МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

**«КУБАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

**(ФГБОУ ВО «КубГУ»)**

**Кафедра электронных СМИ и новых медиа**

**КУРСОВАЯ РАБОТА**

по дисциплине «Основы журналистской деятельности»

на тему **«АВТОРСКОЕ Я В ЖУРНАЛИСТСКИХ ПРОИЗВЕЛЕНИЯХ РАЗНЫХ ФОРМ (ЖАНРОВ)»**

Работу выполнил(а) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Х.Г. Миндыла

 (подпись, дата)

Факультет журналистики курс 3 ОФО

Направление 42.03.02 Журналистика ………..........

Научный руководитель:

доц., к.ф.н. \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Е.В. Вологина

 (подпись, дата)

Нормоконтролер:

доц., к.ф.н. \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Е.В. Вологина

 (подпись, дата)

Краснодар 2018

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ………………………………………………………………………3

Авторское я: понятие, функции и проявление в журналистике……………...6

* 1. Роль автора в современной публицистике и понятие авторского я……...6
	2. Функции авторского я…………………………………………………….....8
	3. Автор читатель: проблемы взаимодействия……………………………….9
	4. Значимость авторского стиля для журналистики………………………...11
	5. Значение и способы выражения авторского “Я” через публикацию……14
	6. Критерии авторской журналистики………………………………………15

2. Стилистические аспекты проявления авторского «я» в журналистском тексте…………………………………………………………………………....18

2.1 Косвенное проявление авторского «Я» в журналистском тексте на примере жанра репортаж………………………………………………………………...18

2.2 Медийные авторские тексты………………………………………………20

2.3 Авторские телепередачи…………………………………………………...22

2.4 Авторские радопередачи…………………………………………………..24

2.5 Выявление индивидуального стиля журналиста в рабочем процессе….27

ЗАКЛЮЧЕНИЕ…………………………………………………………………35

СПИСКО ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ…………………………..39

ВВЕДЕНИЕ

Ни для кого не секрет, что наиболее важный фактор воздействия на потенциальную читательскую аудиторию - это индивидуальность автора. Помимо грамотно описанного события, четко структурированной работы и профессионализма, очень важно уметь привлечь внимание читателя некой индивидуальностью, никому более не присущей. Для изучения такого понятия как авторское я в журналистике требуются несколько точек зрений, а также знания в области литературы, журналистики и информация о теле- и радиопроцессах. Только совокупность сведений об этих видах подачи материала поможет разобраться в этом вопросе. Авторское я, естественно, в разных жанрах журналистского произведения проявляется по-разному, в разной степени выраженности и форме. В ходе работы мной были рассмотрены четыре формы подачи информации и выраженность авторского я в них.

Также были рассмотрены формы отношения автора и аудитории, и была выявлена зависимость читаемости, просматриваемости и прослушиваемости работ аудиторией о того, как журналист выражает свою позицию. Это является одним из основных факторов успеха, ведь СМИ, как и структуры власти, должны быть «на одной волне» со своей аудиторией. При этом, данный диалог между автором и аудиторией осложняется еще и тем, что трудно совмещать при всем этом полную объективность. Тем не менее, никто не снимал с журналиста его прямые обязаности.

Использование в журналистике авторского «я» всегда имеет свою мотивацию. Чаще это встречается при раскрытии смысла и задачи выбранного события. Или уже бесспорное понимание проблемы обществом, например, сводки новостей.

Используя подобное выразительное средство, журналист стремиться привлечь и завлечь человека как читателя, как соучастника, как звено общества, в котором «это» произошло.

Авторское я – это выражение журналистом своей позиции касаемо окружаемой его реальности. Существует много взглядов на то, как именно должен прибегать журналист к этому приему. В этом я стараюсь разобраться в своей работе, рассмотрев в теории и на практике различные формы.

В целом, авторское я творческий прием. Поэтому, у разных журналистов, при использовании авторского я, можно заметить то, что их видение мира описывается художественно, или факт, описываемый ими, становится окрашенным в стилистические формы, а также рассматривается в несколько освобожденном от привычных форм варианте. Разобраться в этом вопросе мне помогли труды А.А. Каширина, на мнение которого в курсовой работе я неоднократно опирался.

Объектом исследования в курсовой работе являются тексты журналистов, их теле- и радиоматериалы, в которых проявляется авторское начало. Предмет исследования – языковые средства, эмоциональные окраски, проявление авторского суждения, как прямого, так и скрытого в средства художественной выразительности.

Цели работы заключаются в том, чтобы рассмотреть формы проявления авторского я в журналистских произведениях вне зависимости от их форм и жанров. Ведь авторское я присуще абсолютно любому виду изложения информации.

Задачи были продиктованы исходя из целей. Таким образом, для осмысления вопроса мне пришлось:

- изучить теоретические сведения о рассматриваемом понятии и сделать определенные выводы исходя из заключений. Изучить суть применения авторского я в журналистике

- рассмотреть практическую сторону вопроса. Обратиться к материалам журналистов, выявить степень выраженности их мнения в работе, проанализировать метод подачи и определить зависимость автора от того жанра в котором он работал.

- провести сравнительный анализ и определить, в каком же жанре выраженность авторского я выше.

Структура курсовой работы – работа состоит из введения, двух глав, заключения и списка использованных источников.

1. АВТОРСКОЕ Я: ПОНЯТИЕ, ФУНКЦИИ И ПРОЯВЛЕНИЕ В ЖУРНАЛИСТИКЕ
	1. Роль автора в современной публицистике и понятие авторского я

 Авторское Я – это индивидуальная позиция автора произведения. В разных формах произведений выраженность личного мнения различна. Зачастую данное понятие относят к более художественным работам, аргументируя это тем, что журналист, как человек объективный, не должен высказывать свою точку зрения, но обязан аппелировать только фактами. Это верно, но лишь отчасти. Произведение, которое не содержит в себе авторской позиции, рискует стать совершенно безликим. Постараемся разобраться где здесь золотая середина и в чем ключевое значение авторского Я в журналистском произведении.

На сегодняшний день образ автора в журналистике соотносится и с ключевыми особенностями личного стиля корреспондента, с его мировоззрением и взглядом на современность. При этом не стоит путать автора литературного произведения и журналиста. Объясню почему.

Портрет автора в художественном произведении не имеет общих черт с его реальным образом. Продукт авторской деятельности является вымыслом. Формы авторства в данной категории:

-писатель может выступить как непосредственный участник события, как сторонний наблюдатель, как рассказчик.

-создавая характеры своих вымышленных героев, он в принципе должен знать о них практически все, или почти все.

-писатель может вступать в многообразные отношения со своими героями, общаться с ними, но при этом он всегда находится на границе создаваемого им мира как активный творец его.

Функции, которые исполняет журналист отличаются от тех, что описаны выше. Тут речь идёт не о вымышленых событиях, фактах и персонажах, а о реальности. Итак, задачи корреспондента заключены в следующем:

-журналист должен четко обозначить свою мировоззренческую позицию и постараться проявить свою творческую индивидуальность.

-мировоззренческая позиция автора ж. - совокупность принципов, взглядов и убеждений, определяющих направление деятельности.

