и прежде, добросовестно отрабатывают тему (несмотря ни на что непременно освещают все стороны конфликта, делают подробные развернутые материалы). «Четверка» славится своими многочисленными наградами «ТЭФИ», репортеры в новостных программах всегда освещают социальные проблемы, борются за права горожан. В журналистском кругу давно сложилось мнение, что «4 канал» — путь в федеральную журналистику, школа настоящего репортера.

«ГТРК-Урал» производит программу «Вести-Урал», тон которой задает федеральная программа «Вести». Так, в последнее время, вслед за москвичами, екатеринбургские репортеры стали часто завершать материал стендапами. Выпуски местных новостей на «России-1» выходят четыре раза в сутки, не считая включений в утреннюю программу, когда короткие новости показывают дважды в час. Из-за такого количества эфирного времени журналисты вынуждены снимать большой объем материалов, так что журналисты «Вестей» берутся за любой, даже незначительный, информационный повод.

Еще один свердловский телеканал — «АТН» — является сетевым партнером канала «Вести 24» и выходит в его сетке дважды в день (в 19:30 и 21:30). Как известно, финансирует данную телекомпанию «Уральская горно-металлургическая компания», так что в эфире программы «Новости. Екатеринбург» часто появляются материалы, освещающие деятельность УГМК и жизнь Верхней Пышмы. В целом концепция информационного выпуска не отличается от остальных, за исключением жанрового разнообразия: помимо стандартных репортажей и информационных заметок, на «АТН» снимают «life to tape» и делают сюжеты, основанные на инфографике.

Пожалуй, самая выделяющаяся на общем фоне новостная программа создается на телеканале «Ермак». Информационная программа «День» рассказывает о событиях Уральского федерального округа. Отличается она и ведущими — в студии сразу двое, мужчина и женщина. Данный телеканал ориентируется на федеральные каналы. Соответственно, выпуск строится из событий в разных городах, входящих в УрФО. К видеоматериалам, снятым репортерами «Ермака» в Свердловской области, добавляются те, что присылают телекомпания Ханты-Мансийска, Сургута, Тюмени, Челябинска. Екатеринбургцы могут увидеть программу «День» по будням на телеканале «ОТВ» дважды в сутки — в 10:50 и в 18:30.

История информационных выпусков на «41 канале», на которых нам хотелось бы остановиться подробнее, началась в 1997 г. 14 июня на голубых экранах свердловчан засияли синие четверка и единица (первый логотип «41-го»). Путь к сердцу телезрителей решили искать через новости. Слоган «41-го» тогда звучал просто: «Твой собеседник». И первая информационная программа была простой — она

получила название «Просто новости», в эфир выходила без ведущего, ежечасно. «Это была такая пятиминутка, где, что называется, в таком заголовочном, телеграфном стиле давались новости. И визуально это было обыграно таким образом: заставка, джингл, новость — начитка и видеоряд», — сообщил нам в личной беседе Алексей Фаюстов, директор информационного вещания в 2001–2011 гг., телеведущий «Главных новостей Екатеринбурга». Продолжительность сюжета в те годы могла составлять всего 45 секунд, но все внимание уделяли не форме, а содержанию. Новости рассказывали об экономике, о политике, культуре — обо всем, что касалось Екатеринбурга и Свердловской области.

Но уже через два года, 1 ноября 1999 г., новости сменили имидж, поднялись на новую высоту — 9-й этаж в здании на улице Малышева, 44. Именно там находилась первая студия с широким серым столом и фотообоями с видами Екатеринбурга, из которой в прямом эфире стали выходить информационные выпуски. Теперь зритель видел не только картинку, но и ведущего. Сменили не только формат, но и слоган: «Наше городское телевидение».

