

*Молдавская Ольга Евгеньевна, кандидат филологических наук, старший преподаватель, кафедра славянской филологии, ПСТГУ, Москва*

**МЕТОДИЧЕСКОЕ ПОСОБИЕ «ПРАКТИКА НАПИСАНИЯ ТЕКСТОВ РАЗЛИЧНЫХ ЖАНРОВ» КАК НЕОБХОДИМЫЙ ДИДАКТИЧЕСКИЙ МАТЕРИАЛ ДЛЯ СТУДЕНТОВ ПРОФИЛЯ «МЕДИА И СОЦИАЛЬНЫЕ КОММУНИКАЦИИ»**

**Аннотация:** в статье дается обоснование и предлагается для обсуждения структура методического пособия для студентов магистратуры.

**Ключевые слова:** медиа-жанры, целевая аудитория издания, новость, аналитическая статья, интервью, пресс-релиз, реклама.

**Abstract:** the article provides a rationale and proposes for discussion the structure of a methodological guide for graduate students.

**Keywords:** media genres, target audience of the publication, news, analytical article, interviews, press release, advertising.

Актуальность поставленной темы определяется несколькими факторами.

Во-первых, обучающиеся в магистратуре по профилю «Медиа и социальные коммуникации» (направление подготовки: 45.04.01 Филология), как показала практика, не обладают навыком написания текстов различных жанров, что является необходимым умением для будущих журналистов.

Во-вторых, все имеющиеся курсы, читаемые в магистратуре ПСТГУ по данному профилю, не дают возможность сформировать необходимые для профессии компетенции.

В-третьих, задачи профессиональной деятельности, реализуемые в процессе обучения данному курсу, требуют однозначного владения практическими навыками, как-то:

- создание, редактирование, реферирование, систематизирование и трансформация (например, изменения стиля, жанра, целевой принадлежности текста) всех типов текстов официально-делового и публицистического стиля (в том числе деловой документации, рекламных, пропагандистских);

- анализ информации и подготовка информационно-аналитических материалов.

Исходя из этого, актуальность пособия, которое поможет студентам развить необходимые компетенции в рамках профессиональных задач становится очевидной. Поэтому структура предлагаемого пособия четко ориентирует студентов на то, какие именно компетенции развивают те виды учебной деятельности, которые предлагаются в пособии.

Вводная часть данного пособия содержит описание компетенций, которые должны быть сформированы в процессе обучения по данному профилю. Эта информация позволит студентам в начале курса составить четкое представление о том, какие задачи перед ними ставятся.

Итак, компетенции, формируемые в процессе обучения:

Общекультурные компетенции (ОК). Студент должен обладать в итоге: способностью к абстрактному мышлению, анализу, синтезу (ОК-1); готовностью действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения (ОК-2);

- готовностью к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала (ОК-3);

- способностью самостоятельно приобретать, в том числе с помощью информационных технологий и использовать в практической деятельности новые знания и умения, в том числе в новых областях знаний, непосредственно не связанных со сферой деятельности (ОК-4).

Общепрофессиональные компетенции (ОПК). Студент должен обладать в итоге: готовностью к коммуникации в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном языке для решения задач профессиональной деятельности (ОПК-1);

- владеть коммуникативными стратегиями и тактиками, риторическими, стилистическими и языковыми нормами и приемами, принятыми в разных сферах коммуникации (ОПК-2);

- способностью демонстрировать знания современной научной парадигмы в области филологии и динамики ее развития, системы методологических принципов и методических приемов филологического исследования (ОПК-3);

- способностью демонстрировать углубленные знания в избранной конкретной области филологии (ОПК-4).

Профессиональные компетенции (ПК).

В итоге студент должен обладать:

- способностью к созданию, редактированию, реферированию, систематизированию и трансформации (например, изменению стиля, жанра, целевой принадлежности) всех типов текстов официально-делового и публицистического стиля (ПК-10);

- готовностью к планированию и осуществлению публичных выступлений, межличностной и массовой, в том числе межкультурной и межнациональной коммуникации с применением навыков ораторского искусства (ПК-11).