-мировоззрение личности складывается из элементов, принадлежащих ко всем формам общественного сознания.

На примере этих различий можно увидеть, что писатель художественного текста имеет больше свободы, ведь продукт его творческой деятельности – вымысел или искаженная картина действительности. Журналист же всегда должен излагать реальность объективно, но при этом всегда должен уметь аргументировать свою позицию.

Нравственность в данном случае служит неким регулятором взаимоотношений между людьми и вместе с эстетическими взглядами определяют отношение к окружающему, формам деятельности, ее целям и результатам.

Роль автора в обществе складывается из тех функций, которые он на себя возлагает:

-автор – призма описываемого героя

-автор как участник описываемых событий

-автор как аналитик.

Авторское Я отражается в журналистском произведении путем показа многих мировоззренческих взглядов (мысли, знания, нравственные представления). Эстетика мировосприятия характеризует тип художественного воображения, гнёт линию “тяготения” творца в отборе тех или иных впечатлений и фактов и воспроизводит их в художественных образах. Мировоззренческая установка проявляется в тематических пристрастиях журналиста. Один из самых ярких примеров – спортивный комментатор. Это человек, который в любом случае имеет какие-либо предубеждения исходя из личных переживаний. Смоделируем ситуацию при которой комментатор обозревает матч с участием своей любимой команды. Здесь мы и можем увидеть то самое «тяготение». Журналист в такой ситуации может позволить себе лишний раз без причин указать на недостатки соперника. Отсюда и вытекает роль автора в обществе . Раскрытие его индивидуального замысла может идти не только аналитическим, но и художественным путем. Поэтому в одних случаях перед нами предстает образ размышляющего автора, а в другом лирического героя, человека, полностью окунувшегося в обстановку описываемых событий.

* 1. Функции авторского я.

Необъективность изложения событий в начале не противоречит документальной основе журналистского произведения. Некоторые методы авторского самовыражения только открывают простор для более внимательного и детального осмысления описываемого события.

Авторское выражение в процессе работы над журналистским материалом:

-автор может войти в непосредственный контакт со своими героями

-поделиться в ходе описания события собственными воспоминаниями

-выразить свои соображения по поводу поведения героев событий

-выстроить версии и предположения

-выразить собственные эмоции

-раскрыть перед читателем своё видение ситуации

Используя такое выразительное средство, как авторское я, журналист стремится привлечь читательское внимание.

Это достигается, с одной стороны, за счет проявления личностного отношения к описываемым событиям, а с другой за счет выстроения собственного авторского стиля повествования. Яркие элементы и взгляд на событие с необычной точки зрения будет для читателя приоритетным.

Мировоззрение играет важную роль в процессе осмысления явлений действительности. Размышляя о судьбах своих героев, журналисты постоянно используют различного рода утверждения или отрицания согласно своей системе координат. И это понятно. Автор не может быть лишь бесстрастным фиксатором событий. Собственные суждения автор может строить, исходя из поставленных вопросов. Движение журналисткой мысли, как правило, завершается умозаключением.

* 1. Автор читатель: проблемы взаимодействия

Вопрос о том, каким предстает в сознании автора образ читателя, в теории публицистики практически не изучен и ждет своего исследователя. Пока же можно только предположить. Автор художественного произведения делает упор на два элемента: образ чувствующего читателя и образ думающего читателя. Если в первом образе отражаются эмоционально окрашенные представления об аудитории, то во втором представления о читателе, способном включиться в мыслительный процесс. В принципе, этот метод применим не только к литературному творцу, но и к журналисту.

Т.к. журналистское произведение адресуется не какой-то разношерстной группе, а конкретной читательской аудитории, корреспонденту необходимо знать ее объективные и субъективные характеристики. К первым мы относим социо-демографические признаки, ко вторым информационные потребности, интересы и предпочтения. Подобного рода сведения способствуют не только налаживанию контактов с аудиторией, но и выработке более эффективных методов публицистического воздействия и распространению авторской популярности.

Коммуникативная деятельность аудитории осуществляется через три фазы:

-предкоммуникативная

-коммуникативная

-посткоммуникативная.

 Первая фаза начинается с цели выбора человеком конкретного СМИ. С момента выбора конкретного издания и текста для ознакомления начинается коммуникативная фаза. На данном этапе человек включается в процесс изучения, который способен удовлетворить различные потребности: познавательные, эстетические, нравственные и другие. Но удовлетворение их происходит не прямым путем, а на основе переработки знаковой, словесной информации, источником которой являются произведения печати. Исходя из особенностей читательского прочтения текста, журналист не должен создавать невыгодных для читательского восприятия конструкций. Поэтому желательно, чтобы материал был четко структурирован, чтобы все факты в нем были преподнесены в строгой логической взаимосвязи. Кроме того, необходимо, чтобы создаваемый образ был не просто адекватно воспринят, но и понят. Практики обычно советуют: при подготовке произведения следует стремиться к логической стройности и ясности выражения мыслей; информация должна быть по возможности развернутой и исчерпывающей; из текста надо исключить все двусмысленные выражения и предложения, а ожидаемые возражения и сомнения предупреждены с помощью определенной аргументации; если в тексте используются развернутые описания, то желательно, чтобы они заканчивались обобщающими выводами. Посткоммуникативная фаза заключается в том, что читатель формирует окончательное мнение о СМИ, выражает готовность к продолжению или прекращению взаимодействия с изданием. В любом из исходов у читателя будет определенный опыт от коммуникации с определенным СМИ, а какой характер будет носить этот опыт зависит от впечатления читателя о работе автора.

1.4 Значимость авторского стиля для журналистики

Каким образом журналист предпочитает подавать свой материал? C какой интонацией? На какую тему? От ответов на эти и многие другие вопросы зависит, какой именно будет читательская аудитория конкретного журналиста. Он обозначает не только специфику и характер восприятия, но идею воспроизведения и взаимодействия журналиста с действительностью и аудиторией.

В каждом авторском стиле есть своя индивидуальность, своя система, свой «историзм». Явными признаками индивидуального стиля журналиста считаются:

- система использования приёмов и способов письма;

- обусловленность системы личными качествами;

Индивидуальный стиль писателя- журналиста формируется в результате взаимного «привыкания» читателя и читаемого труда, к которому последний предъявляет совершенно определённые требования:

- внимательность;

- вдумчивость;

- стремление.

Однако не стоит забывать тот факт, что изучение дисциплины «журналистики» предусматривает изучение и требует соблюдения определённого комплекса правил и форм написания. Например, статей - по форме, стилю и с содержанием определённой лексики. Но всё же психологи давно уже отметили, что «в основе успешного выполнения всякой деятельности могут лежать чрезвычайно разнообразные сочетания «способностей».

Индивидуальный стиль деятельности журналиста выявляется, в первую очередь, на текстовом уровне в оригинальной творческой манере, т.е. в тех устойчивых идейно- содержательных, композиционных и лексико- стилистических особенностях «произведений» автора, которые позволяют читателю идентифицировать различные творения этого автора, дают аудитории основание для «узнавания» журналиста как творческой личности.