В марте 2002 г. на «41-м» «рушатся» старые стены и формат новостей: студия переезжает с девятого на седьмой этаж, телекомпания создает уникальную для Екатеринбурга съемочную площадку. Теперь телезритель за спиной ведущего видит не стену с красивым фоном, а живую редакцию, где в реальном времени работают репортеры, редакторы и режиссеры [16]. Тогда же перед дизайнерами была поставлена задача — сделать «41-й» уникальным телеканалом, отличающимся от общей массы телекомпаний. Теперь главным символом «41-го» стал красный кубик с белыми цифрами.

Канал приобретает новое съемочное и эфирное оборудование и именуется «Современным городским телевидением», а новости переходят «в наступление». У редакции новые задачи — расследовать, разоблачать, говорить на острые темы, но не все планы удалось воплотить в жизнь. Вскоре напор и агрессию пришлось сменить на мягкость и доброжелательность — в середине 2005 г. «41 канал» становится партнером ТК «Домашний».

Появление сетевого партнера заставило пересмотреть многое — от графического оформления заставок до стиля ведущих. Отныне все логотипы приобретают округлые формы. Появился новый слоган — «Для дома. Для семьи». Измениться пришлось и новостям: наступление осталось в прошлом. Для редакции это время стало по-настоящему переломным, ведь менялась не только «упаковка», но и содержание. Новости старались начинать с «женских» тем, из выпусков на несколько недель исчезли судебные разбирательства, криминал, стало заметно меньше политики. Но вскоре новости вновь вернулись к проверенной схеме, основу которой составляли стандарты «Интерньюс» и западных коллег.

Правда, обновленным «Новостям 41 канала» не удалось прожить дольше предшественника. Уже 14 августа 2009 г. в привычные 19:00 на экранах появились тысячи импульсов, которые неслись по проводам и соединялись в единое целое — сердце города, бьющееся внутри красного кубика с надписью «41». Голос в конце новой заставки в тот день впервые объявил: в эфире «Главные новости Екатеринбурга». В разговоре с нами нынешний директор информационного вещания

Надежда Маркова перемену вспоминает так: «Смена имиджа была довольно провокационной — ведь само название “Главные новости Екатеринбурга” звучит двусмысленно. С одной стороны (это была официальная версия) — “41 канал” стал позиционировать себя как поставщик наиболее важной для зрителя информации. Мол, мы показываем то, что действительно можно считать главным для города. С другой (это уже на уровне бессознательного) — фраза демонстрирует некий приоритет. Главный — это лучший. По сей день редакция старается держать эту марку».

Отличием главных новостей стал курс на интерактивность. В редакции было решено ежедневно проводить интерактивные опросы, узнавать мнения горожан на важные темы. Тогда же был дан старт проекту «Сам себе репортер», где каждый телезритель, ставший свидетелем какого-либо происшествия, мог самостоятельно рассказать о нем в эфире. Тренд понятный и очевидный, если учесть практику федеральных телеканалов, а также внедрение в повседневность интернет-технологий. Сегодня именно интерактивность «определяет магистральные пути дальнейшей трансформации электронных СМИ» [3, 47].

В это же время в рамках новостей начала выходить еженедельная рубрика «Правила жизни», в которой можно было получить житейский совет. И вот уже почти шесть лет содержание и название программы соответствуют друг другу: новости рассказывают екатеринбуржцам о наиболее значимых событиях, происходящих в уральской столице и Свердловской области.

Но история информационных программ на «41 канале» была бы неполной, если бы мы не упомянули о еще одной ее составляющей — вечернем выпуске новостей. За свою историю он не раз менял ведущих и время выхода. Поначалу горожане смотрели поздние новости в 19:45, сразу после программы «Послесловие». Затем время эфира перенесли — на 22:00, позже — на 22:30, а еще позднее — и вовсе на 23:00. С мая 2004 г. стала выходить абсолютно новая программа — «Новости 41: Сверх плана».

