

## ТВОРЧЕСКИЕ МЕТОДЫ БЕЛОРУССКОЙ АНАЛИТИЧЕСКОЙ ЖУРНАЛИСТИКИ

## CREATIVE METHODS OF BELARUSIAN ANALYTICAL JOURNALISM

**Д. А. Шавров,**  
аспирант кафедры периодической  
печати и веб-журналистики БГУ

**D. Shaurou,**  
PhD student of the Department of Periodical  
Press and Web-journalism, BSU

Поступила в редакцию 12.12.2023.

Received on 12.12.2023.

Исследуются творческие методы современной белорусской аналитической журналистики на примере публикаций общественно-политических изданий и авторских телеграм-каналов. Происходящая трансформация белорусских медиа, связанная с ускорением информационных процессов, нестабильной геополитической обстановкой и информационными войнами, непосредственно влияет и на парадигму творческих методов. Все эти процессы несомненно, по мнению автора, повлияли на структуру творческих методов аналитической журналистики. Автор представляет новую классификацию творческих методов.

*Ключевые слова:* аналитическая журналистика; творческие методы; публицистика; эссеистика; деловая аналитика.

The author explores the creative methods of modern Belarusian analytical journalism using the example of publications of socio-political publications and author's Telegram channels. The ongoing transformation of the Belarusian media, associated with the acceleration of information processes, the unstable geopolitical situation and information wars, directly affects the paradigm of creative methods. All these processes undoubtedly, in opinion of the author, influenced the structure of creative methods of analytical journalism, which makes it necessary to study the ongoing processes and adjust the classical classification of creative methods.

*Keywords:* analytical journalism; creative methods; journalism; essays; business analytics.

Происходящая трансформация белорусских медиа, связанная с ускорением информационных процессов, нестабильной геополитической обстановкой и информационными войнами, определенно влияет и на парадигму творческих методов. События 2020 г. значительно изменили белорусскую медиасреду: в частности, более активно стала развиваться авторская аналитическая журналистика. Аналитические медиатексты, значимым признаком которых, по мнению О. В. Ширяевой, «является коммуникативная установка ... текстов на интеллектуально-абстрагирующие операции с информацией: анализ, сопоставление, синтез, систематизация, диагноз, прогнозирование» [1, с. 27], стали активно использоваться не только на традиционных платформах (в газетах, на телевидении и радио), переживающих трансформационные процессы. Новой популярной платформой для аналитиков стал Telegram, интерфейс которого позволяет авторам публиковать свои медиатексты в авторских телеграм-каналах. Все эти процессы несомненно повлияли на структуру творческих методов аналитической журналистики. Аналитическая журналистика, как отмечает Л. П. Белякова, «эффективный инструмент в системе информационного обеспечения самых различных явлений, событий, идей, включая инновационные проекты» [2, с. 49], что подчеркивает значимость аналитики в контексте реализации государственной информационной политики и защиты информационной безопасности Республики Беларусь.

В 2002 г. в книге «Метод и жанр» профессором Б. В. Стрельцовым была определена система творческих методов аналитической журналистики, характеризовавшая имеющуюся на тот момент жанровую и методическую ситуацию в отечественной

прессе. Ученый определяет три основных метода: публицистики, эссеистики, деловой аналитики [3]. Как пишет Т. Д. Орлова, аналитические методы, определенные Б. В. Стрельцовым, позволяют «либо фиксировать события, либо их оценивать и объяснять» [4, с. 23–24]. Однако в связи с рядом изменений парадигм аналитической журналистики, сочетание публицистических и эссеистских элементов в современных медиатекстах является более выраженным, чем это было 20 лет назад в текстах, анализируемых профессором Б. В. Стрельцовым. Таким образом, целью исследования является конкретизация классификации творческих методов аналитической журналистики на основании практики современных белорусских медиаресурсов.

