

РОЛЬ АВТОРА В РЕПОРТАЖНЫХ ПУБЛИКАЦИЯХ

Е. В. Тюрина

Воронежский государственный университет

Поступила в редакцию 12 октября 2020 г.

Аннотация: в статье рассматривается проявление авторского начала в репортажных публикациях, его влияние на конструирование репортажного материала, а также факторы, которые оказывают прямое и опосредованное влияние на авторов в региональных изданиях.

Ключевые слова: репортаж, личность автора, жанры журналистики, стиль.

Abstract: the article examines the manifestation of the author's principle in reportage publications, its influence on the construction of reportage material, as well as factors that have a direct and indirect impact on reporters in regional publications.

Keywords: reportage, author's personality, genres of journalism, style.

Репортажный стиль повествования может быть присущ не только информационным (событийным) материалам, к которым традиционно относят жанр репортажа, где такой стиль — нечто само собой разумеющееся. Он может проявляться и других жанрах — аналитических и художественно-публицистических: автор прибегает к репортажному стилю, как правило, в тех случаях, когда требуется создание предельной наглядности при осмыслении ситуации, проблемы или явления, репрезентация эмоционального состояния героя, акцентирование внимания аудитории на деталях.

Бытование репортажа как жанра и специфического наджанрового образования, которое принято называть репортажностью, подробно рассмотрено в наших предыдущих статьях [1–2], но следует уделить особое внимание и такому немаловажному компоненту в организации репортажного материала, как авторская специфика, оказывающего значительное воздействие на конструирование репортажа как синкретичного образования.

Безусловно, репортажная манера изложения материала предполагает нерамочный, откровенный диалог автора с аудиторией, который позволяет не только передать информацию от адресанта к адресату, но и способствует выстраиванию доверительных отношений между двумя субъектами коммуникационного процесса. Как известно, в репортаже допустимо повествование от первого лица, а сам журналист может выступать не только как наблюдатель, фиксирующий действительность, но и как активный участник процесса — модальность авторского «я» может проявляться и в повествовании от первого лица (наличие личных местоимений единственного или (и) множественного числа), и через взаимоотношение журналиста с ситуацией [3].

Пример первой модальности, когда речь идет о местоимениях и повествовании от первого лица, мы можем видеть в материале «Покупатели глазами продавца воронежского магазина», где журналист рассказывает о своем опыте работы продавцом [4]: «В детстве я мечтала быть “магазинщицей” (в переводе с детского на русский язык — “продавцом”). Всё-таки наши мысли материальны, и теперь каждые выходные я стою в смешном фартуке за прилавком магазина “Восход” в трущобном районе Воронежа»; «А вот от сокурсников я не увидела пренебрежения, которого больше всего боялась»; «Нет, я, конечно, помню, что берут постоянные покупатели. Но какую колбасу брали у меня две недели назад, при всем желании уже не вспомню» и т.д. По нашим наблюдениям, этот маркер проявляется в репортаже все реже. В связи с этим выдвинем два тезиса: *первый* — репортер обозначает себя в тексте по собственному желанию, а у большинства авторов такого желания не возникает; *второй* — авторская форма 1 лица (местоимение я) не соответствует ожиданиям аудитории от материала. Здесь можно провести аналогию с походом в кинотеатр, куда зрители идут посмотреть фильм, а не слушать комментарии соседа-кинокритика. И в данном случае автор репортажа со своим «я» является именно этим «соседом». Практикующие журналисты объясняют это тем, что сейчас, когда информации стало несравнимо больше, вживание активного авторского «я» в репортаж лишь добавляет еще одну информационную единицу, что не способствует удержанию внимания аудитории, а, напротив, может, спровоцировать ее прекратить чтение материала и обратиться к другому, более компактному тексту, который лишен ярко выраженной демонстрации авторской позиции, но и при этом сразу погружает аудиторию в суть описываемого события или явления. То есть современная аудитория экономит свои ресурсы (время и энергию), и в этих условиях жур-

налисту логичнее самоустраниться из репортажа, оставив читателя с ситуацией один на один.

Другой маркер — взаимоотношение автора с ситуацией — хорошо виден при изложении журналистских экспериментов, где автор детально описывает ход исследования какой-либо проблемой ситуации, а также подтверждает или опровергает заявленную гипотезу. В публикации «Эксперимент РИА «Воронеж»: Доверчивые дети?» журналисты выясняют, легко ли незнакомцу увести ребенка из общественного места [5]. Отметим, что в данном эксперименте совпадают оба маркера: в тексте отчетливо прослеживаются и взаимодействие с ситуацией, и повествование от первого лица. То есть они могут гармонично сосуществовать вместе и даже дополнять друг друга.

Также взаимоотношение журналиста с ситуацией проявляется в том, как автор отбирает фактический материал, какие оценки дает происходящему, какие расставляет акценты, как излагает материал и др. Значит, эту модальность можно рассматривать широко. Так, в репортаже «Старики заказывают волонтерам продукты, лекарства и... сено» журналист описывает один день, проведенный с волонтерами, которые помогают пенсионерам переживать режим самоизоляции [6]. Здесь мы видим проявление авторства на уровне организации сбора информации: журналист не ограничивает себя, например, двумя часами, за которые он может увидеть основные моменты работы волонтеров, а решает «прожить» с ними весь день. Автор делает акцент на том, как пенсионер встречает волонтеров, о чем с ними говорит, поверхностно отображает процесс подготовки волонтеров к встрече с пенсионером (закупку необходимых товаров), что, на наш взгляд, верно, потому что сцена самой встречи однозначно сильнее с эмоциональной точки зрения, чем подготовка к ней. И авторская позиция проявляется в некой журналистской удаленности — мы всего лишь несколько раз встречаем упоминание такого плана: «Пока МОЁшники разговаривают с Анной». Автор фактически делает то, о чем говорилось выше — самоустраняется, чтобы не мешать читателю.

