



УДК 070; 316.77; 82

DOI 10.52575/2712-7451-2022-41-2-205-213

Публицистика: ее сущность и роль в обществе

Осипова Е.А.

Белгородский государственный национальный исследовательский университет,
Россия, 308015, г. Белгород, ул. Победы, 85
E-mail: osipova_e@bsu.edu.ru

Аннотация. Познание социальной действительности – насущная потребность каждого человека и общества. Публицистика как особый вид познавательной, творческой деятельности, как своего рода летопись общественно-политической жизни страны не только содержит уникальный фактический материал о событиях и явлениях действительности, но и интерпретирует их. На протяжении десятилетий публицистика находится в фокусе пристального внимания исследователей, пытающихся раскрыть ее сущность и преобразующий потенциал, однако на сегодняшний день обобщающее определение публицистики не сформировано. Автором поставлена цель – рассмотреть сущностные особенности публицистики как деятельности, нацеленной на познание действительности и активизацию общественного диалога. В работе показано, что эффективность публицистики обусловлена личностью автора, чья гражданская позиция и «доказательное» слово являются залогом доверия общества, сделаны выводы о том, что современная российская публицистика находится под влиянием таких тенденций, как усиление влияния законов рынка, сужение жанрового спектра, упрощение читательских интересов и снижение требований к стилистическому качеству речи. Сегодня, в условиях повышенной социальной динамики и активной разработки российским обществом системы ценностей, публицистика как важнейший механизм формирования общественного сознания приобретает особую актуальность.

Ключевые слова: публицистика, общественное мнение, факт, автор, аудитория, публичный диалог, жанр

Для цитирования: Осипова Е.А. 2022. Публицистика: ее сущность и роль в обществе. Вопросы журналистики, педагогики и языкознания, 41(2): 205–213. DOI: 10.52575/2712-7451-2022-41-2-205-213

Publicism: It's Essence and Role in Society

Elena A. Osipova

Belgorod National Research University
85 Pobeda St, Belgorod 308015, Russia
E-mail: osipova_e@bsu.edu.ru

Abstract. The knowledge of social reality is an urgent need of every person and society. Publicism as a special kind of cognitive, creative activity, as a kind of chronicle of the socio-political life of the country not only contains unique factual material about the events and phenomena of reality, but also interprets them. For decades, publicism has been the focus of close attention of researchers trying to reveal its essence and transformative potential, but to date, a generalizing definition of publicism has not been formed. The author aims to consider the essential features of publicism as an activity aimed at cognition of reality and activation of public dialogue. The paper shows that the effectiveness of publicism is due to the personality of the author, whose civic position and "evidence-based" word are the key to public confidence, conclusions are drawn that modern Russian publicism is influenced by such trends as increasing the influence of market laws, narrowing the genre spectrum, simplifying reader interests and reducing the requirements for stylistic quality of speech. Today, in conditions of increased social



dynamics and active development of the value system by the Russian society, publicism as the most important mechanism for the formation of public consciousness is becoming particularly relevant.

Keywords: publicism, public opinion, fact, author, audience, public dialogue, genre

For citation: Osipova E.A. 2022. Publicism: It's Essence and Role in Society. Issues in Journalism, Education, Linguistics, 41(2): 205–213 (in Russian). DOI: 10.52575/2712-7451-2022-41-2-205-213

Введение

Сегодня, в условиях повышенной социальной динамики и активной разработки российским обществом системы ценностей, публицистика как важнейший механизм формирования общественного сознания приобретает особую актуальность. Публицистика оказывает качественное воздействие на культуру и образ мыслей общества, определяет динамику его развития, характер доминирующих нравственных ценностей и эстетических установок. Как замечает А.П. Короченский, «*журналистика и публицистика, располагающие большим потенциалом распространения знаний и развития коммуникационного опыта граждан*», играют ключевую роль в формировании современной коммуникационной культуры наряду с образованием и средствами массовой информации [Короченский, 2004, с. 41].

Особый статус публицистики в культуре, ее чрезвычайно важная роль в решении актуальных социальных задач обуславливает то, что она оказывается в фокусе самого активного внимания исследователей, пытающихся раскрыть ее сущность и потенциал преобразующего воздействия (В.Е. Здорова [1970, 1979], В.В. Ученова [1971, 1979], Е.П. Прохоров [1973, 1984], В.М. Горохов [1975], Б.Я. Мисонжников [2000, 2014], А.П. Короченский [2004], А.В. Полонский [2007, 2008, 2017], А.Н. Козлович [2010], Л.Е. Кройчик [2014, 2015], В.В. Хорольский [2014], М.В. Загидуллина [2018], А.А. Тертычный [2018] и др.).

