

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
**«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ Н.Г. ЧЕРНЫШЕВСКОГО»**

Кафедра общего литературоведения и журналистики

«Специфика жанра репортажа в газете “Коммерсантъ” (2023-2025 гг.)»

**АВТОРЕФЕРАТ ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ
БАКАЛАВРА**

студента 5 курса 521 группы
направления подготовки 42.03.02 «Журналистика»
Института филологии и журналистики

Герашенко Марины Вадимовны

Научный руководитель

к.ф.н., доцент

И.В. Бибина

Зав. кафедрой

д.ф.н., профессор

В.В. Прозоров

Саратов
2025

Введение

Репортаж как жанр журналистики продолжает оставаться одним из наиболее востребованных и актуальных в современном медиaprостранстве. За счет оперативной передачи информации с места событий, высокой актуальности, возможности создавать «эффект присутствия» и эмоционально воздействовать на массовую аудиторию репортаж является незаменимым инструментом для освещения значимых общественных, политических, экономических и культурных явлений. При этом в условиях цифровизации СМИ репортаж претерпевает значительные изменения, адаптируясь к новым форматам и технологиям, что также требует детального изучения.

Российская ежедневная общественно-политическая газета «Коммерсантъ» (сокращенное название «Ъ») выходит с декабря 1989 года и принадлежит издательскому дому «Коммерсантъ». Газета позиционируется как преемница одноименной торгово-промышленной и финансовой газеты, которая выходила с 1909 по 1917 год. В издательский дом «Коммерсантъ», помимо газеты, в разное время входили журналы: «Деньги», «Власть», «Огонек», «Автопилот», «Weekend», «Наука», «Секрет фирмы» и т.д. Помимо этого, в структуру компании входит радиостанция «Коммерсантъ FM».

«Коммерсантъ» является одним из самых влиятельных и авторитетных деловых изданий в России. Газета публикует новости о политических, экономических, финансовых и общественных событиях в России и за рубежом. «Коммерсантъ» известен большим количеством аналитических материалов и эксклюзивными интервью с влиятельными политиками, бизнесменами и общественными деятелями. Согласно системе аналитики социальных сетей и СМИ «Медиалогия», газета «Коммерсантъ» занимает второе место в рейтинге самых цитируемых газет в России.

Сайт газеты «Коммерсантъ» представляет собой интернет-СМИ, в котором соединены материалы печатного издания, материалы, опубликованные исключительно на сайте, а также лента новостей. Благодаря связи с печатной версией газеты на сайте можно найти жанры с пирамидальной структурой,

которые соответствуют правилам новостной журналистики – оперативности, краткости, актуальности и лаконичности, которые отвечают на четыре ключевых вопроса: что? где? когда? почему? Среди этих жанров можно обнаружить репортаж, так как он сосредотачивает основное внимание непосредственно на событии. Репортажи, опубликованные на сайте «Коммерсанта», адаптированы к онлайн-формату, поэтому имеет смысл рассмотреть, как в них реализуется специфика интернет-СМИ.

Актуальность данного исследования обусловлена тем, что формат репортажа сохраняет свою актуальность в эпоху конвергенции журналистики, несмотря на диффузию жанров и появление новых форм подачи информации. Переход традиционных СМИ в цифровое пространство, в том числе таких авторитетных изданий, как «Коммерсантъ», демонстрирует, как классические журналистские жанры адаптируются к требованиям онлайн-аудитории. Репортажи в «Коммерсанте» также трансформируются в процессе функционирования в онлайн-пространстве.

Новизна работы заключается в комплексном анализе репортажей «Коммерсанта» с точки зрения их жанровых особенностей, содержательных характеристик, а также адаптации к интернет-пространству. В ВКР рассмотрены как традиционные черты жанра репортажа, так и его трансформация под влиянием глобальной цифровизации СМИ.

Цель дипломной работы – определение специфики репортажа как журналистского жанра в современном медиапространстве на примере материалов газеты «Коммерсантъ».

