

Своеобразие репортажа в массовых печатных изданиях (на примере воронежских СМИ)

Научный руководитель – Тулупов Владимир Васильевич

Тюринна Елена Владимировна

Аспирант

Воронежский государственный университет, Воронеж, Россия

E-mail: alenatyurina@mail.ru

Репортаж по-прежнему остается одним из ключевых журналистских жанров в современных изданиях, в том числе и региональных. Однако под влиянием различных факторов (экономических, политических, социокультурных, технологических и т.д.), он, как и другие журналистские жанры, подвержен трансформационным процессам. Подтверждение этому находим и в современных изданиях, и в работах исследователей журналистики, которые выделяют различные виды и подвиды репортажей [1, 2].

В связи с этим мы трактуем репортаж широко, рассматривая не только публикации, обладающие совокупностью жанрообразующих признаков, которые указывают на канонический жанр репортажа в теории журналистики, но и тексты, которые с точки зрения науки можно было бы отнести к другим жанрам (корреспонденции, отчету, очерку и т.д.). Но так как в изначально нерепортажных публикациях под влиянием жанровой интерференции эксплицитно проявляется репортажность, это позволяет и к данным материалам применять номинацию «репортаж» [3].

На репортажные материалы существенное влияние оказывает типологическая принадлежность издания, в котором размещена публикация. Фактически типологический аспект определяет как организационный, так и ценностно-смысловой вектор репортажного нарратива, что наиболее ярко проявляется в массовых изданиях.

Поэтому цель исследования - выявить особенности репортажных публикаций в массовых региональных изданиях.

Объектом исследования послужили репортажи, опубликованные в региональных массовых изданиях в 2010-2020 годах. Предметом - специфические характеристики, которые проявляются в репортажах местных массовых изданий.

В результате исследования мы выделили несколько специфических характеристик, которые перманентно проявляются в репортажах воронежской периодики.

Утилитарная ценность. В массовой прессе немаловажную роль играют публикации потребительского характера. Тексты - в том числе и репортажи - дополняются советами по теме, инструкциями, как действовать в различных ситуациях и т.п. Чаще всего они оформляются отдельными врезками, что придает публикации практическую ценность, как, например, в материале «Под видом лотереи» об игровых автоматах в торговых центрах города [6]. Репортажный материал сопровождают врезки с комментарием сотрудника прокуратуры, который объясняет, куда нужно обращаться, если попались подобные «автоматы», а также - с телефонами полиции, по которым можно пожаловаться на игровые автоматы.

Специфика авторского «я». Массовые издания делают упор на эмоционально-образный аспект журналистского материала, который достижим, в том числе, за счет активного авторского «я». Это помогает включать аудиторию в переживаемое событие, позволяет не только информировать, но и развлекать ее. При этом нередко нарушается баланс: автор выносит на первый план собственные мысли и чувства, что затмевает идею публикации,

описываемое событие, ситуацию или проблему, как в материале «Печальные тайны синей сумки» об обычном дне почтальона [4].

Конструирование иллюзии нетривиальности, которое появляется в интригующем заголовочном комплексе, что, безусловно, привлекает читателя. Однако сам текст нередко оказывается банальным и затянутым, как в репортаже «Крестный ход изнутри» [5].

Своеобразие заголовочного комплекса. Массовым изданиям присущи «кричащие» рубрики, заголовки, подзаголовки. И это мы можем наблюдать в репортажном материале «В гробу они видели смерть»: автор рассказывает о пенсионерах из дома-интерната, которые собирают похоронную атрибутику еще при жизни [7]. Безусловно, заголовок провокационный, он, что называется, «на грани». Но это объяснимо массовостью издания, которое должно выделяться среди других СМИ, привлекать внимание аудитории своей экспрессией и даже одиозностью.

Исходя из вышеизложенного, можно отметить, что массовые издания используют доступные и, что важно, эффективные инструменты для привлечения и удержания внимания аудитории. Причем не только в текстах прикладного характера, но и в репортажах, изначальные функции которых - социально ориентирующие и культуроформирующие. Репортажи в массовых изданиях берут на себя еще рекреативный функционал, который в определенных условиях может становиться доминантным в репортажном материале, снижая влияние других функций.

Источники и литература

- 1) Зеленина Е. В. Портрет героя»: ценностно-смысловые и творческие аспекты // Вопросы теории и практики журналистики. 2014. № 2. С.33-52.
- 2) Колесниченко А.В. Настольная книга журналиста: учебное пособие для студентов вузов. М., 2018.
- 3) Тулупов В. В., Тюрина Е. В. Метод, стиль, жанр и наджанровые образования в публицистике // Вестник Воронежского ун-та, Сер. Филология и журналистика. 2020. №3. С. 130-134.
- 4) Тюрина Е. Печальные тайны синей сумки // Семерочка. 2014. 10 июля.
- 5) Тюрина Е. Крестный ход изнутри // Семерочка. 2014. 10 июля.
- 6) Тюрина Е. Под видом лотереи // Семерочка. 2013. 10 октября.
- 7) Шифрин Л. В гробу они видели смерть // Семерочка. 2015. 18 июня.