Предметом аналитического осмысления в статье является сущность и роль публицистики в обществе.

Цель работы – рассмотреть сущностные особенности публицистики как деятельности, нацеленной на познание текущей социальной действительности, активизацию общественного диалога и формирование общественного сознания.

Актуальность исследования определяется, с одной стороны, особой значимостью публицистики в современном обществе, в формировании его сознания и в моделировании его информационно-коммуникативной среды, а с другой – отсутствием ее обобщающего определения.

Для реализации исследовательских задач были использованы общенаучные методы, включая метод теоретического анализа научных источников, который позволил определить степень изученности данной проблемы и спектр существующих точек зрения.

Публицистика: в поисках оснований

Исследованию публицистики посвящены труды многих ученых, которые фокусируют свое внимание на разных ее аспектах. По определению Е.П. Прохорова, признанного классика теории журналистики, публицистика – тип познания, который «*требует сплава, соединения, переплетения научно-теоретического и художественно-образного мышления*» [Прохоров, 1973, с. 90]. В качестве объекта публицистики ученый рассматривает «*современную социальную действительность... события прошлого и... будущее, которое имеет актуальное... значение*» [Прохоров, 1984, с. 185]. Цель публицистической деятельности – формирование общественного мнения в отношении тех или иных событий социальной действительности. Результат в публицистике может быть достигнут «*таким ана-*

лизом ситуаций жизни, когда оказывается отоблизованным общественное мнение... влияющее на принятие решений» [Прохоров, 1984, с. 185].

При осмыслении природы публицистики многие исследователи едины во мнении о политической составляющей этого многоаспектного феномена. В.В. Ученова, понимая под публицистикой *«массовые популярные политические тексты...»* [Ученова, 1979, с. 230], отмечала ее способность быть *«средством массового политического общения»* [Ученова, 1971, с. 31] и оперативно воздействовать на общество, формировать его политические установки.

В широком смысле – как вид общественно-политической деятельности – рассматривает публицистику и В.И. Здорова, определяя ее предмет как *«...социально-политический аспект экономических, производственных, морально-этических, научных и... других явлений жизни»* [Здорова, 1970, с. 17].

Понятия «публицистика» и «журналистика» исследователями зачастую рассматриваются в их взаимоотношении, пересечении. Интерпретируя публицистику как высший род журналистики, В.М. Горохов в своих работах акцентировал внимание на том, что публицистическое произведение всегда основывается на богатом жизненном материале и отображает *«факт общественно-политической деятельности, развивает политическую идею применительно к более широкому кругу духовных ценностей»* [Горохов, 1975, с. 23].

В свою очередь, А.Н. Козлович подчеркивает, что *«публицистика вырастает из журналистики... как осознанная ответственность автора придать факту или явлению яркий образ действительности...»* [Козлович, 2010, с. 4]. Публицистика, предметом которой является *«вся жизнь, современная и прошлая, частная и общественная, реальная и отображенная в СМИ»* [Козлович, 2010, с. 3], как и журналистика, направлена на сбор и распространение информации, однако, на что обращает особое внимание автор, во-первых, в публицистике недопустимо безадресное информирование; во-вторых, автор-публицист, в отличие от журналиста, не дистанцируется от факта, а интерпретирует его.

По замечанию А.Н. Козловича, «публицистика, не ставящая перед собой миссионерских целей, таковой не является по сути» [Козлович, 2010, с. 3]. Сравнивая публицистику с рекой, А.Н. Козлович полагает, что публицистический текст – это не что иное, как *«специфически оформленный поток мыслей и чувств автора»: «публицистические формы как нигде более условны, подвижны, легко меняют очертания, перетекая одна из другой и обратно»* [Козлович, 2010, с. 5]. Сегодня, по его мнению, негативной тенденцией является сокращение жанрового многообразия публицистики, в арсенал которой ранее входили *«практически все газетно-журнальные жанры и их стилевые возможности: очерка, эссе, статьи, заметки, памфлета, открытого письма, интервью...»* [Козлович, 2010, с. 3], которые обеспечивали ее жизнеспособность и эффективность. Среди главных причин этих явлений, которые называет исследователь, – коммерциализация и снижение профессионального уровня публицистов.