Анализ местных СМИ показывает, что автор действительно стал более «прозрачным» в репортаже. В условиях, когда автор должен оперативно отреагировать на событие, ему приходится работать сразу на несколько площадок (газеты, сайт, телевидение, радио, соцсети), возможность проявлять свое «я» практически сведена к нулю. Приоритет корреспондента — в максимально короткие сроки проинформировать аудиторию, а не осмысливать часами ту или иную ситуацию. Согласимся с мнением О. И. Молчановой, заметившей, что «конвергентные технологии оказывают влияние непосредственно на личность журналиста, трансформируя его психологические качества» [7].

Некоторые СМИ сознательно придерживаются «формата», который не предполагает яркого авторства, и даже, напротив, нивелирует позицию репортера. С одной стороны, в этом есть положительные моменты: как минимум это позволяет избежать излишнего субъективизма в повествовании, выставления фигуры репортера на первый план, а не героев материала или описываемой ситуации. Но, с другой стороны, пренебрежение авторской позицией приводит к тому, что отличить условный репортаж автора N и от репортажа автора X становится практически невозможно, так как тексты не имеют собственного лица.

Демонстрация авторского «я» может быть сопряжена с *персональными особенностями журналиста*. Здесь важно учитывать, каким опытом — личным и профессиональным — обладает репортер. Иначе говоря, его мысли или поведение, отображаемое в репортаже, должны быть интересны аудитории. Например, в газете «Семерочка» был опубликован репортаж «Печальные тайны синей сумки», где присутствует повествование от первого лица: автор рассказывает, как проходит день почтальона на участке [8]. За действиями журналиста наблюдать неинтересно — они скучны и банальны. Но другой текст этого же автора привлекает способом добывания информации: репортер «меняет профессию», сначала в образе студентки-двоечницы предлагая купить зачет у преподавателя, затем участвуя в задержании мошенника и пытаясь вызволить свою зачетную книжку из полиции. В публикации есть движение, иллюзия интриги, и читателю предлагается следить за тем, как выкручивается автор, как в экстремальной ситуации продумывает на ходу свои действия [9].

Многое зависит от темы публикации: иногда проблематично сделать острый социальный репортаж из-за «размытости» темы, а иногда — из-за фактора воздействия властных структур, когда журналист вынужден действовать с оглядкой на учредителя, на партнеров редакции в лице рекламодателей, на дружественные пресс-службы. Видимо, поэтому журналисты прибегают к псевдонимам или же намеренно используют «сухой» информационный стиль, что, разумеется, отражается на структуре и содержании репортажного материала и на его жизнеспособности в системе региональной журналистики.

ЛИТЕРАТУРА

1. Тулупов В. В. Метод, стиль, жанр и наджанровые образования в публицистике / В. В. Тулупов, Е. В. Тюрина // Вестник ВГУ. Филология. Журналистика. — 2020. — № 3. — С. 130–134.
2. Тюрина Е. В. Бытование репортажности в региональной прессе / Е. В. Тюрина // Вестник ВГУ. Филология. Журналистика. — 2020. — № 2. — С. 154–156.
3. Солганик Г. Я. Стиль репортажа / Г. Я. Солганик. — Москва, 1970.

4. Размочаева А. Покупатели глазами продавца воронежского магазина / А. Размочаева // МОЁ! Online.— URL: <https://moe-online.ru/news/people/352605> (дата обращения 19.03.2020).

5. Тарасова С. Эксперимент РИА «Воронеж»: Доверчивые дети? / С. Тарасова // РИА «Воронеж». — URL: <https://riavr.ru/news/eksperiment-ria-voronezh-doverchivye-deti/> (дата обращения 8.08.2020).

6. Писаненко О. Старики заказывают волонтерам продукты, лекарства и... сено / О. Писаненко // МОЁ! Плюс.— URL: <https://plus.moe-online.ru/paper/1326/12206> (дата

обращения 10.06.2020).

7. Молчанова О. И. Модификация деятельности журналиста в условиях медиаконвергенции / О. И. Молчанова // Векторы благополучия: экономика и социум. — 2018. — № 3 (30). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/modifikatsiya-deyatelnosti-zhurnalista-v-usloviyah-mediakonvergentsii> (дата обращения: 10.06.2020).

8. Тюрина Е. Печальные тайны синей сумки / Е. Тюрина // Семерочка.— 10.07.2014.

9. Тюрина Е. Сессия по предоплате / Е. Тюрина // Воронежский курьер.— 24.03.2015.

Воронежский государственный университет

Тюрина Е. В., аспирант кафедры связей с общественностью, рекламы и дизайна

E-mail: alenatyurina@mail.ru

Voronezh state University

Tyurina E. V., Postgraduate Student of the Department of Public relations, advertising and design

E-mail: alenatyurina@mail.ru