Конкретизируем понимание Б. В. Стрельцовым творческих методов аналитики. Так, под методом публицистики ученый подразумевает открытое убеждение читателя журналистом [3, с. 42]. Убеждение обусловлено стремлением автора к объективному раскрытию сути объекта исследования. Как отмечает Б. В. Стрельцов, журналисту необходимо основательное погружение в суть изучаемого явления [3, с. 43]. К аналитическим жанрам, которые характеризуют публицистический метод, автор относит комментарий, аналитическую корреспонденцию, статью, обзор [3, с. 45–65]. При использовании эссеистского метода в аналитических медиатекстах журналисты прибегают к рассуждению [3, с. 72]. По словам Б. В. Стрельцова, экономические, политические и социальные процессы в 1990-е гг. усложнились, из-за чего в большинстве случаев журналисты-аналитики не могут дать им однозначную оценку, в связи с чем авторы прибегают к эссеистскому методу отражения действительности, основанному на субъективизме, собственных выводах, озарении и рефлексии.

сии. Обращает внимание, что Б. В. Стрельцов также делает вывод, что наибольший аналитический эффект достигается при сочетании в авторском монологе эссеистского и публицистического метода [3, с. 73–74]. К жанровым формам, которым присущ метод эссеистики, белорусский ученый относит журналистское расследование, рецензию, некоторые формы корреспонденции, полемическую статью, очерк [3, с. 75–85]. Обращают на себя внимание выводы ученого, который отмечает явное проявление в жанрах статьи и обзора двух творческих приемов – публицистического и эссеистского [3, с. 57]. Речь идет об уже упомянутой форме полемической статьи. Как отмечает Б. В. Стрельцов, жанровые модели статьи и обзора отличаются от других аналитических жанров более активным включением в текст образных компонентов, что и придает публицистическому тексту эссеистские элементы [3, с. 72].

Третьим методом аналитической журналистики в типологии Б. В. Стрельцова является деловая аналитика. Основным отличием от публицистического и эссеистского метода выступает не фиксация событий и явлений окружающей действительности, а анализ и синтез фактологической информации [3, с. 104–105]. При этом исследователь отмечает, что публицистика, эссеистика и деловая аналитика базируются на рациональной аргументации. Аналитические медиатексты, в которых используется метод деловой аналитики, приближен к научным статьям, где отсутствует эмоционально-образный компонент, а авторский монолог представляется, как пишет ученый, «холодно-рассудительным» [3, с. 105]. Метод деловой аналитики преимущественно используется в медиаресурсах со специфической аудиторией, интересующейся темами, в первую очередь, связанными с экономикой [там же]. В современной отечественной науке деловую аналитику исследует А. В. Потребин. По его словам, использование в аналитических медиатекстах метода деловой аналитики «обуславливает социально ответственное и этичное экономическое поведение людей», что «происходит за счет формирования экономической культуры общества» [5, с. 14]. Итоги исследования, проведенного автором, показывают, что в современных СМИ метод деловой аналитики характерен и для деловой и бизнес-журналистики, и для общественно-политических изданий. А. В. Потребин отмечает, что в современных СМИ встречается деловая аналитика с использованием методов убеждения (констатации) [5, с. 15]. Выраженное использование метода деловой аналитики в аналитических медиатекстах на тему экономики исследователь объясняет невозможностью решения задач экономических СМИ за счет применения только публицистического метода. Как отмечает автор, экономическая журналистика имеет «прагматический характер», который «требует полноты информации, научной точности и почти невозможного в рамках публицистики стремления к объективности» [там же].

Необходимо также упомянуть и о других исследователях, изучающих творческие методы создания аналитических медиатекстов. Так, исследователь О. Д. Кузнецова сформулировала свою теорию творческих методов журналистики:

аналитические методы дифференцируются на критический, обзорный и корреспондентский. Критический метод, по мнению ученого, используется журналистами при создании текстов, связанных с непосредственной авторской оценкой событий, – рецензий, художественных или научных критических статей, творческих портретов. Метод обзора используется для написания обзоров, обзоров писем и прессы. Корреспондентский метод служит основой для создания открытых писем, корреспонденций, статей [6, с. 60]. Некоторые авторы в более поздних исследованиях используют классификацию аналитических жанров О. Д. Кузнецовой [7, с. 60]. Данная структура методов не учитывает ряд факторов, связанных с созданием аналитических медиатекстов. Так, например, жанр комментария не связан с непосредственной авторской оценкой в связи с тем, что в этом жанре автор выражает не субъективное мнение (как, например, в рецензии), а объективное, основанное на фактах, мнениях экспертов и другой аргументации. В свою очередь жанр статьи – один из наиболее трудоемких жанров журналистики, при создании которого журналисту-аналитику недостаточно углубиться в суть события. Ему также необходимо узнать аргументацию разных экспертов, прийти на этой основе к собственным всеобъемлющим выводам и лишь после этого приступить к созданию текста. Следовательно структура методов О. Д. Кузнецовой ограничивает все возможные аналитические формы. Таким образом, в исследовании мы исходим из классификации творческих методов Б. В. Стрельцова как наиболее отражающей различные способы реализации аналитического инструментария в медиатексте. Однако, как уже было сказано, трансформация медиасреды ставит вопрос об актуальности этой структуры и ее соответствии ситуации в современных медиа.

*Методология исследования.* Были исследованы 194 аналитических медиатекста, опубликованных в общественно-политических изданиях Беларуси («СБ. Беларусь сегодня», «Рэспубліка», «Народная газета», «Сельская газета», «7 дней», «Минская правда») в сентябре-октябре 2022 г. (таблица 1).

Поскольку сегодня значимой площадкой для публикации авторской аналитики являются телеграм-каналы, то для исследования были также отобраны шесть телеграм-каналов белорусских журналистов и экспертов, публикующих в своих авторизованных каналах аналитическую информацию (таблица 2).

Были выбраны авторские каналы Игоря Тура («Главный. Тур», 6704 подписчика на момент исследования), Марии Петрашко («ПЕТРАШКО», 4702 подписчика), Ильи Бегуна («Илья Бегун. Авторитарненко», 2522 подписчика), Андрея Муковозчика («Накипело», 1987 подписчиков), среди экспертов – Александра Шпаковского («Шпаковский. По существу», 11 077 подписчиков), Алексея Дзерманта («Дзермант», 8537 подписчиков), Алексея Беляева («Беляев. О геополитике и не только», 223 подписчика). Общее количество проанализированных постов, опубликованных в августе-октябре 2023 года – 312.

**Таблица 1 – Использование аналитических творческих методов в материалах белорусских общественно-политических изданий**

Издание	Публицист. метод	Эссеистский метод	Деловой аналитики	Публицистический + эссеистский (колонистика)	Всего
СБ. Беларусь сегодня	14	8	7	42	61
Рэспубліка	3	0	8	38	49
Народная газета	1	0	3	19	23
Сельская газета	1	0	4	8	13
7 дней	1	0	0	3	4
Минская правда	3	1	3	27	34
<i>Всего</i>	23	9	25	137	194

**Таблица 2 – Использование аналитических творческих методов в постах авторских Telegram-каналов**

Telegram-канал	Публицист. метод	Эссеистский метод	Деловой аналитики	Публицистический + эссеистский (колонистика)	Всего
Главный. Тур	1	7	0	55	63
Накипело	0	14	0	8	22
Илья Бегун. Авторитарненко	0	26	0	54	80
ПЕТРАШКО	20	1	2	20	43
Шпаковский. По существу	12	1	0	35	48
Беляев. О геополитике и не только	0	2	0	5	7
Дзермант	15	15	0	19	49
<i>Всего</i>	48	66	2	196	312

Как видно из результатов контент-анализа, в проанализированных общественно-политических изданиях обращает на себя внимание явное преимущество синтетического публицистическо-эссеистского метода создания аналитического медиатекста, т. е. чаще всего авторы сперва анализируют событие, проблему, явление, далее – применяют элементы субъективизма, где четко выражают свое отношение к рассматриваемой проблеме. На втором месте – метод деловой аналитики, который, как и отмечал в своем исследовании А. В. Потребин, преимущественно касается материалов экономической проблематики. За ними следуют публицистический (13) и эссеистский (9) методы. Отметим, что эссеистский метод в 8 из 9 случаев был обнаружен в газете «СБ. Беларусь сегодня», автором всех текстов выступил А. Муковозчик, стиль текстов которого предполагает использование многочисленных образно-выразительных элементов, что и придает текстам яркую эссеистскую направленность.