Публицистическое произведение, по мнению Л.Е. Кройчика, – это *«вечный диалог автора с аудиторией»*, который рождается в процессе творческой деятельности. Главные особенности такого диалога – равноправие сторон и со-творчество, а цель – в *«совместном поиске ответов на беспокоящие общество вопросы»* [Кройчик, 2015, с. 140]. Ученый подчеркивает, что публицистическое произведение представляет собой рабочую гипотезу, которая может быть проверена и опровергнута читателями. Следовательно, главная задача публициста состоит не только в том, чтобы научить аудиторию мыслить самостоятельно, но и в том, чтобы *«превратить рабочую гипотезу в концепцию»*, в основе которой – твердая уверенность в правоте личных убеждений [Кройчик, 2015, с. 141].

Об эффективности публицистического диалога можно судить по взаимодействию адресанта и адресата: *«Автор предпочитает работать на поле своей аудитории, аудитория ищет своего автора»* [Кройчик, 2015, с. 142]. Основа любого диалога – смыслообразующее зерно, адекватно воспринимаемое его участниками. В процессе взаимодействия

публициста с аудиторией происходит «со-творчество: *со-чувствие, со-действие, со-переживание*» [Кройчик, 2015, с. 143].

Как замечает Л.Е. Кройчик, в современной российской публицистике полноценный диалог автора с аудиторией прерван вследствие замены авторитетного публициста, «властителя дум», экспертом, который не исследует глубинные процессы, протекающие в социуме, а всего лишь фиксирует их. В этом случае *«публицистическое произведение превращается в матрицу – исчезает авторская индивидуальность и живое слово публициста»* [Кройчик, 2014, с. 136]. Выживание средств массовой информации сегодня напрямую зависит от соответствия контента интересам потребителей. Обращая внимание на проблемы публицистики, Л.Е. Кройчик подчеркивает, что в периодических изданиях в настоящее время нечасто встречаются очерки, эссе, фельетоны, рецензии, в то же время наиболее востребованными становятся такие жанры, как интервью, статья, репортаж, комментарий: *«Наглядность, образность, эмоциональность – не в чести. Качественные... издания... превращаются в аналитические бюллетени, центральное место в которых отводится не судьбе человека в обществе, а деятельности властных... структур»* [Кройчик, 2014, с. 134]. Л.Е. Кройчик предупреждает также, что дегуманизация контента СМИ, отказ от нравственных идеалов становится опасной тенденцией, которая уже привела к тому, что в фокусе общественного внимания оказываются *«события скандально-криминального типа...»* [Кройчик, 2015, с. 143]. Человек же с его духовно-нравственным капиталом и системой ценностей оказывается не востребован рыночной публицистикой.

Связывая публицистику с журналистикой, многие исследователи, по мысли А.А. Тертычного, не принимают во внимание многообразие сфер ее бытования, среди которых литература, кинематограф, изобразительное искусство. Публицистика «использует возможности той или иной из сфер, что способствует созданию своеобразных публицистических произведений» [Тертычный, 2018, с. 96]. Ученый подчеркивал, что все публицистические произведения нельзя относить исключительно к публицистике художественной и выделяет три главных вида публицистики: документальную, художественную и художественно-документальную.

Основу документальной публицистики составляют реальные события, в которых главными героями являются конкретные люди, а не вымышленные персонажи. Процессы, описываемые в таких произведениях, имеют высокое социальное значение и отличаются глубиной интерпретации, профессиональным мастерством авторов, которыми, как правило, являются журналисты. Поэтому документальную публицистику относят к журналистике. К литературному творчеству относят художественно-публицистические произведения, в них *«обобщается опыт жизни, переживания и чаяния, судьбы множества людей, через которые проявляется "лицо" актуальной современности»* [Тертычный, 2018, с. 97]. Авторы художественной публицистики, в большинстве своем, – писатели, мастера художественного слова.

Художественно-документальная публицистика представляет собой результат взаимодействия двух вышеназванных видов. Для текстов этого направления характерна опора на документальные факты, а эмоциональное воздействие достигается благодаря авторской художественной фантазии писателей и журналистов [Тертычный, 2018, с. 97].