- способностью рационально использовать материальные, нематериальные и финансовые ресурсы для образовательной деятельности, выполнения научных исследований и проектных разработок в соответствии с направленностью (профилем) магистерской программы (ПК-13);

- способностью соблюдать требования экологической и информационной безопасности при выполнении задач профессиональной деятельности в соответствии с профилем магистерской программы (ПК-14).

В качестве основной предполагается образовательная технология, реализуемая в форме учебного занятия, на котором заслушиваются и обсуждаются ответы студентов по заявленной заранее теме.

Также во вводной части пособия предлагается описание ФОС. Итоговая оценка складывается из следующих составляющих: посещаемость (10%), устные ответы на семинарах, участие в обсуждении (30%), портфолио

(выполнение практических заданий (60%). Таким образом, стимулируется творческая деятельность студентов по созданию портфолио, необходимая для формирования всех типов компетенций.

План курса состоит из 10 тем, каждая из которых отрабатывается на 2 семинарских занятиях, итого 40 академических часов. Темы семинаров охватывают все многообразие журналистских жанров, позволяя соединить теорию с практикой. К каждой теме предлагается необходимый теоретический материал, подобранный в соответствии с целью занятия из релевантных источников. Кроме того, пособие имеет большой объем приложений, в которые представляют из себя образцы для анализа. Темы распределены следующим образом:

1. Основные медиа-жанры и их характеристика.
2. Целевая аудитория издания: портрет, характеристики.
3. Способы удержать внимание аудитории.
4. Языковые уловки и изобразительно-выразительные средства языка.
5. Новость: структура и законы построения.
6. Аналитическая/информационная статья.
7. Как написать историю: техника стористелинга.
8. Как взять и написать интервью.
9. Пресс-релиз как жанр pr-текста.
10. Рекламный текст и его виды. Алгоритм создания рекламного текста.

Первая тема «Основные медиа-жанры и их характеристика» знакомит студентов с многообразием медиа-жанров и учит выявлять и дифференцировать их. Студенты должны узнать такие понятия, как медиалингвистика [1] и медиатекст, уметь вычленять основные характеристики медиатекста, владеть навыками анализа медиатекста с учетом его специфических свойств. Цель семинара реализуется в следующем плане:

- Задачи и предмет медиалингвистики.
- Понятие медиатекста в лингвистике: сравните основные определения и покажите, как трансформировалось и дополнялось значение термина.

- Специфика медиатекста, основные свойства.

Практическая часть предполагает следующие задания:

Найдите самостоятельно образцы медиатекстов и докажите их принадлежность к данному виду текстов.

Проанализируйте образцы предложенных текстов и определите их жанровую принадлежность.

Домашнее задание отрабатывает и закрепляет полученные на семинаре навыки: предлагается найти самостоятельно образцы медиатекстов разных жанров, выявить основные характеристики каждого жанра на конкретном примере.

Таким образом компетенции, которые формируются на занятии: ОК-1, ОК-4, ОПК-3, ОПК-4, ПК-10.

Вторая тема курса: «Целевая аудитория (ЦА)», в ее рамках студенты должны познакомиться с понятием целевой аудитории, уметь составлять ее портрет, владеть навыком адаптировать текст запросы аудитории. Цель семинара реализуется в следующем плане:

- Понятие целевой аудитории в маркетинге.
- Параметры, по которым выделяется ЦА: объясните, как каждая характеристика влияет на форму и содержание издания/текста.
- Сегментация ЦА Марка Шеррингтона.
- Пресс-кит издания как источник информации о целевой аудитории.

Практическая часть предполагает следующие виды деятельности:

Проанализируйте предложенный пресс-кит и объясните, как стиль и формат издания соотносится с целевой аудиторией, в чем это выражается?

Опишите портрет ЦА журнала, пользуясь параметрами для выделения ЦА.

