

# ЖУРНАЛИСТИКА

*Я.О. Волкова (Россия, Тольятти)  
Научный руководитель Л.В. Иванова*

## РЕПОРТАЖ КАК ФОРМА ЖУРНАЛИСТСКОГО НАРРАТИВА

*В статье рассматривается явление «нарратив» как новый формат представления информации в журналистике, приводится определение понятия и выявляются основные признаки. Автор ставит проблему использования жанра «репортаж» как формы журналистского нарратива с целью создания СМИ разнообразных точек зрения о событиях для формирования определенного общественного мнения. Приводится краткий анализ репортажей, посвященных международным конфликтам, в ходе которого выявляются выразительные и повествовательные характеристики, влияющие на формирование различных точек зрения.*

*Ключевые слова:* нарратив, событие, точка зрения, «эффект присутствия», репортаж, СМИ.

Ежедневно средства массовой информации производят огромное количество информации. Перед СМИ ставится задача выделиться на фоне других качеством своего контента. В свою очередь журналисту необходимо завладеть вниманием аудитории и убедить ее остановить выбор именно на своем издании. В связи с этим СМИ постоянно экспериментируют с разными технологиями представления информации. В настоящий момент во всем мире, в том числе и в России, наблюдается рост популярности нарратива, как нового формата представления информации в журналистике.

Повышенное внимание к нарративу объясняет исследователь К.М. Шилихина, которая утверждает, что «причина такой популярности заключается не только в сложности самого объекта, но и в особой культурной значимости нарратива: это способ не только сообщить о некоторой последовательности событий, но и рассказать об имеющемся опыте, передать чувства и эмоции, связанные с описываемыми фактами» [5, с. 59]. Такой метод представления фактуальной информации (рассказывание новости) перенимается современными средствами массовой информации для привлечения и удержания своей аудитории. Рассмотрим определение понятие «нарратив», которое приводят отечественные исследователи. Исследователь С.А. Бозрикова пишет, что «нарратив» – «тип текста, отличный от других типов текста (описательных,

аргументативных, агитационных и т.д.) тем, что его содержание представляет собой «историю» – особым образом скомбинированную цепочку событий, происходящих в определенном пространственно-временном контексте с определенными людьми (героями), которая вводит в исходную ситуацию серьезные изменения и представляет собой определенное решение проблемной ситуации» [1, с. 8]. Нарратив интерпретирует события, которые разворачиваются во временной последовательности, с участием действительно существующих субъектов, а также имеет сюжет, тему, цель и проблему. Исследователь Е.В. Прасолова определяет нарратив, как «рассказ, сообщающий о каком-либо событии или о цепи событий и задающий самой последовательностью изложения, расстановкой акцентов и т.п. ту или иную интерпретацию сообщаемого» [3, с. 254]. В нарративе обнаруживаются характеристики: структурированный временной ход уникальных в данный отрезок времени событий, их репрезентация внутри сюжета, позволяющая читателю делать собственные выводы о фактах, событиях, которые поданы автором под определенным ракурсом. Повествование в нарративном произведении трактуется как вид эвристической аргументации, базирующийся на отборе фактов. По мнению исследователя А.С. Теребкова, важным признаком нарратива является «эффект присутствия» и точка зрения автора. Отбор фактов и ракурсов их видения автором, создание в сознании аудитории целостной картины действительности являются неотъемлемыми составляющими журналистского нарратива.

Адекватной формой реализации нарративной стратегии является жанр «репортаж». Выразительные и повествовательные возможности нарративного произведения позволяют жанру достоверно, живо и наиболее визуально отразить картину происходящего в сознании аудитории. Исследователь Р.Н. Назар утверждает, что «основу репортажа представляют наиболее важные, характерные, тщательно отобранные факты, из которых составляется событие, а авторские аргументы, соображения предоставляют этим фактам эмоциональную окраску, подтверждают их достоверность и вместе с тем воссоздают целостную образную картину события» [2, с. 13]. Репортаж становится средством формирования палитры мнений и точек зрения.

Для анализа выбраны российские интернет-издания: «Газета Коммерсантъ» и «ВЕСТИ.ru». Принцип отбора – наличие репортажей, посвященные конфликтным ситуациям в мире.

В исследовании используются нарративный анализ с целью выявления особенностей повествования и методов конструирования авторской точки зрения; лингвостилистический анализ для выявления выразительных средств, которые участвуют в выражении идейно-тематического содержания произведения.