Благодаря развитию новых, сетевых технологий, благодаря современным способам подачи информации сегодня ярко представлено жанровое многообразие сетевой публицистики. Так, мультимедийность как комплекс средств отображения действительности, таких как слово, звук, графика, видеоизображение, делает текст *«наглядным, экспрессивным, что способствует эмоциональному воздействию публикации на аудиторию»* [Тертычный, 2014, с. 14]. Гипертекстуальность позволяет интернет-аудитории более глубоко и разнообразно «рассмотреть» замысел автора, *«проследить эволюцию взглядов публициста и понять, почему это происходит»* [Тертычный, 2014, с. 14]. Пользователь может выбрать наиболее полезные ему ресурсы. Эффективности коммуникативного процесса в интернет-

пространстве способствует интерактивность, которая проявляется в активном взаимодействии публициста с аудиторией. Пользователи сети могут оставлять развернутые комментарии, отражающие точку зрения по обсуждаемой теме, и даже полемизировать с автором в режиме онлайн. У него появляется возможность оценивать реакцию читателей на произведение и при необходимости его корректировать. Эти аспекты сетевой публицистики подробно анализируются А.А. Тертычным.

Беспокойство исследователей сегодня вызывают факторы, оказывающие пагубное влияние на состояние публицистики. В частности, А.А. Тертычный отмечает стремление многих редакций выстраивать работу по образцам, характерным для западной журналистики. Результатом «вестернизации» становятся упрощенные, малозатратные информационные сообщения, преимущественно развлекательного содержания, предназначенные для широкой аудитории [Тертычный, 2018, с. 98]. В недавнем прошлом самая читающая в мире российская аудитория в настоящее время практически не обращается к качественным публикациям. Снижению уровня информационных ожиданий аудитории способствует, по мысли ученого, широко тиражируемое в СМИ «*легковесное чтение*». Как замечает А.А. Тертычный, со страниц периодических изданий исчезает думающий автор, а на телевидении ему отводится лишь роль модератора. Публицист представляет серьезную угрозу учредителям и владельцам изданий, которым «*не нужны "умники", желающие с помощью публичного слова воздействовать на аудиторию*» [Тертычный, 2018, с. 99].

«*Общественной саморефлексией*», «*механизмом тонкого реагирования*», «*живым и непосредственным организмом общественного коммуницирования*» называет публицистику Б.Я. Мисонжников, с точки зрения которого существование этой «*ярко выраженной феноменологической текстовой системы*» возможно лишь в той социальной среде, в которой «*реализуются гуманитарные отношения*» [Мисонжников, 2014, с. 10, 14]. Публицистическое произведение «*всегда интегрировано с... политическим дискурсом, который несет в себе идеологическое содержание*» [Мисонжников, 2000]. Публицистика, как замечает исследователь, «*особенно нужна людям, без нее крайне сложно разобраться в ситуации, принять адекватные решения и сделать правильный выбор социального поведения*» [Мисонжников, 2014, с. 8], однако в современных условиях, когда преобладает влияние технизма, публицистика, которая «*всегда носила гуманистический характер, отстаивала высокие нравственные идеалы*», переживает кризис, обусловленный утратой интереса аудитории «*к духовной и... гуманитарной стороне журналистского творчества...*» [Мисонжников, 2014, с. 10].

Под влиянием массовой культуры формируется психология потребителей с гедонистическими устремлениями: «*...Массовый читатель не стремится к интеллектуальному напряжению или политической борьбе*» [Хорольский, 2014, с. 64]. В.В. Хорольский связывает проблему расширения практики поверхностного чтения и отсутствия глубокого анализа серьезных публицистических произведений с массовой «усталостью» населения ряда стран, вынужденного бороться за свое существование в условиях жесткой рыночной конкуренции. Налицо «банализация культурных интересов» и «эрозия читательских предпочтений», проявляющихся в «*просматривании гламурных журналов, "сканировании" заголовков... бездумном чтении "для отдыха"...* Наблюдается откат от завоеванных достижений в области массовой духовной коммуникации. Читатель... вымирает как класс» [Хорольский, 2014, с. 63, 68].