Можно предположить, что творческая индивидуальность управляет своей манерой, меняя ее в зависимости от типа информационного потока, типа издания и других факторов. Следует учесть также и то, что в текст, как правило, вносятся различные поправки и изменения различными людьми. Именно в социальном эффекте как конечном результате деятельности - в типе и характере изменений, происходящих в самой действительности или в сознании аудитории, - журналист полностью выявляет свою творческую индивидуальность.

Очевидно, что творческий процесс журналиста во всех его проявлениях и на всех этапах, а стало быть и его творческая манера запрограммированы в определенной степени ориентацией на тот или иной тип социального эффекта. журналистский литературный публицистический мировоззрение

Другой формой существования творческой индивидуальности является так называемый «образ автора». Эта категория в различных аспектах рассматривалась в теории журналистики. Поэтому я коснусь здесь лишь некоторых моментов. Прежде всего следует отметить, что образ автора - это не вся личность журналиста, а лишь какой- то ее срез, аспект, уровень отражения. В первую очередь в этом образе выделяются интеллектуальные, душевные качества. И вместе с тем, случаи, когда слово расходится с делом, когда журналист пишет одно, а думает и ведет себя по- другому, свидетельствуют о нормативности образа автора, его нетождественности личности журналиста. В сущности, образ автора выступает для читателя как образ - эталон.

Функции образности автора не исчерпываются воспитательным воздействием на читателя. Образ автора (выраженный ли в форме непосредственных заявлений -«я видел», «я слышал», «я подумал» и т.д., или же «растворенный» в системе рассуждений») является бесспорным катализатором восприятия заложенной в тексте информации, поскольку создает ситуацию диалога. Читатель, реконструируя способы мышления, чувствования, оценки явлений действительности, характерных для данного автора, как бы вступает с ним в спор, проверяя в этом споре собственные и способы мышления, чувствования, критерии оценки. Внешнее восприятие перерастает во внутреннее, обогащая личность читателя.

Таким образом, наиболее важный фактор воздействия на потенциальную читательскую аудиторию - это индивидуальность автора. Статья, журнальный пролог или анонс будут иметь свой успех в том случае, если он «зацепил» читателя не только темой, но и содержанием, стилистикой, «изюминкой»

* 1. Значение и способы выражения авторского “Я” через публикацию

Различные аспекты авторского самовыражения журналиста способствуют более глубокому осмыслению объективных сторон описываемого события. Среди этих аспектов ярко выражена категория авторского «я». Используя этот инструмент, журналист может вторгаться в ход описываемых событий, выражая свою точку зрения, имитировать общение с читателем, предполагать.

В газетной практике используются многообразные формы авторского вторжения. Автор может предстать перед читателем в различных ипостасях: как герой- единомышленник, как судья, как простой свидетель события - в таких диспозициях авторское «я» выполняет разные функции.

«Я» действующее: наиболее соответствует одному из методов публицистики - репортажности. Оно используется в различных модификациях, из которых наиболее популярными становятся автор - очевидец, автор- участник, автор- наблюдатель. Именно этими образами достигается эффект соучастия, что является мощным аспектом влияния на читателя. Он будет «переживать» текст вместе с автором и теми, кто был в описываемой ситуации.

«Я» размышляющее ориентировано на совместное решение поставленных задач, совместное исследование, выделение читателя творческую лабораторию. Это обеспечивает эффект само- и совместного размышления с автором.

Такие словосочетания как: «мне кажется», «предполагаю», «я чувствую» заставляют «осознать» событие через призму взгляда писателя.

Использование в журналистике авторского «я» всегда имеют свою мотивацию. Чаще это встречается при раскрытии смысла и задачи выбранного события. Или уже бесспорное понимание проблемы обществом, например, сводки новостей.

Используя подобное выразительное средство, журналист стремиться привлечь и завлечь человека как читателя, как соучастника, как звено общества, в котором «это» произошло.

Журналист, конечно, должен играть роль фотокамеры, но выкладывая эту «фотографию на бумагу», автор должен сформировать определённые суждения о рассматриваемом объекте и предмете познания. При этом суждение автора должно быть направлено на постижение истины. Здесь он может выдвигать различные гипотезы, сомневаться и пытаться проверить правдивость того или иного факта, утверждать или опровергать.

Собственное мнение автор может построить исходя из представленных им же фактов, положений и вопросов. Вопрос ориентирует и стимулирует как автора, так и читателя на конструктивный ответ в виде рассуждения или системы исследований.

Путь мысли журналиста, как правило, завершается какими- то тезисами или выводами по поставленной задаче или проблеме, которые являются его субъективным умозаключением. Этот аспект и представляется конечной целью для связи журналиста и читателя.

* 1. Критерии авторской журналистики

Здесь я приведу примеры того, как можно определить авторскую журналистику по ряду основных критериев.

*Единоличное участие журналиста во всем цикле* создания информационного продукта. От его идеи до распространения. То есть, это универсальная журналистика. Дибров или Парфенов — классические примеры авторской журналистики, хотя в производстве задействован очень большой коллектив. Они ведут свои проекты от идеи до воплощения, в том числе участвуют в монтаже и контролируют работу операторов.

*Наличие четкой авторской позиции*. В современных медиа принят этакий отстраненный стиль. Иногда это ложноотстраненный стиль, мол *«редакция может не разделять мнение автора»*. Авторская журналистика — всегда четкая позиция по тому или иному вопросу. Не может быть авторской журналистика, которая говорит *«мне вообще-то все равно… Я тут это… пирожками торгую...»*. В этой связи авторская журналистика почти всегда предполагает авторский комментарий.

Авторская журналистика — это всегда журналистика мнений. Даже когда мы сообщаем какую-то новость, мы торгуем не новостью, а мнением об этой новости.

*Уникальный авторский стиль*. Авторская журналистика узнаваема. Мне не нужно искать подпись Шендеровича под статьей, я узнаю Шендеровича с первых слов. Я с первых слов узнаю Леонида Радзиховского, где бы он ни печатался.

*Нетривиальный подход***.** Скажем, у Андрея Илларионова помимо авторского стиля совершенно особый подход к написанию. У него огромное количество статистического материала, это огромная фактология. Авторская журналистика - это свой подход к журналистскому расследованию, публицистике.

*Обратная связь с аудиторией.*Сегодня без обратной связи с аудиторией все меньше можно представить себе профессию журналиста. Авторская журналистика полностью завязана на связь с аудиторией. Цифровые технологии предоставляют гигантские возможности, ты, например, мгновенно понимаешь, нашел свою аудиторию или нет.

Иногда я понимаю, что то, что я сейчас пишу, будет воспринято в штыки. Ну и что? В конце концов, я не хочу превращаться в голого популиста, который пишет только в угоду публики. Я хорошо понимаю, что нужно сделать, чтобы увеличить свою аудиторию в несколько раз. Это очень легко. Для этого нужно понижать уровень. Нужно переходить на все более крутые образы в ругании власти. Можно придумать еще более карикатурные неприятных людям персонажей. Но это инерционный путь, популистский.

1. СТИЛИСТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ПРОЯВЛЕНИЯ АВТОРСКОГО «Я» В ЖУРНАЛИСТСКОМ ТЕКСТЕ

2.1 Косвенное проявление авторского «Я» в журналистском тексте на примере жанра репортаж

В этой работе мне хотелось бы показать как работает проявление авторского Я в различных жанрах. За основу презентации хотелось бы взять спортивный репортаж.

Репортаж один из самых сложных жанров в журналистике. Он вбирает в себя разные элементы от огромного количества других жанров. Вообще, репортаж является жанром по большей части информационным, содержащим в своей основе факт, информационный повод здесь является фундаментальной основой. Но при этом в репортаже журналисту отводится главная роль. Исключительно от его действий и будет зависеть успех конечного результата.

В прессе повествование о событии происходит не только при воздействии текста и фотографии, но и при помощи некой образности. Цель журналиста не исказить реальное положение вещей, не переусердствовать с авторским Я. Основная роль – быть проводником, натолкнуть на мысль, но окончательный вывод всегда должен оставаться всегда за читателем. В репортаже, как уже можно было понять, умение проявлять авторское мнение – признак мастерства.

В газетной практике репортажа используются многообразные формы авторского вторжения, что способствует более глубокому осмыслению описываемого события. Автор может войти в непосредственный контакт со своими героями, поделиться в ходе описания собственными воспоминаниями, выстроить версии и предположения, эмоционально раскрыться перед читателем.

В современном репортаже с успехом сочетаются как информационные, так и аналитические, публицистические начала. Сейчас репортаж все больше и больше насыщается элементами аналитической журналистики. Это свидетельствует о неограниченных потенциальных возможностях данного жанра, который активно вбирает в себя элементы публицистического осмысления действительности, и все чаще автор репортажа делится не только своими впечатлениями и чувствами, но и мыслями. В качестве нововведений можно назвать комментирование события с авторской точки зрения. Помимо этого, героями репортажей теперь все чаще становятся частные лица, так сказать, «люди из толпы». Но есть и ощутимая потеря: в современной печати мы не наблюдаем живого репортажного ритма. Его нет в чистом виде, поскольку он смешивается с публицистикой, что приводит к потере столь привлекательной динамичности.

Этого неотъемлемого свойства любого толкового репортажа можно достичь благодаря особой, свойственной только этому жанру стилистике. В чем ее суть?

Хотелось бы рассмотреть это на примере спортивного телерепортажа, повествующего о победе российской футбольной сборной над Нидерландами на Евро-2008. Автор репортажа Александр Каневич максимально насытил свой репортаж яркими эпитетами, чтобы подчеркнуть атмосферу всеобщей радости, которая стояла на улицах российских городов. Репортаж начинается с усиления впечатления ожидания события, идет многократный повтор "Победа, которую ждали, в которую верили даже тогда, когда соперник сравнял счет...". Этот прием помог автору показать насколько важно для миллионов россиян этот результат. Стилистически обыграв факт, Каневич натолкнул даже незаинтересованного телезрителя на мысль о том, что произошло что-то историческое в мире российского спорта. Далее идет сравнение, которое окрашивает случившееся более ярко, сравнение, которое делает всех равнодушных хоть как-то причастными к успеху российской сборной. "На улицах такого праздника не бывало даже в День Победы...хотя сегодня, разве, не день победы?" Информация о том, что такие массовые гуляния бывают редко, затем идет многозначительная пауза и потом сравнение, которое заставляет зрителя задуматься. Дальше в своем материале Каневич старается придать еще большее значение факту, описывая радость от победы не только россиян, но жителей соседних государств. Приемом гиперболы журналист развивает мысль зрителя о том, что такие вещи происходят крайне редко. Стоит отметить, что на эту мысль автор слегка наталкивает, но совершенно ее не навязывает. Он предоставляет факт, показывает, что соседние государства тоже находятся под впечатлением. Фразу "За русских здесь всегда болеют как за своих" дополняет динамичный видеоряд, подтверждающий слова автора, который на протяжении всего репортажа усиливал впечатление зрителя от знаменитых 3:1. Ближе к концу репортажа динамичность начинает спадать. Это тоже один из приемов, который сделан для того, чтобы сидящий у экрана смог "переварить" усвоенную информацию, успокоиться. "Болельщики ликуют, но уже скоро им вновь предстоит собрать волю в кулак, чтобы еще раз поддержать сборную, которая подарила стране атмосферу большого праздника." Эти слова как бы подготавливают нас к тому, что возможны и новые свершения, но в целом сам факт был подан так, что случилось действительно что-то важное. Я считаю, что Каневич смог высказать свое авторское Я в репортаже, не надломив при этом структуру жанра. Стоит отметить и подход журналиста, который сыграл на эмоциях своего зрителя и раскрыл факт не только с точки зрения свершившегося исторического спортивного события, но и с точки зрения причастности к этому среднестатистического болельщика.

**2.2** Медийные авторские тексты

Итак, сложность авторского начала медийного текста можно изучать с применением шкалы сложностии выяснением техник усложнения – от авторизационных конструкций типа  «*Как известно»* к изъяснительным конструкциям и далее к прямой речи. Каждый из показателей чужой речи маркирует свою степень сложности текста: первую из них можно назвать скрытой, вторую – открытой, третью – явной полифоничностью. Понятно, что автор реального текста может сочетать эти маркеры чужой речи, создавая «мерцающую» полифоничность и добиваясь дополнительных стилистических эффектов.

Третий параметр стилистического анализа авторского начала – его удельный вес в тексте. Под этим параметром имеется в виду относительное текстовое пространство, отведенное под авторское начало. Современная техника позволяет измерить соотношение объективно-информативного и авторского начал в тексте в знаках или в процентном соотношении; удобно использовать и такие «меры», как абзац, раздел текста. Покажем это на примере текста из газеты «Известия»: *В середине прошлого века в оперу ходили на голоса. Когда голоса стали исчезать, началиходить на режиссуру. Потом режиссуры стало слишком много, и захотелось другого. Настало время музыки. То есть теперь хочется совсем незамысловатого – просто пойти на оперу Римского-Корсакова. Чтобы получить удовольствие. Так вот сейчас это и случилось. Событие нового спектакля – музыка. Оркестр увлекающий, захватывающий, горячий. Событийный, эмоционально разнообразный. Певучий и драматичный. Для Евгения Бражника «Царская» – своя партитура, которую он чувствует и любит. И лучше всего, когда о дирижере говорить не хочется, потому что все происходит само собой.*

         Подсчеты знаков показывают, что авторское начало составляет 39% (257 знаков из 651). Отметим, что в данном фрагменте текста его авторперсонально себя непроявляет, ведет объективированное изложение впечатлений от музыкального спектакля. И этот составляет один из резервов повышения удельного веса авторского начала. Так, во второй части фрагмента, где модус выражается нулевыми показателями, что обеспечивает «теневое» присутствие автора и практически не занимает текстового пространства, можно представить себе экспликации автора: *Оркестр показался мне увлекающим, захватывающим, горячим. Можно сказать, событийным, эмоционально разнообразным.* Понятно, что удельный вес авторского начала при этом существенно возрастет до 44%. Однако в исходном тексте автор проявляется минималистски, такова его коммуникативная тактика – представлять свои впечатления как объективные свойства вещей и событий.

