

ЭВОЛЮЦИЯ ТВОРЧЕСКИХ МЕТОДОВ АНАЛИТИКИ

Д. А. Шавров

*Белорусский государственный университет,
ул. Кальварийская, 9, 220004, г. Минск, Республика Беларусь,
d.shavrov97@mail.ru*

Исследуются современные творческие методы аналитической журналистики на материале медиатекстов белорусских СМИ. Автор делает вывод о выделении в качестве самостоятельного – гибридного метода колумнистики, основанного на синкретизме публицистического и эссеистского методов.

Ключевые слова: аналитика; аналитическая журналистика; творческие методы.

THE EVOLUTION OF ANALYTICAL CREATIVE METHODS

D. A. Shavrov

*Belarusian State University,
9, Kalvariyskaya Str., 220004, Minsk, Republic of Belarus
Corresponding author: D. A. Shavrov (d.shavrov97@mail.ru)*

Modern creative methods of analytical journalism are explored based on media texts of the Belarusian media. The author concludes that columnist method, based on the syncretism of publicist and essayistic methods, has been identified as an independent hybrid method.

Keywords: analytics; analytical journalist; creative methods.

Современное представление о творческих методах аналитической журналистики основано на исследованиях классика белорусской школы журналистики Б. В. Стрельцова. В книге 2002 года «Метод и жанр» профессор выделил три основных творческих метода, характерных для СМИ того времени: публицистики, эссеистский, деловой аналитики [1]. Т. Д. Орлова оценила эти методы как позволяющие «фиксировать события или оценивать и объяснять их» [2, с. 23–24].

Тем не менее, за прошедший период журналистика пережила ряд важных процессов, повлиявших на трансформацию всех ее сфер. Широкое распространение получила интернет-журналистика, которая сама значительно модернизировалась за это время. Появились социальные медиа, которые трансформировали представление о представлении контента. Таким образом, перед исследователями встала задача уточнения и конкретизации современной классификации творческих методов.

Рассмотрим определенные Б. В. Стрельцовым методы аналитики. Метод публицистики является методом открытого убеждения реципиента, обусловленное раскрытием сути объекта исследования и основанное на подробном его исследовании. Ученый отмечает, что журналист должен тщательно разобраться в сути изучаемого явления [1, с. 42–43]. Основой эссеистского метода является принцип рассуждения, который возник в связи с усложнением социальных процессов в 1990-е годы. Неоднозначность событий и явлений, наблюдаемых в эту эпоху, не позволяли журналистам дать конкретную оценку, в связи с чем анализ основывался на субъективизме и собственных выводах авторов [1, с. 73–74]. Третий метод – деловой аналитики – отличается от двух предыдущих анализом и синтезом фактологической информации, анефиксацией явлений действительности. А. В. Потребин, продолживший исследование деловой аналитики, отмечает обусловленность использования метода в аналитических медиатекстах «социально ответственным и этичным экономическим поведением людей, что происходит за счет формирования экономической культуры общества» [3, с. 14]. Автор отмечает привязку деловой аналитики к экономической журналистике, которая имеет прагматический характер и «требует полноты информации, научной точности и почти невозможного в рамках публицистики стремления к объективности» [3, с. 14].

С целью исследования используемых творческих методов в аналитических медиатекстах были проанализированы 850 медиатекстов, опубликованных осенью 2023 года в газетах «СБ. Беларусь сегодня» (284 материала), «Рэспубліка» (194), «Мінская праўда» (201), а также на сайте информационного агентства БЕЛТА (171). Было определено, что в 354 случаях использовался публицистический метод, в 8 – эссеистский, в 19 – деловой аналитики. При этом в 471 медиатексте определяется сочетание публицистического и эссеистского методов, которое не дает достоверно выделить один используемый метод, поскольку в равной степени аналитиками используются и убеждение, и рассужде-

ние. Характерно, что еще в 2002 году Б. В. Стрельцов писал о достижении наибольшего аналитического эффекта при сочетании в авторском тексте эссеистского и публицистического метода [1, с. 73–74]. По словам автора, в жанрах статьи, обзора и рецензии уже в тот период определялась заметная синергия двух методов [1, с. 57]. Соответственно, к 2023 году подобный гибридный метод стал не просто более распространен, но и начал превалировать над другими аналитическими методами. Таким образом, следует выделить гибридный метод как отдельный творческий метод современной аналитической журналистики. Он может быть назван методом колумнистики, поскольку, как пишет О. М. Самусевич, жанр колонки «находится на грани аналитических и художественно-публицистических жанров» [4, с. 510], а следовательно соответствует выводам о сочетании в новом методе убедительно-аналитических и рассудительных (эссеистских) элементов.

Таким образом, творческими методами современной аналитики являются публицистический, эссеистский методы, методы деловой аналитики и колумнистики.

Библиографические ссылки

1. *Стральцоў Б. В.* Метад і жанр. Асновы творчага майстэрства журналіста: Вучэб. дапам. для студэнтаў спец. Е23 01 08-01 «Журналістыка». Мн.: БДУ. 2002. 118 с.
2. *Орлова Т. Д.* Метод Стрельцова // Журналістыка ў суладдзі з жыццём: да 90-годдзя заслужанага дзеяча культуры Рэспублікі Беларусь, доктара філалагічных навук, прафесара Барыса Васільевіча Стральцова : зб. навук. прац / пад агул. рэд. канд. філал. навук дацэнта В. П. Вараб’ёва. Мінск : БДУ. 2016. С. 20–26.
3. *Потребин А. В.* Деловая журналистика и деловая аналитика: деятельность, тип медиа, творческий метод // Журнал Белорусского государственного университета. Журналистика. 2023. №1. С. 10–16.
4. *Самусевіч В. М.* Публіцыстыка, журналістыка, калумністыка: да праблемы дэфінітыўнага вызначэння // Стылістыка: мова, маўленне і тэкст: матэрыялы IV Між-народнай навукова-практычнай канферэнцыі, прысвечанай 95-годдзю заслужанага работніка адукацыі Рэспублікі Беларусь, доктара філалагічных навук, прафесара Міхася Яўгенавіча Цікоцкага; пад агул. рэд. В. І. Іўчанкава. Мінск : Адукацыя і выхаванне 2017. С. 506–512.