В качестве особого вида творческой деятельности, направленной на осмысление и преобразование текущей социальной реальности, на «*решение насущных социальных проблем с целью гармонизации жизни человека в обществе*», рассматривает публицистику А.В. Полонский [2008, с. 60]. Публицистика – это творчество, которое «*всегда реализуется через личностный мировоззренческий выбор, через речь автора, до предела насыщенную социальной информацией и социальной эмоцией*» [Полонский, 2008, с. 60; Полонский, 2017, с. 119]. Объектом публицистики исследователь называет «*социального*

человека – субъекта социальных отношений и социальной деятельности, во всем многообразии его отношений к природе, обществу, самому себе и к актуальному времени», а предметом – социальный факт как «результат активного взаимодействия субъекта с объектом», как «знак текущей социальной действительности» [Полонский, 2007, с. 127].

Среди фундаментальных функций публицистики А.В. Полонский выделяет когнитивную, обеспечивающую «публицистическое познание факта», коммуникативно-информационную, которая проявляется в создании необходимых социально-информационных условий для взаимодействия разных социальных субъектов, социально-преобразующую, связанную с моделирующим воздействием публицистики на общественное сознание, на формирование гражданской позиции и векторов мировоззренческого выбора, а также социально-дидактическую и социально-просветительскую [Полонский, 2008, с. 59]. Говоря об идеологической функции публицистики, ученый отмечает, что исследователи не всегда относят ее к фундаментальным на том основании, что, как они полагают, публицистика не должна быть идеологизированной. «Однако, – пишет исследователь, – публицистика, отстраненная от идеологии, – это миф, поскольку человека и тем более публициста невозможно оторгнуть от системы его идей и взглядов... Идеология принимает на себя основополагающую функцию в выработке аксиологических критериев» культуры и личности [Полонский, 2008, с. 60]. Совокупность взаимосвязанных функций публицистики составляет ее функциональную модель.

Пространство массмедиа стало «благодатной почвой» для возникновения публицистики Web 2.0. Новые информационно-коммуникативные условия способствуют модернизации традиционных жанров публицистики. Сетевая публицистика, как правило, лаконична, что во многом обусловлено «нежеланием» «человека медийного» [Мансурова, 2010; Вартанова, 2015] воспринимать слишком много информации. В результате пользователь сети ограничивается прочтением небольших сообщений, избегая объемных материалов, требующих глубокого размышления над авторской позицией. Господствующие в Глобальной сети «гражданские журналисты» не имеют четкого представления о жанрах. Авторы-любители, как правило, не задумываются о ценностном содержании материалов, не испытывают чувства ответственности за дезинформацию, которую они публикуют. Под влиянием этих факторов публицистическое произведение как реализация творческого замысла публициста теряет свою оригинальность и силу авторского воздействия.

Публицистика Web 2.0 представляет собой «высказывания участников интернет-коммуникации по социально значимым вопросам в форме развернутого смысловывающего текста или диалога, направленного на формулирование смыслов и практико-ориентированных призывов, способствующих развитию публичной сферы и ее рационально-критического потенциала» [Загидуллина, 2018, с. 226]. В отличие от классического представления о публицистике как о способе формирования единого общественного мнения и гражданской позиции, сегодня очевидно появление феномена «масс-селфкоммуникации», когда содержанием публичного монолога выступает и самопозиционирование, и сознательное отсеечение полемических точек зрения...» [Загидуллина, 2018, с. 226]. М.В. Загидуллина подчеркивает, что публицистическое высказывание становится «словом для своих» и «словом о себе». В первом случае речь идет о людях, разделяющих мнение публициста, во втором – автор открыто демонстрирует свою приверженность одной из идеологических позиций. В публицистике Web.2.0 сохраняются принципы публицистичности, но в то же время, она наполняется недостоверными, безосновательными мнениями. С профессиональной публицистикой публицистику Web.2.0 связывают «художественность и эстетический потенциал, гражданственность, мобилизационный пафос», а отличают от нее «импровизационность и устойчивость к вызовам оппонентов, которые способствуют поиску новых убедительных аргументов, а не стремлению ограничиться взаимными оскорблениями...» [Загидуллина, 2018, с. 232]. Необходимо отметить так называемые «проблемные зоны эпохи 2.0», среди которых, по мнению М.В. Загидуллиной,

– «непрофессиональный контент», «информационный мусор», «использование платформ коллективной коммуникации в манипулятивных целях...» [Загидуллина, 2018, с. 228].