Понятно, что новостной текст предполагает минимальный удельный вес авторского начала, тогда как аналитические жанры – максимальный. Очевидно, что повышение его удельного веса может производиться в соответствии с коммуникативным замыслом автора и жанром текста. Понятно, что нет стандартов проявления автора в медийном тексте, но ощущение, что автор занимает слишком обширное текстовое пространство, – возникает довольно часто при чтении материалов масс-медиа.

2.3 Авторские телепередачи

В постиндустриальную эпоху человек вряд ли может представить свою жизнь без информации, которую вещают не только печатные издания, радио, но и телевидение. Телевещательные каналы в последние десятилетия занимали основное место среди всех источников информации, но в силу электронного развития им пришлось соперничать с Интернетом, производящий с высокой скоростью обмен сообщениями. Несмотря на это телевидение по - прежнему занимает лидирующие позиции, производя качественный профессиональный видеопродукт, чем не могут отличиться Интернет – СМИ.Для завоевания большой аудитории телевидение выполняет различные функции – информационную, познавательную, образовательную, рекреационную, развлекательную. Такое разнообразие определяет высокую воздействующую силу на массу, а антропоцентризм современной лингвистической науки производит интерес к изучению индивидуально-авторских проявлений тележурналиста. А. А. Каширин, изучающий роль автора в медиапродукте, считает, что исследование личного медиадискурса тележурналиста подразумевает изучение вербальных и невербальных отличительных черт его языковой личности, а также экстралингвистических обстоятельств, характеризующих функционирование программы данного формата в рамках телевизионного дискурса, отличающийся сложной систематикой жанров. Жанр – это исторически определившийся вид отражения реальной действительности, располагающий набором сравнительно стабильных особенностей. Как правило, современную журналистскую работу подразделяют на три ключевых жанровых типа – это информация, аналитика, публицистика. В общем виде такую типологию можно соотнести с форматом телевизионных программ, который ориентирован на способ коммуникации, вид передачи информации.Авторские телепрограммы можно назвать лидирующими в плане коммуникативного воздействия на адресата, ведь все информационные месседжи воспринимаются зрителем через персонифицированность журналиста, его личность. Но понятие авторства в тележурналистике очень расплывчато в современном мире, сегодня над программой работает целая команда из операторов, сценаристов, осветителей, а не отдельно взятый журналист. Основной замысел авторский программ заключается в ярко выраженном «я», что противоречит безымянному продукту.Изучив ряд отечественных авторских программ («Познер», «Момент истины», «Открытым текстом»), можно отметить их следующие характерные черты:- четкая авторская позиция;-непосредственное участие автора во всем цикле создания продукта;- наличие особенного авторского стиля;- идентификация определенной информации с конкретным автором;- зачастую автор программы является ее ведущим.Успех авторской программы зависит от ряда аспектов: точное попадание формата итемы в целевую аудиторию, графическое и звуковое решение, экспозиция съемки, модель взаимодействия с аудиторией, внешний вид ведущего, его мимика, жесты, голос, дикция, маневрирование изобразительно – выразительными средствами речи.Для создания авторской передачи необходимо четкое составление плана, по которому будет следовать творческая команда программы. Здесь можно выделить несколько этапов:1. Разработка и постановка идеи, которая будет обозначена актуальной проблемой.2. Сбор материала по выбранной тематике будущей программы.

3.Написание сценария, где собранные материалы обрабатываются индивидуальным подходом автора.4. Съемочный процесс.5. Монтаж отснятого материала.6. Просмотр итогового продукта.7. Выпуск программы в эфир.

2.4 Авторские радопередачи

Хотелось бы разобраться в этом жанре авторского проявления на пяти примерах радиопередач разных станций и регионов России. Ниже будут приведена характеристика и пример разбора и критической оценки авторской радиопередачи.

1. Программа «Для особо культурных», Business-FM, Екатеринбург:

Стандартный крепкий продукт из серии «афиша».

Содержательная часть:

Ответственный подход ведущей к наполнению выпуска: не просто перечисление мероприятий и принимающих залов, как это часто бывает в «Афишах», а «подслушанное» репетиционное исполнение хора, фрагмент интервью с небезызвестным Дмитрием Коганом, любой добытый журналистом эксклюзив всегда «цепляет ухо» слушателя и побуждает, в данном случае, идти на концерт.

Технические замечания:

Резкие переходы от шапки к вступлению ведущей и несочетающиеся подложки в элементах программы. При конвертировании слишком «пережат» голос диктора (возможно, исходник был сохранен в mp3 с низким битрейтом); «синхронны» при монтаже слишком резко обрубаются. Стандартная концовка программы озвучена ведущей, явно один раз на все выпуски сразу, и заметно отличается по уровню и качеству звука от основной части выпуска. Не хватает коротеньких перебивок между перечислением культурных событий.

Завышен хронометраж — 6 минут. Особенно, если учитывать, что эфир идет на «Бизнес Фм» — у этой станции очень плотная эфирная сетка, все выходы и рубрики короткие, максимум — минуты полторы-две. Рубрика на 6 минут выбивается из сетки.

2. Программа «Кот-полиглот», Кот FM, Самара:

Очень интересный, оригинальный подход к запоминанию английских слов.

Содержательная часть:

На радио не так важно, как написанно, важнее как озвучено. Эта программа — отличное тому подтверждение! Как понятно из формата радиостанции и названия программы, весь контент «заточен» под ассоциативное присутствие «кота» в эфире, и Ведущая Оля Мур прекрасно справляется с ролью «кошки»: голос и подача материала соответствуют образу. Легкий развлекательный контент, который прекрасно усваивается на слух. Радио часто слушают фоном, а не с блокнотом и ручкой у приемника. Программа «Кот-полиглот» обучает английскому, рождая в голове слушателя живые образы и не отрывая его от текущих дел.

Хронометраж программы 2,5 минуты — равен звучанию одной песни в среднем — то время, когда слушатель музыкальной радиостанции готов прерваться на короткий развлекательный контент, зная, что он не будет длительным.

Технических замечаний нет. По звуку все гармонично. Перегружать такую программу звуковыми эффектами, чтобы еще больше добиться «картинки» в голове слушателя, нет необходимости.

3. Программа «Окно в Вятку», Мария FM, Киров:

Хороший развлекательно-познавательный продукт.

Качественное оформление программы, «богатый» тембр диктора в «шапке» программы. Легкая подача исторических событий ко дню рождения города, что эффективно усваивается слушателем и не дает переключаться.

В «шапке» задается стиль программы — она построена на контрастах: на «впечатлениях очевидцев» и «взгляде современников». «Впечатления» создает диктор-актер, обыгрывая историческую часть выпуска, «современник» говорит голосом молодой девушки, поясняя «исторический факт». Программа не перегружена информацией и создает праздничное настроение.