Для достижения данной цели поставлены следующие **задачи**:

1. Определить жанровые особенности репортажа и его виды.
2. Проанализировать изменения, которые претерпевает репортаж в интернет-СМИ.
3. Классифицировать репортажи «Коммерсанта» с точки зрения их жанровых разновидностей.

4. Исследовать содержательные и структурные характеристики репортажей, опубликованных на сайте издания.
5. Выявить роль мультимедийных элементов в репортажах «Коммерсанта».

Объектом данного исследования выступает репортаж как жанр журналистики, а **предметом** – репортажи, опубликованные в газете «Коммерсантъ» и на сайте издания.

Структура работы включает введение, две главы, заключение и список использованных источников. В первой главе рассматриваются теоретические аспекты репортажа как жанра журналистики и его трансформация в интернет-пространстве. Вторая глава посвящена анализу репортажей «Коммерсанта», их классификации и особенностям функционирования в онлайн-пространстве. В заключении подводятся итоги исследования и формулируются выводы.

Практическая значимость работы заключается в возможности применения её результатов в учебном процессе при изучении жанров журналистики, а также в профессиональной деятельности журналистов, стремящихся адаптировать свои материалы к требованиям цифровой эпохи.

Основное содержание работы

В **первой главе** рассмотрены жанровые особенности репортажа и его функционирование в интернет-СМИ. Репортаж остается одним из ключевых жанров журналистики, несмотря на активную трансформацию медиaprостранства. Его главная особенность – создание «эффекта присутствия» через детальное описание событий глазами очевидца. Основные признаки репортажа:

- Оперативность – быстрая передача актуальной информации с места событий.
- Информативность – развернутое освещение фактов, выходящее за рамки новостной заметки.
- Наглядность – использование деталей (описаний, диалогов, эмоций) для погружения читателя в ситуацию.

Виды репортажа:

1. Событийный – хроника происходящего (спортивные, криминальные, военные репортажи).

2. Проблемный (аналитический) – сочетание описания с анализом причин и последствий.

3. Познавательный – акцент на уникальных явлениях (например, необычные профессии).

4. Специальные формы – репортаж-расследование, репортаж-комментарий, репортаж с экспериментом.

Репортаж строится на хронологии событий, включает авторскую оценку и эмоциональную подачу. Важную роль играют документальность (точные факты, цитаты) и творческие элементы (метафоры, диалоги).

Цифровизация СМИ изменила традиционные жанры, но репортаж сохранил свою значимость, адаптировавшись к онлайн-формату. Ключевые особенности репортажа в интернет-СМИ:

- Гипертекстуальность – использование ссылок для углубления в тему.
- Мультимедийность – сочетание текста, фото, видео и аудио (например, онлайн-трансляции).
- Интерактивность – обратная связь с аудиторией через комментарии и соцсети.

Трансформация жанра:

- Появление «новых форм»: мультимедийные репортажи, сторителлинг в реальном времени.
- Скорость публикации – мгновенное обновление информации.

Таким образом, в онлайн-журналистике репортаж – это сочетание трансформированных информационных сообщений, традиционного репортажа и репортажной съемки, дополненной элементами аналитики, а иногда и художественно-публицистическими жанрами. Репортаж остается востребованным жанром благодаря способности сочетать оперативность, документальность и эмоциональность. В интернете он приобрел новые черты,

усиленные технологическими возможностями, но сохранил жанровую суть – «эффект присутствия».

Во **второй** главе рассмотрены жанровые разновидности репортажей газеты «Коммерсантъ». Репортаж в «Коммерсанте» представлен четырьмя основными видами: событийный, познавательный, проблемный (аналитический) и репортаж с экспериментом.

1. Событийный репортаж

- Характеризуется динамичным повествованием, «эффектом присутствия» и линейной композицией.

- Пример: материал А. Колесникова «Им выпали номерки жить» о теракте в «Крокус Сити Холле» — сочетает описание и диалоги с пострадавшими, передавая трагизм события.

- Другой пример — репортаж П. Тарасенко «На волнах его памяти» о концерте Пола Маккартни, где акцент сделан на атмосфере и исторических отсылках.