Проанализируйте, для какой аудитории создан текст статьи, который дан в приложении. Адаптируйте данный текст, изменив стилистику и подобрав работающую для данной аудитории аргументы: обеспеченные женщины 35-50

лет, бизнесмены мужского пола, православные читатели журнала «Фома», подростки 13-16 лет, неработающие пенсионеры.

В качестве домашнего задания предлагается: самостоятельно найти пресс-кит любого издания и составить по нему портрет, придумать концепцию издания и составить пресс-кит издания на свое усмотрения, уделив особое внимание описанию целевой аудитории.

Таким образом, компетенции, развиваемые на втором занятии: ОК-1, ОК-4, ОПК-1, ОПК-3, ОПК-4, ПК-10.

Третья тема курса «Способы заинтересовать и удержать внимание аудитории». Данный семинар ставит своей целью узнать текстовые приемы поддержания внимания аудитории, уметь использовать их на практике, владеть навыком написания текста под запросы аудитории. Цель семинара реализуется в следующем плане:

- Эффектный заголовок.
- Актуализация содержания.
- Ссылка на общедоступный источник информации.
- Способы возбудить любопытство.
- Риторический вопрос/цитата.
- Ссылка на личный опыт/историю.
- Практичность: обещание предложить решение проблемы.
- Обманутые ожидания: как психологическая установка меняет отношение к тексту.

Практическая часть состоит из следующих заданий:

Найдите в сети примеры эффективных заголовков и проанализируйте, насколько текст статьи соответствует названию и выполняет обещания.

Проанализируйте тексты статей, данных в приложении, на предмет того, какими средствами поддерживается контакт с аудиторией и стимулируется ее интерес.

Проанализируйте тексты статей из различных изданий, и выясните, какими способами автор воздействует на аудиторию?

Сформулируйте законы успеха журналистского текста. В качестве домашнего задания предлагается написать текст, используя знакомые уже средства привлечения внимания аудитории.

Таким образом, компетенции, развиваемые на третьем занятии: ОК-1, ОК-4, ОПК-1, ОПК-3, ОПК-4, ПК-10.

Четвертая тема курса «Языковые уловки и изобразительно-выразительные средства языка» имеет целью узнать приемы языкового манипулирования и как их использовать в письменной речи, выявить тропы и фигуры речи, используемые в сфере убеждения и аргументации, научиться уместно применять художественно-образительные приемы, избегать типичных речевых ошибок. Цель семинара реализуется в следующем плане:

- Изобразительно-выразительные средства языка: виды тропов и риторические фигуры.

- Функции тропов: использование с разными целями - сделать речь разнообразной и однообразной, ситуативно уместной, нарочито неправдоподобной, наглядной, ясной, точной и неточной.

- Приемы образности и выразительности: в чем разница?

- Понятие языковой уловки.

- Причины неясности речи.

Практическая часть состоит из следующих заданий:

Приведите примеры различных тропов и объясните их функцию в каждом примере.

Проанализируйте текст из приложения и перечислите все языковые приемы, и выясните, насколько удачно они использованы?

Приведите примеры языковых уловок в журналистских, рекламных и пр-текстах.

В качестве домашнего задания предлагается самостоятельно найти журналистские тексты, в которых удачно используются изобразительно-выразительные средства языка, проанализировать, как стилистика соответствует задаче текста и его содержанию, а также напишите текст заметки ограниченного объема на заданную тему, используя языковые уловки и изобразительно-выразительные средства языка.

Таким образом, компетенции, развиваемые на четвертом занятии: ОК-1, ОК-4, ОПК-1, ОПК-3, ОПК-4, ПК-10.

Пятая тема курса «Новость: структура и законы построения» ставит своей целью узнать структуру, композицию новости как вида медиатекста, уметь анализировать ее структурно-семантические особенности, владеть навыком написания новости. Цель семинара реализуется в следующем плане:

- Структура новости: принцип треугольника.
- Типы заголовков.
- Стиль.

Практическая часть предлагает:

Проанализировать различные подборки новостей, данных приложении: композицию, стилистику, языковые приемы, чтобы выяснить, насколько удачно они использованы, в контексте типа каждого издания и характеристики его ЦА.