«Газета Коммерсантъ» – российская газета, освещающая экономическую, культурную, политическую сферы страны и мира. В репортаже «Бремени еще много» репортер Александра Джорджевич рассказывает о сирийских беженцах, готовых вернуться на родину. В заголовке используется прием «языковая игра» и подчеркивается проблемный аспект ситуации. В лиде автор кратко от-

ражает главную проблему материала. Автор становится «глазами читателя» и показывает разруху, которая творится в затронутых войной населенных пунктах: *«По пути из одной провинции в другую пейзаж меняется несущественно: покореженные от взрывов брошенные машины, разрушенные дома, (...) везде разбросан мусор»*. Автор отбирает и компонует наиболее яркие эпизоды и впечатления, обращает внимание на характерные детали. На протяжении всего репортажа меняются локации и персонажи, повествование последовательно и динамично. Далее автор посещает пункты пропуска и оценивает положение приезжих: *«беженцам оказывают медицинскую и психологическую помощь, дают поесть, воды и предоставляют предметы первой необходимости, (...) они едут либо в свои когда-то брошенные дома, либо в лагеря»*. Автор старается передать атмосферу «встающей на ноги» страны, применяя гиперболу: *«восстанавливаются объекты энергетики, идет восстановление медучреждений и пунктов неотложной медпомощи, отремонтированы десятки километров дорог»*. Автор создает эффект сопричастности и вовлеченности в происходящие события, а также проводит глубокий анализ ситуации. В заключении автор возвращается к проблеме, о которой говорит в начале репортажа, подчеркивая, что в Сирии пока нет условий для стабильной и безопасной жизни.

«ВЕСТИ.ru» – информационно-новостной ресурс о событиях России и мира. В репортаже «Возвращение беженцев: сирийцы потянулись на родину» репортер Евгений Поддубный посещает поселения беженцев и оценивает условия их содержания. При описании лагерей автор использует прием «эмоциональная заряженность»: *«Здесь проживает около 400 человек – это менее 100 семей. Живут люди во временках: это либо палатки, либо сараи, которые возведены из мусора»*. Сцены в репортаже сменяются, выражая динамику повествования. Автор уверяет читателя, что обстановка в Сирии изменилась в положительную сторону, используя сравнение и гиперболу: *«В Дераа (...) прекратились минометные обстрелы, да и город пострадал не сильно, в этих домах уж точно комфортнее, нежели в палатках Заатари»*. Автор разговаривает с беженцами и анализирует обстановку. Автор выступает экспертом и убеждает, что людей целенаправленно дезинформируют. Репортаж заканчивается на позитивной ноте: *«Чем больше беженцев возвращается, тем сильнее меняется настроение среди населения лагерей»*.

Таким образом, рассмотренные репортажи демонстрируют две противоположные точки зрения, изображая Сирию под разным ракурсом. Использование различных выразительных средств (сравнение, гиперболы), приемов речевого воздействия (языковая игра, эмоциональная заряженность), а также последовательное, динамичное повествование, погружение репортеров в описываемые события усиливают выражение идейно-тематического содержания репортажей. Репортажи показывают жизнь Сирии в режиме онлайн, однако каждый автор усиливает те впечатления, отбирает те детали, которые являются наиболее выгодными и подходящими для выражения собственной точки зрения.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Бозрикова С.А., Татару Л.В. Нарративная журналистика в Америке и России. Балашов : Николаев, 2012. 120 с.
2. Назар Р.Н., Гапонова Т.Н. Статус и структурно-композиционные особенности репортажа в современной публицистике // Актуальные вопросы современной филологии и журналистики, 2015. С. 11-15.
3. Прасолова Е.В. К вопросу о нарративности мультимедийной истории как нового жанра интернет-СМИ // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки, 2015. С. 253-256.
4. Терехов А.С. К вопросу о трактовке феномена нарратива в современном гуманитарном знании. Сущность и истоки // Омский научный вестник, 2012. С. 114-117.
5. Шилихина К.М. Иронический нарратив: особенности структуры текста // Вестник Воронежского государственного университета, 2013. С. 59-63.

*А.Д. Гаврилова (Россия, Самара)  
Научный руководитель И.В. Колякова*

### **ЖАНР СПИК-ПЛЮС НА РЕГИОНАЛЬНОМ ТЕЛЕВИДЕНИИ: ОСОБЕННОСТИ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ**

*В статье рассматривается появление нового жанра – спик-плюс, вызванное изменением потребностей телевизионной аудитории и сменой вектора развития телевидения. Выявлены сходства спик-плюс с жанрами «спик» и «ток-шоу», а также отличия от названных жанров.*

**Ключевые слова:** *спик, ток-шоу, спик-плюс.*

Современная цифровая коммуникативная среда определила стремительное развитие телевидения: появляются новые технические решения, рождаются новые жанры и их вариации.

Существенные изменения в состоянии и функционировании телеаудитории произошли в конце XX – начале XXI века вместе с изменением общества и телевидения. Из идеологического института оно превратилось в бизнес, задачами которого стали самоокупаемость и привлечение рекламодателей. Структурно-функциональная трансформация телевидения изменила содержание телеэфира. Произошло усиление развлекательной направленности телепередач.

Статистика показывает, что вектор развития телеаудитории в современном обществе связан с утратой массовости просмотра телевизора, в индивидуализации телепотребления. Основной причиной этого стала, прежде всего, конкуренция с Интернетом, мобильными приложениями.

Для того чтобы достойно конкурировать с Интернетом, телевидению приходится прилагать большие усилия. В сетке вещания появляется огромное количество нишевых отраслей: развлечения, хобби, кулинария, спорт, политика