Такого уральский зритель еще не видел: вместо привычного строгого формата на экране появилось информационное шоу, ведущим и создателем которого был Павел Кольцов. Главной особенностью программы стал ее неформальный стиль общения, с экрана отныне смотрел не суровый ведущий, а добрый друг. Студийный стол теперь не только декорация, но и место для экспериментов — ведущий пробует на себе то, о чем в сюжетах рассказывают журналисты. К сожалению, в декабре 2014 г. программу пришлось закрыть из-за нехватки финансирования.

На нехватку талантов в редакции никогда не жаловались. Телезрителям, наверняка, надолго запомнятся яркие репортажи Дарьи Манохиной. В своих сюжетах девушка не раз совершала настоящие подвиги. Снимая материал об уральских парапланеристах, Дарья совершила три опасных для жизни полета, чтобы записать хороший стендап. Смелости было не занимать и Марии Козловой: чтобы почувствовать себя в роли циркового артиста, она решила поучаствовать в главном номере программы — выйти на боксерский ринг вместе с кенгуром, и даже получила от него сильный удар в живот. Но высокую планку ярких появлений в кадре задали еще на заре развития телекомпании — в начале 2000-х. Так, стендап одного

из репортеров — Ольги Владимировой — даже вошел в учебник Н. В. Зверевой. В сюжет про сброс отходов в реку девушка решила внести эффект обманутого ожидания. Плывая на лодке в тихом излюбленном горожанами месте для отдыха, Ольга вдруг опустила руку в воду и вытащила ее обратно — черную от разлитой грязи.

Однако то, каким стендап получится в итоге, зависит не только от бесстрашия журналиста, профессионализма оператора и монтажера, но и от целого ряда других составляющих: уместности, содержания, формы.

Появление журналиста в кадре с каким-либо сообщением нередко называют выступлением. Действительно, выступление — это обращение человека с телеэкрана к массовой аудитории [9]. Оно может сопровождаться показом кинокадров, фотографий или другого изобразительного материала. Основным содержанием является монолог человека, который стремится передать аудитории определенную информацию и свое отношение к ней. Выступление может быть как самостоятельной передачей, так и частью обширного журналистского произведения. Подобного мнения придерживается целый ряд российских исследователей. По определению Л. П. Шестеркиной и Т. Д. Николаевой, выступление — это «любое обращение человека к массовой аудитории с телеэкрана, когда сам этот человек является основным (чаще всего единственным) объектом показа» [15]. Таким образом, выступление можно назвать *совокупностью различных форм работы* журналиста в кадре: от прямого включения с места события до монолога в портретном очерке. Его спецификой является масштаб публичности, а также мыслимая диалогичность и высокий эффект эмоционально-логического воздействия на зрителей.

Из всех возможных форм выступлений нас будет интересовать стендап. На телевидении стендапом зачастую называют «журналистский прием, использующийся в телевизионном репортаже, когда журналист находится непосредственно в кадре, как правило, на месте освещаемого события и сообщает дополнительные подробности по данной теме» [12, 232–233].

Однако не все исследователи современного телевидения придерживаются единого мнения о стендапе. К примеру, Н. В. Зверева разделяет присутствие журналиста в репортаже на стендап и «появление в кадре». По ее мнению, запись стендапа «становится некой пьесой, имеет драматургию и вызывает особый восторг и интерес у зрителя» [4, 192]. Цель стендапа — вызвать у зрителя эмоции. Появление в кадре, в свою очередь, не требует тщательно продуманного плана и сценария, оно служит не для того, чтобы удивить, растрогать или рассмешить, а лишь для того, чтобы показать журналиста на месте события или разъяснить зрителю какую-либо важную информацию.

Мы не вполне согласны с мнением данного исследователя, ведь стендап, прежде всего, часть репортажа, а значит, его запись должна происходить здесь и сейчас. В иных, зачастую экстремальных условиях просто нет времени думать над драматургией, к тому же не каждое событие располагает к творчеству. По мнению Н. В. Зверевой, стендапом можно считать лишь то, что вызывает у зрителя смех или слезы, имеет неожиданную развязку, когда журналист использует эффект обманутого ожидания. Но ведь это лишь средство, выразительный прием. Далеко

не каждый текст обладает данным эффектом, но ведь от этого он не перестает называться текстом.