4. Программа «Шум времени», Нева FM, Санкт-Петербург:

После прослушивания такого проекта, хочется в конце, как в фильмах, услышать имена тех, кто коллективно трудился над программой. Добротные тексты. Отличная актерская работа, передающая настроение программы. Ответственный монтаж, создающий образ в голове слушателя, «проиллюстрированный» звук, если можно так выразиться — когда в подтверждение сказанному диктором, мы слышим звуковой ряд, звуковые эффекты и складывается «картинка», хотя на самом деле, на радио ее нет. Хорошая находка, как рассказать слушателю об истории простых вещей из повседневной жизни, о происхождении которых мы, порою, даже не задумываемся.

5. Программа «Крымский дневник», Эхо Перми, Пермь:

Интересная идея проекта с понятной задумкой радиодневника «Наши в Крыму». Странный выбор музыки для оформления — с явными арабскими мотивами. Затянут хронометраж — семь с половиной минут с синхроном-монологом — даже для формата «Эха» многовато. А учитывая, что запись не студийная, как поясняет нам диктор в самом начале программы — звук записан в аэропорту, трудно оставаться во внимании все 7 минут монолога. Проводя аналогию с репортажами на ТВ, в этом радиопроекте оставили только мнение респондента, а про корреспондента (репортера) забыли.

2.5 Выявление индивидуального стиля журналиста в рабочем процессе

Хотелось бы также рассмотреть выраженность авторского я и в заголовке. А также рассмотреть примеры того, как журналисты пользуются названием своего материала с целью выразить свой подход к рассмотрению проблемы. Заголовку как средству привлечения внимания придаётся большое значение в журналистике. Обычно он кратко информирует о содержании материала. По заголовку можно судить об отношении автора к описываемым событиям. Ведь в первую очередь проходящий мимо киоска с газетами и журналами человек обращает внимание на большие, ярки заголовки, или на такие кричащие надписи как: «Сенсация», «Не может быть» и т.д. Так же в список «говорящих» заголовков можно включить тему «насущных» проблем, т.е «Внимание, новым президентом Америки стал…» или «В России нашли лекарство от СПИДа» и т.д. Здесь журналистика пересекается с рекламной наукой.

Заголовок - очень важная часть рекламы. Именно в заголовке содержится суть обращения и главный аргумент. Важность заголовка обусловлена еще и тем, что примерно 80% читателей пробегают глазами только заголовки, не утруждая себя чтением основного рекламного текста. Таким образом, именно заголовок должен привлекать внимание потребителя и вызвать интерес, сегментировать целевую группу, идентифицировать суть статьи или анонса, или очерка и в конечном счете - продать их.

Безусловно, чтобы привлечь внимание, заголовок должен быть оригинальным и содержать информацию, актуальную для потребителя. Главное, чтобы заголовок зацепил внимание представителя целевой аудитории и автоматически перевел его из зрителя в читателя. Часто журналисты могут использовать переделанные пословицы, как в известном журнале «Следопыт»: «Без труда не съездишь в Париж никогда» или «Любишь кататься, люби и ездить в Альпы» и т.д. Или гипербола или оксюмороны, как часто бывает на первых полосах «Комсомольской правды» и «Аргументов и Фактов».

Виды заголовков можно объединить в две большие группы:

заголовки прямого действия - информативные. Такие заголовки представляют «преимущества» текста, дают рекламное обещание, определяют категорию издания. Заголовки прямого действия делятся на три типа:

а) сообщение о новинке:

В газете «Жизнь» появились свежие сплетни.

Впервые в России журнал «Мама» публикует советы специалистов «из первых уст;

б) утверждение (в том числе обещание):

Лучшие Энциклопедии от «АиФ».

Столичный гуманитарный институт. Современный уровень образования для региона;

в) команда (просьба):

Сделай окрытие!

косвенные заголовки характеризуются более низкой избирательностью и информативностью, но могут быть не менее эффективными. Это заголовки-провокации, интриги, двусмысленности, главная их задача - заинтриговать, завлечь читателя. Такой заголовок не сработает, если не сможет заинтересовать потребителя, вызвать его любопытство.

Психологи предложили ряд рекомендаций по правильному применению заголовка. Он должен удовлетворять следующим основным требованиям: быть целесообразно кратким. Заголовки длиной в десять и более слов воспринимаются хуже коротких; содержать в себе одновременно и указание на преимущество товара или услуги, и новость, возбуждение на любопытство; соответствовать определенному «рынку», обращаться к определенному виду читателей; привлекать, используя стиль новостей, говорящих о новых изданиях старого материала. В следующем абзаце будут приведены настоящие примеры таких заголовков.

«Золото нации» для материала про детские таланты состоятельных родителей (И. Авдеева для журнала «Глянец»), «Вот это животное!» для заметки про домашних питомцев (Н. Ёжик для журнала Cosmo), «Вечно живой город мёртвых» для материала об индийском городе Варанаси (И. Стогов для «Всемирного Следопыта»), «Ох уж этот семейный кодекс» об отношениях между матерью и ребёнком в журнале «Мама и я» (Т. Коростелёва) и многие другие.

Разбивка любого материала на части, его смысловая группировка неразрывно связаны с выделением смысловых опорных пунктов, заостряющих внимание и облегчающих запоминание текста. Журналист делит текст на синтаксические отрезки - абзацы, одинаковые по размеру, по количеству предложений. Это придаёт «записке» естественную размеренность, видна идейность и обдуманность.

Намечен план, движение, развитие темы, переходы, связи, журналист соединяет предложения в более крупные «блоки», которые не существуют изолированно от основной темы и самого структурного «эпизода» текста, но так или иначе сопоставляются, противопоставляются и вступают в другие смысловые взаимосвязи, нередко очень сложные, выражая движение, развитие идеи-темы. Так образуется синтаксические единицы - фрагменты. Они, как чаще всего бывает, несут наибольшую смысловую, информационную, композиционную и что важнее всего - эмоциональную нагрузку.

Организация фрагмента может быть разной, но так или иначе сообщение в нём осложняется линией субъективной оценки, точкой зрения автора, объективный, достоверный рассказ - личным восприятие автора. В дальнейшем эти две линии, взаимодействуя, образуют основу текста, во многом определяя его слог - выбор словесных конструкций.

В итоге, можно сделать вывод, что важной составляющей индивидуального творчества, индивидуального стиля автора-журналиста является отбор речевых средств, который придаёт материалу особый экспрессивно-эмоциональный характер.

Часто журналист стремится использовать хорошо знакомые читателю образы и понятия, которые ассоциируются с темой материала. Ассоциации помогают читателю осмыслить и воспринять факты, сравнить их с уже известными и привычными представлениями. Для этого журналисты в своей работе используют афоризмы, притчи, как уже отмечалось - пословицы, поговорки, а также слова популярных песен, рекламных текстов, литературных произведений, кинофильмов и др. Примеров можно привести великое множество, но вот некоторые из них:

«Из песни слов не выкинешь. Зато можно выкинуть музыку» (16 марта 2001 г.). Иногда текст заголовка полностью отличается от текста пословицы, но сохраняется пословичный способ выражения мысли: «Лучше быть богатым и любимым, чем бедным и постылым» (16 марта 2001 г.).