Результаты анализа аналитических публикаций в авторских телеграм-каналах свидетельствуют об отсутствии общей тенденции использования аналитических творческих методов, в отличие от общественно-политической прессы. Каждый автор выбирает собственную методику создания аналитического контента. Так, Игорь Тур применяет синтез публицистического и эссеистского методов и лишь изредка выбирает другие методы. Илья Бегун также предпочитает подобный синтетический метод, но часто выбирает и эссеистский способ создания аналитического медиатекста. В аналитических постах Александра Шпаковского также превалирует синтетический публицистическо-эссеистский метод, но значительную роль в текстах аналитика играет и публицистический метод. Мария Петрашко равное

количество раз использовала публицистический метод (т. е. без какой-либо субъективной оценки) и синтез публицистического и эссеистского методов. Кроме того, журналистка единственная из всех авторов использовала метод деловой аналитики (посты от 3 августа и 3 октября 2023 г.) для исследования экономической информации. Андрей Муковозчик выбирает эссеистский метод как превалирующий и для его текстов в газете «СБ. Беларусь сегодня»). Алексей Дзермант единственный из всех авторов примерно равное количество раз использует три основных метода, выявленные в авторских телеграм-каналах, т. е. публицистический, эссеистский и синтез публицистического и эссеистского методов. Алексей Беляев же редко прибегает к авторской аналитике в Telegram, но также применяет синтетический публицистическо-эссеистский метод как превалирующий. В целом же данный анализ показывает, что авторы преимущественно предпочитают соединять публицистический и эссеистский методы в своих текстах, но публицистический и эссеистский методы играют здесь более важную роль, чем в аналитических публикациях общественно-политической прессы. Кроме того, метод деловой аналитики практически не используется, поскольку преимущественно требует более глубокого рассмотрения и редко возможен в коротких публикациях телеграм-каналов.

Следует обратить внимание, что большое количество публикаций аналитического характера в проанализированных телеграм-каналах подчеркивает роль данной платформы как инструмента оперативного анализа событий для современных белорусских журналистов и профильных экспертов. Публицистический метод, который ставит перед создателем текста необходимость объективного

рассмотрения вопроса с весомым знанием сути проблемы, используется авторами, которые уже знакомы с сутью вопроса и готовы представить оперативный анализ на основе своих тематических знаний – в проведенном контент-анализе Александр Шпаковский и Алексей Дзермант представляют читателям оперативный анализ политических событий, Мария Петрашко – политической и экономической информации.

Таким образом, перед нами встает вопрос о корректировке традиционной схемы творческих методов, выделенных Б. В. Стрельцовым. Метод, при котором авторы соединяют публицистический и эссеистский методы, должен быть выделен как отдельный метод создания аналитического медиатекста. Подобный синтетический метод должен быть назван методом колумнистики. Как пишет О. М. Самусевич, тексты в жанре колонки «находятся на границе аналитических и художественно-публицистических жанров» [8, с. 510], что соответствует выводам о синтезе в новом методе публицистических (убедительно-аналитических) и эссеистских (рассудительных) элементов. Примером сочетания элементов убеждения и рассуждения является, например, текст «Как устроены выборы на Западе» («Минская правда», 30.11.2022): обороты «Беларусь должна продолжить развивать собственную политическую систему, ни в коем случае не действовать по чьей-то указке. Несмотря на беспрецедентное давление, наша страна сумела сохранить собственное лицо. У нас в стране сложились свои органы государственной власти. Подлинным институтом демократии, одной из важнейших форм народовластия является Всебелорусское народное собрание, роль которого состоит в укреплении национальной политической системы путем коллективного принятия важнейших для страны решений» и «Оспаривать результаты выборов там не позволено, например, в интернете. YouTube даже вводил запрет на критику результатов президентских выборов в США 2020 г. и парламентских в Германии 2021-го» используются для убеждения читателей путем исследования фактологических сведений, что характерно для публицистического метода. В свою очередь, выражение «Выборы на Западе, на мой взгляд, нельзя назвать прозрачными. Пропорциональная избирательная система и системы выборщиков, преимущественно распространенные в европейских странах, не отражают прямое волеизъявление народа...» представляет собой рассуждение, что относит к эссеистскому методу. Подобная ситуация наблюдается в материале «В блокнот агитатору» («СБ. Беларусь сегодня», 21.09.2022), где сочетаются элементы убеждения («Наша страна строит общество социальной справедливости, на том стоим. Запрос на справедливость уже ясно слышен и по всему земному шару. И однако: строить и развивать общество потребления на порядок легче, во всех отношениях проще»; «Оставим подбор словесных конструкций ботаникам. Будем проще: “западные ценности” – это не наши ценности, они нашему народу чужды. Точно так же, как и те якобы “христианские ценности”, которые европейцы из Тевтонского ордена несли балтам, а затем и славянам. Не крестом несли, а “огнем и мечом”. И где