О важности стендапа пишет М. А. Мясникова, выделяя его как «знак авторского присутствия, участия, отношения к происходящему, как правило, завершающая точка, авторское резюме» [10, 62]. Если задуматься над этим, можно разглядеть парадокс — будучи приближен к реальным событиям, репортаж объективен, но присутствие автора делает его субъективным.

Стендап в репортаже придает особый вес словам журналиста, который с его помощью напрямую обращается к зрителю. Стендап несет в себе важнейший телевизионный эффект — присутствия, он идентифицирует автора, место события, а значит, придает словам журналиста (и материалу в целом) убедительность. Для создания стендапа нет четких правил: журналист «может двигаться в кадре, указывать на что-то, проверять что-либо на себе» [Там же]. Но это не означает, что нет правил его использования в репортаже.

Всегда ли стендап нужен и уместен? В российских учебниках по телевизионной журналистике про эту составляющую репортажа сказано мало, не уделяется особого внимания и личности репортера. К примеру, А. А. Князев считает, что наиболее подходящей для стендапа ситуацией является следующая: «...корреспондент или редакция в целом имеют собственную точку зрения на происходящее или какую-то особую информацию, однако отсутствует видеоряд для того, чтобы ее проиллюстрировать» [5]. Такого же мнения придерживаются Л. П. Шестеркина и Т. Д. Николаева: «...стендап (работа в кадре) уместен в тех случаях, когда нет картинки, чтобы проиллюстрировать точку зрения редакции; если необходимо, связать между собой эпизоды, места события и т. д.» [15]. Г. В. Кузнецов приводит небольшую классификацию этого приема. Он делит стендап на три разновидности в зависимости от расположения в сюжете [6]:

1. **В начале сюжета.** Обычно снимается, чтобы ввести зрителя в курс дела, осветить место события, «дать делу завязку». Не может использоваться, если: один и тот же репортер делает два сюжета, которые ставятся подряд (в этом случае стендап показывает, что человек уже в другом месте и речь идет о другом событии); сам ведущий новостей едет на съемку.

2. **В середине сюжета («мостик»).** Наиболее популярный тип стендапа. Используется для связи разных частей сюжета; для подачи информации, для которой нет видеоряда; при работе в прямом эфире.

3. **В конце сюжета.** Используется как концовка или как анонс продолжения темы.

На Западе роли стендапа уделяют повышенное внимание. К примеру, французские исследователи Б. Бесс и Д. Дезормо подробно описывают роль стендапа в репортаже и приводят разновидности этого приема [1]. По их мнению, журналист должен быть в кадре, только если его присутствие действительно необходимо:

1. Журналист появляется в роли эксперта. В данном случае корреспондент выступает в роли знатока раскрываемой темы и опирается на собственный опыт.

2. Журналист — свидетель. Если члены съемочной группы стали очевидцами события, то появление одного из них в кадре будет уместно.

3. Стендап как авторская подпись под репортажем. В этом случае появление в кадре служит своеобразным комментарием редакции, где журналист высказывает сообщение от собственного лица.

4. Стендап может прийти на выручку в тех случаях, когда «картинки» нет или съемка невозможна (так случается, например, когда событие уже произошло и журналист рассказывает о том, как это случилось).

Французские исследователи выделяют следующие разновидности стендапа по способу их внутренней организации:

1. Статичный стендап. Преимущества такого вида появления в кадре — оно легко монтируется в репортаж. Следует избегать лишь крупных планов, когда «стендап» стоит в начале или в конце сюжета. Зрителю перемена лица на экране резко бросится в глаза.

2. Стендап со входом в кадр делает репортаж динамичнее, показывает журналиста как непосредственного участника событий. Но этот вариант усложнит работу оператору, которому придется снимать дополнительные кадры и следить за тем, чтобы при монтаже появление журналиста выглядело натурально.