Часто проза уже не может выразить всех авторских эмоций. Заголовки представляют срифмованные строчки.

«Боец храни отчизну нашу за 30 руб., трусы и кашу!» (27 апреля 2001г.).

Заметка о курьезном случае в морге в г. Кадуе: «Им в избы незачем входить - медали призваны копить!» (16 марта 2001 г.)

«Вот нечто пролетело и - ага». (17 ноября 2000 г.).

Переделана строчка из стихотворения Маяковского: «Я русский бы выучил только за то, что им разговаривал Ленин».

«Болтун - находка для анархиста» (16 марта 2001 г.).

Среди лексических средств выразительности широко распространено использование многозначных слов.

«Злокачественное образование» (20 апреля 2001г.). Заголовок становится понятен после прочтения. Слово образование может восприниматься в значении: то, что образуется из чего-нибудь, после прочтения статьи становится ясно, что речь идет об обучении, совокупности знаний.

Заголовок может отличаться некоторой двусмысленностью, если слово употребляется в переносном значении:

«Буш сделал обрезание фильмами» (27 апреля 2001г.). Заметка о просьбе Буша вырезать постельные сцены из фильмов видеотеки его самолета. Слово «обрезание» в толковом словаре Ожегова имеет следующие лексическое значение: религиозный обряд у евреев и некоторых других народов, состоящий в удалении крайней плоти мужского члена у мальчиков.

«Этот «эшелон» под откос не пустишь!» (27 апреля 2001 г.). Слово «эшелон» использовано не в обычном своем лексическом значении. Речь идет о глобальной системе подслушивания «Эшелон».

Как средство выразительности может использоваться - метафоричность слов:

«В золотой семье - золотая свадьба» (16 марта 2001г.).

«Золотая семья» - семья чемпионов мира по спортивной гимнастике Муратовых.

В заголовках могут встречаться слова с низкой стилистической окраской:

«Как из оболтуса сделать звезду?» (13 апреля 2001 г.).

Выразительность может основываться на неясности, совместимости несовместного:

«Что носить, когда сняли одежду?» (16 марта 2001г). Заметка об искусстве рисунка по телу.

Часто в заглавии используются устойчивые выражения - фразеологизмы:

«Путин в Брунее носом не клевал» (17 ноября 2000 г.). Используется фразеологизм «клевать носом».

«В Лужниках наломали дров на 50 тысяч долларов» (13 апреля 2001 г.). Обыгрывается устойчивое выражение «наломать дров».

«Каковы наши шансы не ударить в лед лицом?» (27 апреля 2001г.).

Заметка о хоккее в России, используется фразеологизм «не ударить в грязь лицом».

Игра слов основана на противопоставлении, сопоставлении и объединении содержания слов с разным смыслом, но одинаковым произношением.

Кто-то из умных людей мудро назвал игру слов низшей формой проявления комического, очевидно, имея в виду первородную бесхитростность, понятность и безобидность. В руках мастера этот прием превращается в игру смыслами, обогащающими наше представление о человеке, предмете, явлении. Например: «Старая лянча колеи не испортит» (13 апреля 2001г.). Заметка о машинах. Игра слов лянча-кляча, переделана пословица: старая кляча колеи не испортит. Лянча - марка машины.

Таким образом, авторская фантазия не ограничена. В заголовках могут использоваться самые разные средства выразительности на уровне фонетики, морфологии, лексики, синтаксиса. Эти средства могут сочетаться, использоваться одновременно, прекрасно дополнять друг друга.

Проведённый анализ в теоретической главе свидетельствует о том, что среди факторов, обуславливающих специфику публицистического теста, одно из ведущих мест занимает личность журналиста, которая проявляется посредством текста. Личностное начало выражается всей совокупностью языковых и речевых средств публицистического текста. «Языковая личность» журналиста - многогранное явление. Её социальные, психологические, языковые характеристики чрезвычайно важны в социально-культурном аспекте.

Помимо личностного начала достаточную роль при создании индивидуального стиля журналиста играют синтаксическая организация текста, как результат выражения субъективного отношения автора к заданной теме и попытки сделать текст более доступным и близким морально и духовно для потенциального читателя.

 ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В современной журналистике образ автора соотносится и с особенностями индивидуального стиля журналиста, и со всем строем его сугубо личностного мировосприятия. Если в очерках 60-х и 70-х годов автор выступал «закадровой» силой или в качестве беспристрастного повествователя, то в произведениях последующих десятилетий он становится не только идейным рупором своих героев, но и выразителем собственных мнений, оценок, суждений, позиций и т.д. В современном очерке автор открыто проявляет особенности своего авторского самосознания, смело выступает от собственного «я», наконец, более свободен в проявлении творческой индивидуальности. Из взаимодействия этих и других авторских проявлений и возникает образ автора, являющийся, по мнению теоретиков, основной жанрообразующей категорией.

До недавнего времени не существовало четкого терминологического аппарата по определению данного понятия. Очень часто образ автора соотносили с неким художественным образом, хотя существует большая разница между функцией автора в литературном и журналистском произведениях. Чтобы показать эти различия, рассмотрим вопрос о соотношении образа автора с реальной личностью в литературе и в публицистике.

Образ автора в литературном произведении, как правило, не совпадает с реальной личностью писателя. Здесь он выступает в качестве художественного образа, созданного по законам типизации. При этом автор в литературном произведении, с одной стороны, наделен широкими возможностями в изображении героев, а с другой – обладает богатым спектром самовыявления. Именно отсюда и проистекают многообразные разновидности и формы авторства: писатель может выступить и как непосредственный участник события, и как сторонний наблюдатель, и как рассказчик, от лица которого читателю будет поведана история, и как человек, «организующий формально-содержательный центр художественного видения». Автор является центром того «замкнутого бытия», в границах которого возникает своеобразный художественный мир, существующий по своим законам. Создавая характеры своих вымышленных героев, он в принципе должен знать о них практически все, или почти все, чтобы в итоге воссоздать полнокровные художественные образы людей. Именно это позволило M.M. Бахтину заявить, что «автор не только видит и знает все то, что видит и знает каждый герой в отдельности и все герои вместе, но и больше их, причем он видит и знает нечто такое, что им принципиально недоступно, и в этом всегда определенном и устойчивом избытке видения и знания автора по отношению к каждому герою и находятся все моменты завершения целого – как героев, так и совместного события их жизни, т.е. целого произведения».

Участником этих событий, как мы уже отметили, может быть и сам автор, наделенный, как и его герои, определенными чертами и характеристиками. Автор может вступать в многообразные отношения со своими героями, общаться с ними, но при этом он всегда «находится на границе создаваемого им мира как активный творец его, ибо вторжение его в этот мир разрушает его эстетическую устойчивость».

Отличительной чертой современной журналистики является постоянное расширение арсенала художественно-выразительных средств, призванных наиболее ярко высветить тот или иной факт или явление действительности. Важнейшим элементом журналистского произведения (особенно в таких художественно-публицистических жанрах, как очерк, фельетон, памфлет) выступает публицистический образ, в основе которого лежит художественно-эстетический характер отображения действительности. Образы публицистики обладают синтетической природой. С одной стороны, в них сильно чувственно-эмоциональное начало, а с другой – логико-понятийное. Образная инфраструктура любого жанра художественной публицистики имеет тенденцию к постоянному расширению и обновлению. Чтобы показать, из каких компонентов выстраивается публицистический образ, обратимся к очерку как одному из самых интересных и емких жанров журналистики.

