

Раздел IV.
Евразия молодая

УДК: 004.023

Рафаил Агаев

студент

Марийский государственный университет»

г. Йошкар-Ола, Россия

© Р.Б. Агаев

**ПУБЛИЦИСТИКА В НОВЫХ МЕДИА:
СУБЪЕКТИВНЫЙ ВЗГЛЯД НА РЕАЛЬНОСТЬ**

Аннотация. Статья посвящена развитию и трансформации публицистических жанров в современных интернет-изданиях. Рассмотрены особенности и преимущества видоизмененных жанров в новых медиа.

Ключевые слова: публицистика, субъективность, интернет-СМИ, релевантность, история, интервью, репортаж.

Abstract. The article is devoted to the development and transformation of the journalistic genres in modern online media. The features and benefits of altered genres in new media are described.

Keywords: journalism, subjectivity, the Internet-mass media, relevance, story, narration, interview, reportage.

В условиях расширения влияния сетевых СМИ, когда многие издания переходят на электронный формат публикаций, меняются и жанры журналистского материала. Связано это в первую очередь с обширностью целевой аудитории и бескрайностью информационного поля, которые требуют уникальной подачи материала вкупе с соответствием трендам. Одной из таких трансформаций стало частое использование и изменение художественно-публицистических жанров в новых медиа.

Раньше в печатных СМИ или на классических новостных интернет-порталах с помощью публицистических жанров в первую очередь автор стремился показать объективную реальность, раскрыть волнующую читателя проблему. Как правило, героем интервью или репортажа часто становится известное медийное лицо, комментирующее инфоповод или высказывающее собственное мнение по определенной ситуации, исходя из которого реципиент делает собственный вывод.

Более того, публицистика в СМИ двухтысячных годов уходит на второй план, всё больше уступая место новостным жанрам, в особенности в электронных изданиях. Лидирующую позицию занимает информационная заметка как форма краткого и ёмкого способа передачи информации, который становится одним из самых востребованных.

Так, например, в работе Тертычного Александра «Интернет-публицистика: жанровый профиль» с самого начала отмечается, что публицистика в интернет-изданиях как жанр изжила себя, исходя из некоторых заявлений, но начинает возрождаться, как феникс из пепла [2].

С началом 2010-х годов в российском сегменте интернет-СМИ начинают появляться и набирать популярность интернет-журналы, пользующиеся сегодня большой популярностью. Такими изданиями, к примеру, становятся Журнал «Нож», «ВОС — Вокруг Огромная Страна», самиздат «Батенька, да Вы трансформер», журнал *moloko plus*, Афиша.ру. Большую часть материалов в них составляют истории, репортажи и интервью.

Также стремительно набирают аудиторию блогеры (например, Илья Варламов — varlamov.ru), пользуются популярностью спецкоры, авторы репортажей (например, Илья Азар — «Медуза», «Новая газета».) Параллельно публицистике в СМИ крепнет журналистика мнений.

Но репортажи, интервью и истории в современных интернет-изданиях несколько отличаются от того, как мы привыкли их видеть. Теперь они часто содержат в качестве своего героя обывателя: либо среднестатистического представителя определенной категории граждан с личными проблемами, либо внешне непримечательного человека, исключительного в своей судьбе.

Сегодня главный герой публицистического жанра — не медийное лицо, а личность с уникальными субъективным опытом и взглядами на мир, с помощью которых читатель по крупицам может составить картину окружающей его реальности. Центром истории может стать лопарь Николай Тухкала (moloko plus), ушедший от цивилизации в мёртвую финскую деревню, или сантехник Роман Ксенофонтов, обратившийся на телевидение с просьбой найти его пропавшую жену [1].

В таких текстах большую роль играет рабочая идея текста, автор которого может опираться на самые несущественные детали истории, когда опорная идея, кредо журналиста, заметно отступает, предоставляя получателю информации возможность делать выводы максимально свободно. Так, читатель, вникая в детали историй, может делать самые неожиданные заключения: от суетности бытия до излишней закрепощенности традиционного общества.

Главное в новом публицистическом произведении не видение автора, хоть и существенное и неискоренимое как инструмент описания, но мироощущение героя материала, задающее тон всему тексту.

Плюс таких материалов состоит в необычности подачи текста, историй - это формат, которые не успел наскучить читателю. Истории поюсторонней, даже несколько бытовой реальности близки получателю информации и, соответственно, высоко релевантны и не требуют больших усилий в декодировании этой информации. Это перерождение публицистических жанров в современных медиа даёт своеобразный глоток свежего воздуха в душном новостийном пространстве российских интернет-СМИ, когда один и тот же

инфоповод освещается множеством изданий. Описанный выше современный публицистический текст, будь то история, интервью или репортаж, всегда уникален [3].

Минус же такой публицистики в том, что с прагматической точки зрения, хоть она и привлекательна для современного читателя, она не вполне пригодна для «продажи». Создать такой рекламный или продающий текст сложно даже в рамках нативной рекламы, что делает формат историй в некоторой мере убыточным для издания. Иными словами, использование личных переживаний героя-обывателя создаёт трудности в монетизации этого контента, тем более что существует тенденция использовать негативный опыт субъекта публикации [4].

Целевой аудиторией интернет-СМИ, использующих публицистические жанры и формат историй, становятся молодые люди возрастом приблизительно от 20 до 35 лет. Связано это с тем, что, во-первых, героями историй часто являются представители этой категории, во-вторых, их тематика направлена на интересы поколений Y/Z, поколений глобализации, постмодерна и цифровых технологий, что оправдано использованием канала сети Интернет для публикации материалов.

Итак, публицистический жанр в новых медиа набирает популярность и претерпевает трансформацию в сторону большей субъективности через взгляд героя журналистского материала, которым теперь является не медийное лицо, ньюсмейкер, а обыватель. Публицистика здесь призвана показать бытовую реальность с помощью субъективного мироощущения. Герой публицистического произведения уникален, будучи среднестатистическим представителем своей категории. Путь к «смерти автора» в тексте и большего влияния его героя приводят к высокой релевантности и декодируемости материала. Читатель, представитель молодой аудитории, сам анализирует сюжет и делает

на его основе выводы, что является плюсом новой формы публицистики.

Литература:

1. Ведьмы, смерть и клевета. URL: https://batenka.ru/explore/magic/magic-show/?utm_source=vk.com&utm_medium=social&utm_campaign=santehnik-roman-ksenofontov-v-odnochasie&utm_content=12918018
2. Тертычный А. Интернет-публицистика: жанровый профиль. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/internet-publitsistika-zhanrovyy-profil>
3. Особенности интернет-СМИ. URL: <http://journals.susu.ru/lcc/article/view/45/90>
4. Репортаж как публицистический жанр массовой коммуникации. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/reportazh-kak-publitsisticheskiy-zhanr-massovoy-kommunikatsii>
5. Счастливый и пьяный. URL: https://takiedela.ru/2017/11/schastlivui_i_pianui/

УДК 070

Гаухар Аламинова

студент

Астраханский государственный университет

г. Астрахань, Россия

© Г.Р. Аламинова

**ОСОБЕННОСТИ ПОПУЛЯРИЗАЦИИ СЕМЕЙНЫХ
ЦЕННОСТЕЙ В СОВРЕМЕННЫХ ЖЕНСКИХ ОНЛАЙНОВЫХ
ИЗДАНИЯХ**

Аннотация. В статье анализируются женские онлайн-издания на предмет отражения темы семейных ценностей, выделяются наиболее приоритетные направления женских изданий. Дана оценка практике журналов в работе над семейной тематикой в условиях трансформации современного общества.