Привести удачные и неудачные примеры новостей (из сети, например, [www.lenta.ru](http://www.lenta.ru) или печатных СМИ) и объяснить, в чем заключаются ошибки.

В качестве домашнего задания предлагается написать несколько новостей на актуальную тему, для разной целевой аудитории, используя знания о структуре новости.

Таким образом, компетенции, развиваемые на пятом занятии: ОК-1, ОК-4, ОПК-1, ОПК-3, ОПК-4, ПК-10.

Шестая тема курса «Аналитическая/информационная статья» ставит своей целью узнать структуру и композицию аналитической/информационной статьи, на базе положений теории журналистики уметь анализировать современную



редакционную практику СМИ, уметь формулировать тезис и доказывать его, используя теорию аргументации, владеть навыком написания статьи. Цель семинара реализуется в следующем плане:

- Композиция статьи.
- Основные понятия теории аргументации: тезис, доказательство и его структура, аргументация, аргумент, факт, разъяснение, экзemplификация.
- Формулировка тезиса.
- Типы и приемы доказательств.
- Тактики аргументирования.
- Ошибки в аргументации.

Практическая часть предлагает:

Проанализировать несколько статей, определив тип статьи, тезис и аргументы, выяснить, насколько удачно сформулирован тезис и насколько убедителен аргумент.

Сформулировать законы успеха аналитической/информационной статьи

В качестве домашнего задания предлагается найти самостоятельно примеры аналитических статей и информационных статей и проанализировать их аргументацию и доказательную базу, объяснив, в чем ошибки.

Используя знания о структуре статьи такого типа, написать текст аналитической или информационной статьи на любую научно-популярную тему, объясняя читателям суть научного открытия или теории.

Таким образом, компетенции, развиваемые на шестом занятии: ОК-1, ОК-4, ОПК-1, ОПК-3, ОПК-4, ПК-10.

Седьмая тема курса «Как написать историю: техника стористеллинга» ставит своей целью узнать структуру, композицию и стилистические приемы, характерные для истории, уметь анализировать и отбирать нужную информацию, владеть навыком написания истории. Цель семинара реализуется в следующем плане:

Стористеллинг в маркетинге и законы построения сюжета в литературе 6 типовых сюжетов в литературе.

- Композиция и ее элементы, типы композиции.
- Понятие катарсиса.
- Кейс-метод в журналистике.

Практическая часть предлагает:

Проанализировать произведения мировой литературы, соответствующие 6 типам сюжета и соответствующие разным типам композиции.

Найти завязку, кульминацию, развязку в предложенных в приложении текстах, проанализировав структуру построения истории.

Выявить основные признаки стористеллинга как маркетинговой технологии на примере материалов из приложения.

Сформулировать законы успеха истории.

В качестве домашнего задания предлагается самостоятельно написать 2 истории с одним и тем же сюжетом, но с разными целями: редакционный текст для определённой целевой аудитории и маркетинговый стористеллинг.

Таким образом, компетенции, развиваемые на седьмом занятии: ОК-1, ОК-4, ОПК-1, ОПК-3, ОПК-4, ПК-10.

Восьмая тема курса «Как взять и написать интервью» ставит своей целью узнать процесс подготовки к интервью и его основные принципы, композицию и стилистические приемы, уметь выстраивать разговор, владеть навыком написания интервью. Цель семинара реализуется в следующем плане:

- Виды интервью.
- Композиция интервью: 20% вопросов на 80% ответов
- Логика построения интервью.
- Этапы подготовки.
- Практическая часть предполагает:
  - анализ журналистских текстов из приложения по предложенной схеме,
  - сравнить тексты интервью на разных этапах работы,
  - сформулировать на основе анализа законы успеха интервью.

В качестве домашнего задания предлагается самостоятельно выбрать персону, интересную ЦА выбранного студентом издания, и составить вопросы для интервью.