Природа современного очерка очень сложна. Она во многом обусловлена синтетическим характером данного жанра журналистики, находящегося в зоне активного продуктивно-творческого взаимодействия с литературой, искусством и наукой. В современном очерке интегрируются различные способы отображения социальной действительности, используются разнообразные литературные формы, применяется исследовательский подход в изучении человека, наконец, постоянно вырабатываются новые методы художественного и публицистического анализа.

Специфика художественности проявляется в очерке и в образном осмыслении фактов, и в особых способах актуализации авторской индивидуальности, и в характере проявления различных эстетических начал, связанных с отбором конкретных художественных приемов, со способом образного постижения мира и с поэтикой документального письма. Таким образом, журналисту, чтобы создать полноценный публицистический образ, необходимо не только включиться в познавательный процесс, но и образно осмыслить окружающий мир в зависимости от стоящих перед ним творческих задач. Различные представления о реальности, впечатления, эмоции, идеи являются основными источниками возникновения разнообразных мыслительных образов. Но следует отличать психический образ от образа как эстетической категории – с одной стороны, а с другой – художественные образы от публицистических.

Рассмотренные мной особенности в других формах журналистского произведения показали, что выраженность в радио и тележанрах существенно повышается. Так, ведущий может мимически выразить ту или иную мысль, использовать особую интонацию, чтобы обозначить позицию. Однако, дело обстоит не так просто, если журналист не имеет должной свободы. Это случается, когда он работает на зависимое издание, канал или радио. Здесь, обычно, автор выражает ту мысль, которую ему сказали обозначить. Но тем не менее, приемов для осуществления проявления авторского я у теле и радиожурналиста гораздо больше, нежели у печатника.

В курсовой работе были рассмотрены как теоретические, так и практические способы освещения проблемы. Исходя из всего изложенного, хочу сказать, что авторское я в журналистском произведении является основополагающим способом воздействия на аудиторию, а также предметом коммуникации с ней.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Андреева, Г.М. Психология социального познания: учебное пособие для вузов / Г.М. Андреева. - М. : Асток Пресс, 2009. - 303 с
2. Аналитические жанры газеты:. Хрестоматия -. М:. Изд-во. МГУ, 1989 - 236 с
3. Арнаудов М. Психология литературного творчества Прогресс; Москва; 1969
4. Балаклицкий. М. А. Эссе как художественно-публицистический жанр: методические материалы для студентов по специальности"Журналистика"/. М. А. Балаклицкий -. Х:. ХНУ имени. В. Н. Каразина, 2007 - 74 с
5. Белановский С.А. Методика и техника фокусированного интервью. М., 1993. С. 121.
6. Владимиров. В. М. Журналистика, лицо, общество: проблема понимания: монография /. В. М. Владимиров -. К:. Киев нац ун-т им. Тараса. Шевченко, 2003 - 220 с
7. Дэннис Э., Мэррилл Дж. Беседы о масс-медиа. Вагриус, 1997, 384с.
8. Засурский Я.:«Идет персонификация в средствах массовой информации» (Интервью С.Уразовой) // ТелеЦентр: Журнал о современном телевидении, радио и цифровом кино. №2(16). апрель-май 2006. С. 9-11
9. Ким, М.Н. Методы журналистики учебное пособие / М. Н. Ким. - М. : Михайлов В. А. , 2006.
10. Кожина, М. Н. Стилистика русского языка / М.Н. Кожина - М. : Просвещение, 1983.
11. Копнина Г.А. Речевое манипулирование. Флинта, 2008, 176с.
12. Лазутина Г.В. Профессиональная этика журналиста. М.: Аспект-Пресс, 2000, 208с.
13. Лизанчук. В. В. Основы радиожурналистики: учебник /. В. В. Лизанчук -. М.:. Знание, 2006 - 628 компакт-диск
14. Лубкович. М. Социология и журналистика: учеб /. И. М. Луб-Ковича -. М.:. ПАИС, 2005 - 176 с
15. Николаева Т. «Лингвистическая демагогия» // Прагматика и проблемы интенсиональности (сборник научных трудов) / Т.Николаева. – М.; 1988. – 359 с.
16. ПотятиникБ. В. Интернет-журналистика: учеб пособие /. Бо-рис. Потятиник -. М.:. ПАИС, 2010 - 246 с
17. Потятиник. Б. Медиа: ключи к пониманию /. Борис. По-тятиник -. М.:. ПАИС, 2004 - 312 с
18. Почепцов. Г. Г. Теория коммуникации /. Г. Г. Почепцов, 2-е изд, доп -. М.:. Изд центр"Киевский университет", 1999 - 308 с
19. Прохоров, Е.В. Введение в теорию журналистики: учебник для студентов вузов / Е.В. Прохоров - М. : Аспект Пресс, 2009. - 351 с.
20. Рощин С.К. Психология и журналистика. М., 1989, 192с.
21. Теплов, Б.М. Проблемы индивидуальных различий / Б.М. Теплов - М. : АПН РСФСР, 1961. - 535 с.
22. Тертычный А.А. Аналитическая журналистика: познавательнопсихологический подход. М., 1998, 245с.
23. Самарцев, О.Р. Творческая деятельность журналиста / О.Р. Самарцев - М. : Академия просвет, 2007
24. Сиберт С., Шрамм У!, Питерсон Т. Четыре теории прессы. Вагриус, 1998, 224с.
25. Солганик, Г.Я. Общие особенности языка газеты / Г.Я. Солганик. - М. : Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова (МГУ), 2010. - 128 с.
26. Солганик, Г. Я. Стилистика русского языка/ Г. Я. Солганик. - М. : Дрофа, 1996
27. Старуш, М.И. Авторское "Я" в публицистическом произведении : автореф. канд. дис. / М.И. Старуш. - М., 1985.
28. Стюфляева М.И. Образные ресурсы публицистики. М., 1982. С. 81
29. Фролова, И. Т. Философский словарь / И. Т. Фролова. - М. : Политиздат, 1981. - 445 с.
30. Халлер. М. Поиск и сбор информации: учеб пособие /. Миха-эль. Халлер -. М.:. АУП, 2006 - 308 с
31. Шерковин Ю.А. Психологические проблемы массовых информационных процессов. М., 1973, 215с.
32. [Электронный ресурс] – Энциклопедическая база данных – Режим обращения: [https://studfiles.net/preview/3113989/page:13/](https://studfiles.net/preview/3113989/page%3A13/) Дата обращения 04.05.18
33. [Электронный ресурс] - Архив радиостанций России- Режим обращения: [www.getonair.ru](http://www.getonair.ru). Дата обращения 18.05.18
34. [Электронный ресурс] – Архив газеты «АиФ» - Режим обращения: [www.aif.ru](http://www.aif.ru). Дата обращения 16.05.18