«Сетевые публицисты» зачастую снижают требования к культуре своей речи, пренебрегая соблюдением литературных норм, поэтому в их материалах нередко встречаются орфографические и пунктуационные ошибки, нарушение сочетаемости слов и стиля изложения. К особенностям сетевой публицистики можно отнести избыточное использование стилистически сниженной лексики (*музон, круто, прикид*) и англицизмов (*лайфхак, хейтер, пранк*).

В.А. Сидоров обращает внимание на то, что важнейшей задачей научного сообщества сегодня является осознание сущности публицистики, которая способна противостоять разрушительной силе массмедийного ширпотреба [Публицистика..., 2014. с.220]. Свое почетное место публицист должен занять и среди медийных личностей, популярность которых стремительно возросла на фоне падения уровня доверия населения к СМИ.

Заключение

Публицистика как своего рода летопись общественно-политической жизни страны не только содержит уникальный фактический материал о событиях и явлениях текущей социальной действительности, но и интерпретирует их. Трудно переоценить значимость публицистики в современном обществе. Публицистика способствует формированию общественного сознания, поэтому культурные, политико-идеологические и социально-экономические проблемы должны находиться в фокусе внимания публицистов, способных дать им экспертную оценку и включить ее в широкий общественный диалог.

Сегодня на качественное состояние и развитие публицистики в информационном пространстве оказывают, как отмечают исследователи, негативное влияние вестернизация, коммерциализация, снижение профессионального статуса авторов, сужение жанрового многообразия, упрощение читательских предпочтений.

В современных реалиях преобразующий потенциал публицистики как важнейшего механизма формирования общественного мнения приобретает особую актуальность.

Список литературы

- Горохов В.М. 1975. Закономерности публицистического творчества (пресса и публицистика). М., Мысль, 192 с.
- Вартанова Е.Л. 2015. «Человек медийный» как результат социального развития? *Меди@льманах*, 5 (70): 8–10.
- Загидуллина М.В. 2018. Публицистика 2.0: к определению понятия. *Вестник Санкт-Петербургского университета. Язык и литература*, 15 (2): 220–235. DOI: 10.21638/11701/spbu09.2018.206.
- Здорова В.И. 1970. Публицистика, ее природа, общественная роль, гносеологические и психологические основы. Автореф. ... докт. филол. наук. М., 62 с.
- Здорова В.И. 1979. Слово тоже есть дело: некоторые вопросы теории публицистики. М., Мысль, 174 с.
- Козлович А.Н. 2010. Восход и заход публициста. Минск. КАМУНИКАТ. URL: <https://kamunikat.org/?pubid=13511> (дата обращения: 25.02.2022).
- Короченский А.П. 2004. Медиакритика и медиаобразование. *Высшее образование в России*, 8: 40–46.
- Кройчик Л.Е. 2014. Принципы публицистического творчества. *Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика*, 5: 130–144.
- Кройчик Л.Е. 2015. Диалоговые ресурсы публицистики. *Вопросы теории и практики журналистики*, 4 (2): 139–148. DOI: 10.17150/2308-6203.2015.4(2).139-148.
- Мансурова В.Д. 2010. «Медийный» человек как проекция дигитальной онтологии. *Известия Алтайского государственного университета*, 2-2 (66): 116-120.
- Мисонжников Б.Я. 2000. Отражение действительности в тексте. В кн.: Основы творческой деятельности журналиста. Под ред. С.Г. Корконосенко. СПб., Знание, СПБИНВЭСЭП: 95-122.