ты пруссы? Вырезаны под корень, одно лишь название от людей и осталось») и рассуждения («Мы не можем с ходу сформулировать, что есть “справедливо”, но сходимся, когда видим “несправедливо”? Вот и отлично, давайте строить жизнь на минимизации несправедливости, почему нет?»); «Простой пример из ленты новости: стоимость пакета акций “Арктической горной компании”, принадлежащего супруге главы республики Саха Якутия, составляет около 1 миллиарда 200 миллионов рублей. Это законно? – может быть. Завидно? – безусловно, да. Закономерно? – дискуссионный вопрос, но, возможно, так»).

Исходя из вышесказанного, метод колумнистики представляет собой синтетический метод создания аналитического медиатекста, в котором сочетаются лексические средства ранее известных методов публицистики и эссеистики. С их помощью автор решает задачу эффективного сочетания в журналистском произведении элементов убеждения реципиентов и собственных рассуждений, способствующих этому убеждению. Общей причиной популяризации использования синтетического метода колумнистики является процесс, как отмечает профессор Л. Е. Кройчиком, усиления эмоционально-образного авторского начала при ослаблении назидательно-констатирующих интонаций, что приводит к конкретизации проблем, исследуемых журналистом, и соответствующему сокращению количества рассуждений и медиатекстов [9, с. 186].

В процессе исследования мы также столкнулись с необходимостью определиться: должны ли публицистический и эссеистский методы быть определены как отдельные творческие методы аналитической журналистики. Результаты контент-анализов показывают, что они безусловно должны сохранить свой самостоятельный статус. При использовании каждого метода, что следует из нашего анализа, автором ставится определенная задача. Публицистический метод является оперативным способом анализа события профильным экспертом. Эссеистский метод позволяет автору-аналитику представить собственные выводы по итогам анализа, сделанные, в первую очередь, на основе собственного опыта. Деловая аналитика, как следует из нашего анализа и выводов других исследователей (в первую очередь, А. В. Потребина), является главным и фактически единственным методом анализа специфических данных на основе анализа-синтеза. Метод колумнистики характерен для авторской журналистики, которая в последние годы нарастила свое присутствие в белорусских медиаресурсах и позволяет создать интегрированный аналитический медиатекст с элементами анализа произошедшего или продолжающегося события и одновременно субъективной оценки событий.

Таким образом, творческими методами современной белорусской аналитической журналистики являются: публицистический, эссеистский, деловой аналитики и колумнистики.