Таким образом, компетенции, развиваемые на восьмом занятии: ОК-1, ОК-4, ОПК-1, ОПК-3, ОПК-4, ПК-10.

Девятая тема курса «Пресс-релиз как основной жанр pr-текста» имеет целью узнать специфику деятельности PR [2], уметь анализировать структуру, композицию и стилистические приемы, характерные для pr-текстов, выстраивать pr-текст под коммуникативные задачи, владеть навыком написания пресс-релиза. Цель семинара реализуется в следующем плане:

- Цели и функции публичных отношений.
- Индивидуальный и корпоративный имидж: этапы его формирования средствами PR.
- PR-технологии формирования имиджа.
- Пресс-релиз как жанр pr-текста: назначение, классификация, структура, стилистические особенности.
- Другие жанры pr: имиджевое интервью, имиджевая статья.

Практическая часть предполагает:

- анализ способов формирования положительного имиджа в определенных компаниях на основе анализа их сайтов и соцсетей,
- анализ релизов из приложения на предмет заключенного в них ключевого послания,
- анализ различных pr-текстов из приложения на предмет композиции и стилистики,
- формулировка законов успеха пресс-релиза.

В качестве домашнего задания предлагается анализ pr-деятельности любой выбранной самостоятельно компании, а также написание текста пресс-релиза, посвященного презентации личного бренда и презентации проекта/хобби в соцсетях.

Таким образом, компетенции, развиваемые на девятом занятии: ОК-1, ОК-4, ОПК-1, ОПК-3, ОПК-4, ПК-10.

Десятая тема курса «Рекламный текст и его виды. Алгоритм создания реального текста» имеет целью узнать жанровую систему рекламных текстов и алгоритм работы над рекламным текстом, уметь использовать теоретические знания о рекламе как средстве коммуникации [3] для создания рекламных концепций и текстов, владеть навыком написания рекламных текстов различных жанров в соответствии с поставленной в рифе задачей. Цель семинара реализуется в следующем плане:

- Основные жанры рекламных текстов.
- Бриф и его структура
- Алгоритм работы над рекламным текстом.
- Правовое регулирование рекламы в СМИ [4].

Практическая часть предполагает:

- анализ предложенных в приложении рекламных макетов/статей на предмет выявления способов мотивации, соответствия целевой аудитории,
- анализ самостоятельно найденных материалов с рекламой фармпрепаратов, детских товаров, юридических услуг на предмет соответствия закона о рекламе.

В качестве домашнего задания предлагается создать рекламные тексты и слоганы под определённую цель и запросы целевой аудитории.

Таким образом, компетенции, развиваемые на десятом занятии: ОК-1, ОК-4, ОПК-1, ОПК-3, ОПК-4, ПК-10.

Таким образом, явными достоинствами пособия являются:

- его нацеленность на отработку практических навыков и формирования необходимых журналисту компетенций,
- тщательно отобранная теоретическая информация сразу из нескольких областей знаний (журналистика, литературоведение, стилистика, теория аргументации, маркетинг, реклама, связи с общественностью),

- большой объем практической деятельности по созданию собственного портфолио студента,

- тщательно подобранная база текстов для анализа, позволяющая развить нужные навыки и соединить теорию с практикой.

### **Библиографический список:**

1. Добросклонская, Т.Г. Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ (современная английская медиаречь) [Электронный ресурс]: учеб. пособие / Т.Г. Добросклонская. — 3-е изд., стер. — М.: ФЛИНТА, 2019. — 264 с. — ISBN 978-5-9765-0273-4. — Режим доступа: <https://rucont.ru/efd/244207>.

2. Катлип С., Сентер А., Брум Г. Паблик рилейшнз: теория и практика: пер. с англ. — 8-е изд. — М., 2001.

3. Огилви Дэвид. Огилви о рекламе; пер. с англ. А. Гостева и Т. Новиковой. — 7-е изд. — М. Манн, Иванов и Фербер, 2020. — 304 с.

4. Рихтер А.Г. Правовые основы журналистики: учеб. — М.: ВК, 2009.