- Мисонжников Б.Я. 2014. Феноменология публицистического текста. В кн.: Публицистика в современном обществе. Материалы науч.-практ. семинара «Современная периодическая печать в контексте коммуникативных процессов (трагедия публицистики в информационном обществе)», 14 ноября 2013 года, Санкт-Петербург. Под ред. Б.Я. Мисонжникова. СПб., С.-Петерб.гос. ун-т, Ин-т «Высш. шк. журн. и мас. коммуникаций»: 5-15.
- Полонский А.В. 2007. Публицистика как вид социальной деятельности: объект и предмет. В кн.: Журналистика и медиаобразование. Сб. тр. II Междунар. науч.-практ. конф., 1-3 октября 2007, Белгород: в 2 т. Т. 1. Под ред. А.П. Короченского. Белгород, БелГУ: 126–129.
- Полонский А.В. 2008. Публицистика как особый вид творческой деятельности. *Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: Гуманитарные науки*, 11 (51): 56–61.
- Полонский А.В. 2017. Публицистика в диалоге с жизнью. В кн.: Проблемы лингвистики и лингводидактики. Междунар. сб. науч. ст. Вып. V. Под ред. С.А. Моисеевой, Л.Г. Петровой. Белгород, 117-121.
- Прохоров Е.П. 1973. Публицист и действительность. М., Изд-во Моск. ун-та, 317 с.
- Прохоров Е.П. 1984. Искусство публицистики: размышления и разборы. М., Советский писатель, 359 с.
- Публицистика в современном обществе. Материалы науч.-практ. семинара «Современная периодическая печать в контексте коммуникативных процессов (трагедия публицистики в информационном обществе)», 14 ноября 2013 года, Санкт-Петербург. Под ред. Б.Я. Мисонжникова. СПб., С.-Петерб.гос. ун-т, Ин-т «Высш. шк. журн. и мас. коммуникаций»: 218-225.
- Тертычный А.А. 2018. Публицистика в современных российских СМИ: рефлексия и практика. *Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Литературоведение. Журналистика*, 23 (1): 95–102. DOI: 10.22363/2312-9220-2018-23-1-95-102.
- Ученова В.В. 1971. Гносеологические проблемы публицистики. М., Изд-во МГУ, 146 с.
- Ученова В.В. 1979. Публицистика и политика. М., Политиздат, 271 с.
- Хорольский В.В. 2014. Публицистика, медиаобразование и бегство читателя от автора. В кн.: Публицистика в современном обществе. Материалы науч.-практ. семинара «Современная периодическая печать в контексте коммуникативных процессов (трагедия публицистики в информационном обществе)», 14 ноября 2013 года, Санкт-Петербург. Под ред. Б.Я. Мисонжникова. СПб., С.-Петерб.гос. ун-т, Ин-т «Высш. шк. журн. и мас. коммуникаций»: 62-69.

References

- Gorokhov V.M. 1975. Zakonomernosti publitsisticheskogo tvorchestva (pressa i publitsistika) [Patterns of journalistic creativity (press and journalism)]. М., Publ. Mysl', 192 p.
- Vartanova E.L. 2015. Is "homo mediatus" an outcome of social development? *Medi@l'manakh*, 5 (70): 8-10.
- Zagidullina M.V. 2018. Journalism 2.0: towards definition of the concept. *Vestnik Sankt-Peterburgskogo universiteta. Yazyk i literatura*, 15 (2): 220–235. DOI: 10.21638/11701/spbu09.2018.206.
- Zdorovega V.I. 1970. Publitsistika, ee priroda, obshchestvennaya rol', gnoseologicheskie i psikhologicheskie osnovy [Journalism, its nature, social role, epistemological and psychological foundations]. Abstract ... doc. philol. Sciences. М., 62 p.
- Zdorovega V.I. 1979. Slovo tozhe est' delo: nekotorye voprosy teorii publitsistiki [The word is also the deed: some questions of the theory of journalism]. М., Publ. Mysl', 174 p.
- Kozlovich A.N. 2010. Voskhod i zakhod publitsista [The rise and fall of a publicist]. Minsk. KAMUNIKAT. Available at: <https://kamunikat.org/?pubid=13511> (accessed: 25.02.2022).
- Korochenskiy A.P. 2004. Mediakritika i mediaobrazovanie [Media criticism and media education]. *Higher Education in Russia*, 8: 40-46.
- Kroychik L.E. 2014. The principles of publicistic writing. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10: Zhurnalistika*, 5: 130–144.
- Kroychik L.E. 2015. Dialogue resources of journalism. *Theoretical and Practical Issues of Journalism*, 4(2): 139–148 (in Russian). DOI: 10.17150/2308-6203.2015.4(2).139-148.
- Mansurova V.D. 2010. "Media man" as a projection of digital ontology. *Izvestiya Altayskogo gosudarstvennogo universiteta*, 2-2 (66): 116-120.