3. Стендап в движении создает для зрителя эффект присутствия, от журналиста же требуется владение телом и голосом. Предпочтительно останавливаться в тех местах текста, где сосредоточена главная мысль. Так публике будет легче понять, на что следует обратить внимание.

Рекомендации по записи стендапа дает и американский исследователь Ли Худ (Lee Hood). Основная сложность для журналиста заключается в том, что нужно продумать содержание стендапа до того, как будет написан текст самого репортажа. Чтобы облегчить эту задачу, автор предлагает журналистам несколько идей [16]. По мнению Ли Худ, следует ограничить свой материал только одним появлением в кадре, удачно смотреться оно будет в середине сюжета или в конце, но неудачно — в начале. Помимо этого автор советует обращать внимание на фон, на котором вы собираетесь сниматься, — он должен соответствовать теме репортажа, быть без труда узнаваемым. Текст, который будет произнесен на камеру, желательно не писать заранее, а лишь сформулировать его мысленно. Кроме того, если стендап пишется с микрофоном-«палочкой» (не с «петличкой»), то журналист должен твердо держать его в руках, демонстрируя уверенность. По цели автор делит стендап на пять видов:

1) показательный (вводный) — дает старт материалу, используя реквизит или реальную обстановку, где происходит событие;

2) стендап-мостик — устраняет разрыв или соединяет между собой две различные части истории;

3) завершающий — подводит итог истории;

4) информационный — включает в состав материала информацию, для «перекрытия» которой у вас нет видео;

5) местоустанавливающий — подтверждает присутствие журналиста на месте события, повышает степень доверия зрителя.

Существует еще одна классификация — по видам произносимого в стендапе текста. Л. П. Шестеркина и Т. Д. Николаева выделяют следующие варианты

телевизионных выступлений: текстовые (написанные журналистом, отредактированные редактором, выданные в эфир с помощью телесуфлера); тезисные (журналист готовит подробный план выступления); импровизированные (имеется только тема и хронометраж, текст представляет собой импровизацию) [15].

Обобщив теоретический материал, мы предлагаем использовать три вида классификаций, с помощью которых удобно не только анализировать различные телевизионные сюжеты на региональном телевидении, но и создавать интересные зрителю репортажи, что весьма важно для практикующих журналистов.

Классификация 1 (по месту размещения стендапа в репортаже): начальный (в начале сюжета), срединный, завершающий.

Классификация 2 (по действиям журналиста в кадре): статичный стендап (журналист просто произносит текст и остается на месте, при этом камера может «отъезжать» или «наезжать»); стендап в движении («проходка», разворот, вход в кадр/выход из кадра); стендап — действие (все материалы из серии «Проверено на себе», эксперименты и т. д.).

Классификация 3 (по роли журналиста в кадре): журналист-информатор (стендап заменяет недостающую картинку); журналист-экспериментатор (съёмочная группа пробует что-либо на себе), журналист-свидетель (подтверждение факта присутствия на месте события); журналист, ставящий собственную «подпись под репортажем» (выражение собственного мнения или мнения редакции по какому-либо поводу).