Изучение функционирования перечисленных творческих методов аналитической журналистики на различных платформах (пресса, веб-издания, социальные медиа) является одним из важных и перспективных направлений исследований.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Ширяева О. В. Информационно-аналитический медиадискурс как предмет коммуникативно-дискурсивного исследования // Медиаскоп. 2012. № 4. С. 24–32.
2. Белякова Л. П. Инновационные проекты как объект отражения аналитической журналистики // Журналистика-2012: стан, праблемы і перспектывы : матэрыялы 14-й Міжнар. навук.-практ. канф., 6–7 сн. 2012 г., Мінск / рэдкал. : С. В. Дубовік (адк. рэд.) [і інш.]. Вып. 14. Мінск : БДУ, 2012. – С. 48–52.
3. Стральцоў Б. В. Метад і жанр. Асновы творчага майстэрства журналіста : Вучэб. дапам. для студэнтаў спец. Е 23 01 08-01 «Журналістыка». Мінск : БДУ, 2002. 118 с.
4. Орлова Т. Д. Метод Стральцова // 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.
5. Потребин А. В. Деловая журналистика и деловая аналитика: деятельность, тип медиа, творческий метод // Журнал Белорусского государственного университета. Журналистика. 2023. № 1. С. 10–16.
6. Кузнецова О. Д. Аналітичні методи в журналістиці: навч. посібн. – Львів, 2002. – 102 с.
7. Володченко О. Н, Козлова С. С. Аналитические методы и средства средства интерпретации фактов в журналистике // Ученые записки Таврического национального университета им. В. И. Вернадского. 2012. № 4-1. С. 253–258.
8. Самусевіч В. М. Публіцыстыка, журналістыка, калумністыка: да праблемы дэфінітыўнага вызначэння // Стылістыка: мова, маўленне і тэкст: матэрыялы IV Міжнароднай 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.
9. Кройчик Л. Е. Оперативно-исследовательские жанры // Основы журналистской деятельности : учебник для бакалавров / под ред. С. Г. Корконосенко. 2-е изд., перераб. и доп. М.: Юрайт, 2014. 333 с.

## REFERENCES

1. Shiryayeva O. V. Informacionno-analiticheskij mediadiskurs kak predmet kommunikativno-diskursivnogo issledovaniya // Mediaskop. 2012. № 4. S. 24–32.
2. Belyakova L. P. Innovacionnye proekty kak ob"ekt otrazheniya analiticheskoy zhurnalistiki // Zhurnalistyka-2012: stan, prablemy i perspektyvy : materyyaly 14-j Mizhnar. navuk.-prakt. kanf., 6–7 sn. 2012 g., Minsk / redkal. : S. V. Dubovik (adk. red.) [i insh.]. Vyp. 14. Minsk : BDU, 2012. – S. 48–52.
3. Stral'coŭ B. V. Metod i zhanr. Asnovy tvorchaga majsterstva zhurnalista : Vucheb. dapam. dlya studentaŭ spec. E 23 01 08-01 «Zhurnalistyka». Minsk : BDU, 2002. 118 s.
4. Orlova T. D. Metod Strel'cova // Zhurnalistyka ū suladdzi z zhyccyom: da 90-goddzya zasluzhanaga dzeyacha kul'tury Respubliki Belarus', doktora filalogichnyh navuk, profesara Barysa Vasil'evicha Stral'cova : zb. navuk. prac / pad agul. red. kand. filal. navuk dacenta V. P. Varab'yova. Minsk : BDU, 2016. S. 20–26.
5. Potrebin A. V. Delovaya zhurnalistika i delovaya analitika: deyatel'nost', tip media, tvorcheskij metod // Zhurnal Belorusskogo gosudarstvennogo universiteta. Zhurnalistika. 2023. № 1. S. 10–16.
6. Kuznecova O. D. Analitichni metodi v zhurnalistici: navch. posibn. – L'viv, 2002. – 102 s.
7. Volodchenko O. N, Kozlova S. S. Analiticheskie metody i sredstva sredstva interpretacii faktov v zhurnalistike // Uchenye zapiski Tavricheskogo nacional'nogo universiteta im. V. I. Vernadskogo. 2012. № 4-1. S. 253–258.
8. Samusevich V. M. Publicystyka, zhurnalistyka, kalumnistyka: da prablemy definityŭnaga vyznachennya // Stylistyka: mova, maŭlenne i tekst: materyyaly IV Mizhnarodnaj navukova-praktychnaj kanferencyi, prysvechanaj 95-goddzyu zasluzhanaga rabotnika adukacyi Respubliki Belarus', doktora filalogichnyh navuk, profesara Mihasya Yaŭgenavicha Cikockaga; pad agul. red. V. I. Iŭchankava. Minsk : Adukacya i vyhavanne, 2017. S. 506–512.
9. Krojchik L. E. Operativno-issledovatel'skie zhanry // Osnovy zhurnalistskoj deyatel'nosti : uchebnik dlya bakalavrov / pod red. S. G. Koronosenko. 2-e izd., pererab. i dop. M.: Yurajt, 2014. 333 s.