- Misonzhnikov B.Ya. 2000. Otrazhenie deystvitel'nosti v tekste [Reflection of reality in the text]. In: Osnovy tvorcheskoy deyatel'nosti zhurnalista [Fundamentals of creative activity of a journalist]. Ed. S.G. Korkonosenko. SPb., Publ. Znanie, SPbIVESEP: 95-122.
- Misonzhnikov B.Ya. 2014. Fenomenologiya publitsisticheskogo teksta [Phenomenology of journalistic text]. In: Publitsistika v sovremennom obshchestve [Publicism in modern society]. Materials of scientific and practical. Seminar «Modern periodicals in the context of communicative processes (the tragedy of journalism in the information society)», November 14, 2013, St. Petersburg. Ed. B.Ya. Misonzhnikov. SPb., Publ. S.-Peterb.gos. un-t, In-t «Vyssh. shk. zhurn. i mas. kommunikatsiy»: 5-15.
- Polonskiy A.V. 2007. Publitsistika kak vid sotsial'noy deyatel'nosti: ob"ekt i predmet [Publicism as a kind of social activity: object and subject]. In: Zhurnalistika i mediaobrazovanie [Journalism and Media Education-2007]. Proceedings of the II International Scientific and Practical Conference, October 1-3, 2007, Belgorod: v 2 vols. Vol. 1. Ed. A.P. Korochensky. Belgorod, Publ. BelGU: 126–129.
- Polonskiy A.V. 2008. Publitsistika kak osobyuy vid tvorcheskoy deyatel'nosti [Journalism as a special kind of creative activity]. Belgorod State University Scientific bulletin. Humanities Sciences, 11 (1): 56–61.
- Polonskiy A.V. 2017. Publitsistika v dialoge s zhizn'yu [Journalism in dialogue with life]. In: Problemy lingvistiki i lingvodidaktiki [Problems of linguistics and linguodidactics]. Mezhdunar. sb. nauch. st. Iss. V. Eds. S.A. Moiseeva, L.G. Petrova. Belgorod, 117-121.
- Prokhorov E.P. 1973. Publitsist i deystvitel'nost' [Publicist and reality]. M., Publ. Mosk. un-ta, 317 p.
- Prokhorov E.P. 1984. Iskusstvo publitsistiki: razmyshleniya i razbory [The art of journalism: reflections and analysis]. M., Publ. Sovetskiy pisatel', 359 p.
- Publitsistika v sovremennom obshchestve [Publicism in modern society]. Materials of scientific and practical. Seminar «Modern periodicals in the context of communicative processes (the tragedy of journalism in the information society)», November 14, 2013, St. Petersburg. Ed. B.Ya. Misonzhnikov. SPb., Publ. S.-Peterb.gos. un-t, In-t «Vyssh. shk. zhurn. i mas. kommunikatsiy»: 218-225.
- Tertychnyy A.A. 2018. Publizm in modern russian media: reflection and practice. RUDN journal of studies in literature and journalism, 23 (1): 95–102. DOI: 10.22363/2312-9220-2018-23-1-95-102.
- Uchenova V.V. 1971. Gnoseologicheskie problemy publitsistiki [Epistemological problems of journalism]. M., Publ. Izd-vo MGU, 146 p.
- Uchenova V.V. 1979. Publitsistika i politika [Publicism and politics]. M., Publ. Politizdat, 271 p.
- Khorol'skiy V.V. 2014. Publitsistika, mediaobrazovanie i begstvo chitatelya ot avtora [Journalism, media education and the reader's escape from the author]. In: Publitsistika v sovremennom obshchestve [Publicism in modern society]. Materials of scientific and practical. Seminar «Modern periodicals in the context of communicative processes (the tragedy of journalism in the information society)», November 14, 2013, St. Petersburg. Ed. B.Ya. Misonzhnikov. SPb., Publ. S.-Peterb.gos. un-t, In-t «Vyssh. shk. zhurn. i mas. kommunikatsiy»: 62-69'

Конфликт интересов: о потенциальном конфликте интересов не сообщалось.

Conflict of interest: no potential conflict of interest related to this article was reported.

Поступила в редакцию 24.04.2022

Received April 24, 2022

Поступила после рецензирования 02.05.2022

Revised May 2, 2022

Принята к публикации 10.06.2022

Accepted June 10, 2022

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ

INFORMATION ABOUT THE AUTHOR

Осипова Елена Александровна, ассистент кафедры коммуникативистики, рекламы и связи с общественностью, Белгородский государственный национальный исследовательский университет, г. Белгород, Россия

Elena A. Osipova, Assistant of the Department of Communication Studies, Advertising and Public Relations, Belgorod National Research University, Belgorod, Russia