-
1. Бесс Б., Дезормо Д. Построение телевизионного репортажа. М., 2004.
 2. Зацепина И. А. Концепция тематического и информационного вещания как одна из составляющих имиджа регионального телевидения [Электронный ресурс]. URL: http://www.urfumedia.com/2015/04/blog-post_50.html (дата обращения: 24.05.2015).
 3. Зиновьев И. В. Телевидение XXI в.: от массовой информации к массовой коммуникации // Изв. Урал. федер. ун-та. Сер. 1: Проблемы образования, науки и культуры. 2014. № 1 (123). С. 41–50.
 4. Зверева Н. В. Школа регионального тележурналиста. М., 2004.
 5. Князев А. А. Основы тележурналистики и телерепортажа [Электронный ресурс]. URL: <http://www.evartist.narod.ru/text1/09.htm> (дата обращения: 24.05.2015).
 6. Кузнецов Г. В. Так работают журналисты ТВ. М., 2004.
 7. Лизунова И. В. Региональное телевидение в России накануне всеобщей дигитализации: «болевые точки» развития. Новосибирск, 2014.
 8. Маградзе Р. Региональное телевидение продолжает выживать // Теле-Спутник. 2012. № 9(203). С. 10–15.
 9. Мастерство эфирного выступления. М., 2004.
 10. Мясникова М. А. Жанры современного телевидения: от журналистского расследования до музыкального клипа. Екатеринбург, 2009.
 11. Новоселова В. 15 лет в телевизоре. Серия 7. «Новости» [Электронный ресурс]. URL: <http://www.studio-41.com/projects/2012/06/15-let-v-televizore-s15e07-novosti.shtml> (дата обращения: 11.04.2015).
 12. Современный медиатекст. М., 2014.
 13. Телевизионная журналистика. М., 2002.
 14. Удалова Т. В., Фунтикова М. С. Региональное телевидение: специфика, тематические и жанровые особенности [Электронный ресурс]. URL: http://www.amursu.ru/attachments/article/9531/N52_6.pdf (дата обращения: 10.05.2015).

15. Шестеркина Л. П., Николаева Т. Д. Методика телевизионной журналистики [Электронный ресурс]. URL: <http://www.biblioclub.ru/book/104063/> (дата обращения: 25.05.2015).

16. Lee Hood. Stand-up Tips [Electronic resource]. URL: <http://spot.colorado.edu/~hood/Tips/Standups.htm> (accessed: 03.05.2015).

Статья поступила в редакцию 23 сентября 2015 г.

УДК 821.161.1-4 + 070.23(1-21) + 070.448

М. Ф. Попова
Е. П. Мурашова

ПРИЕМЫ ТВОРЧЕСКОЙ САМОПРЕЗЕНТАЦИИ АВТОРА В ПУБЛИЦИСТИЧЕСКОМ ТЕКСТЕ: ЮРИЙ РОСТ, «НОВАЯ ГАЗЕТА»

Рассмотрены приемы творческой самопрезентации автора в публицистическом тексте. Приведены примеры из 20 журналистских работ Юрия Роста, опубликованных в «Новой газете». Сделана попытка систематизации приемов проявления творческой индивидуальности, помогающих выразить авторскую позицию, влияющих на семантику текста, на его эмоциональную составляющую.

К л ю ч е в ы е с л о в а: авторское «я»; творческая индивидуальность; самопрезентация; публицистика; выразительность текста; авторская позиция.

Проблема дефицита в отечественной печатной журналистике качественных выразительных авторских текстов видится сегодня более чем актуальной. С появлением общедоступной сети Интернет и исчезновением необходимости постоянно покупать печатные издания для получения актуальной информации журналистские тексты в газетах стали упрощаться: в некоторых случаях — с целью составить на медиарынке достойную конкуренцию информационным агентствам, в некоторых — чтобы сэкономить время читателя, подавая максимально насыщенный информацией текст. Свою лепту внесла и экономическая составляющая выпуска печатного продукта, которая предполагает рациональное использование газетной полосы. В связи с этим журналисты стараются кратко и четко формулировать сообщения о фактах и событиях, часто отказываясь от выражения собственного мнения по проблеме, от деталей и подробностей, необходимых для понимания настроения автора и семантики текста.

Безусловно, это лишь несколько определяющих факторов, которые отодвинули на второй план творческую индивидуальность журналиста и поставили

ПОПОВА Мария Федоровна — кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры периодической печати Института гуманитарных наук и искусств Уральского федерального университета (e-mail: maria.f.popova@gmail.com).

МУРАШОВА Елизавета Павловна — студентка 3-го курса Института гуманитарных наук и искусств Уральского федерального университета (e-mail: lizmurashova@gmail.com).

© Попова М. Ф., Мурашова Е. П., 2015