2. Проблемный (аналитический) репортаж

- Строится по схеме «тезис — аргумент — вывод», включает экспертные оценки и анализ.

- Пример: материал А. Винокурова «Россию осмыслили за два дня» о философском форуме — ироничный тон подчёркивает сложность осмысления национальной идентичности.

3. Познавательный репортаж

- Направлен на информирование через детализацию процессов или личные истории.

- Пример: репортаж М. Куниной «Шарики для ёлки» о создании ёлочных игрушек — сочетает технические детали с элементами художественного стиля.

- Социальный аспект: материал О. Алленовой «Я считала себя избранной...» о реабилитации женщин с зависимостями — акцент на личных историях без прямых выводов.

4. Репортаж с экспериментом

- Журналист становится участником событий, что усиливает достоверность описанного в тексте.

- Пример: текст А. Черных «В Черном море, в чёрной пене» — автор участвует в очистке пляжа от мазута, передавая эмоции волонтеров и местных жителей.

Общие черты репортажей «Коммерсанта»:

- Композиция: чёткая структура (лид, основная часть, заключение).

- Стилистика: публицистический стиль с элементами разговорной лексики и художественных приёмов.

- Авторская позиция: от открытого «я» (Колесников) до теневого наблюдателя (Винокуров).

- Языковые средства: прямая речь, ирония, метафоры (например, заголовок «В Черном море, в чёрной пене» отсылает к мультфильму).

В цифровой среде репортажи «Коммерсанта» приобретают мультимедийные черты:

1. Формы подачи:

- Мономедийные: фоторепортажи (например, открытие театра Камала), видеорепортажи (ликвидация разлива мазута).

- Мультимедийные: сочетание текста, фото, видео, инфографики (например, материал «День ледоварения» с видео заливки льда).

2. Полимедийность:

- Тематические проекты (например, спецраздел об Олимпиаде-2024) объединяют статьи, фото, видео, статистику.

- Пример: репортажи А. Доспехова («Париж уже в игре») и А. Тарханова («Подзаборный Париж») дополнены авторскими фото и гиперссылками на связанные материалы.

3. Интерактивность:

- Использование инфографики (статистика алкоголизма в материале Алленовой).

- Гиперссылки на архивные публикации и внешние источники.

Таким образом, можно сделать вывод, что репортажи «Коммерсанта» сохраняют жанровое разнообразие, адаптируясь к цифровой среде.

Можно выделить следующие ключевые тенденции в трансформации жанра репортажа на сайте газеты:

- Усиление визуальной составляющей (фото, видео).
- Рост полимедийных проектов (тематические спецразделы).
- Сочетание традиционных приёмов (анализ, «эффект присутствия») с новыми форматами (интерактивность).

Подводя итог рассмотрения жанровых разновидностей репортажей газеты «Коммерсантъ», можно сказать, что анализ выявил ряд закономерностей композиции, стилистики, авторской позиции и других особенностей журналистских текстов. Композиция материалов отличается четкой структурой, включающей лид, основную часть и заключение, что обеспечивает логичность изложения и удобство восприятия. В событийных репортажах, таких как «Им выпали номерки жить» и «На волнах его памяти», преобладает линейное повествование с элементами описания, что создает динамику и «эффект присутствия». В проблемных репортажах «Коммерсанта», примером которых стал материал «Россию осмыслили за два дня», используется схема «тезис-аргумент-вывод», которая способствует глубокому анализу заявленной проблемы. Познавательные репортажи, такие как «Шарики для елки» и «Я считала себя избранной: это другие спиваются, а я — нет», сочетают повествование с описанием, акцентируя внимание на деталях и личных историях героев. Репортаж с экспериментом «В Черном море, в черной пене» выделяется активным авторским участием, что усиливает достоверность и эмоциональное воздействие материала.

Стилистика репортажей варьируется в зависимости от их вида. Для событийных и познавательных репортажей характерен публицистический стиль с элементами разговорной лексики, что делает текст более живым и доступным. В проблемных репортажах присутствует научная и общественно-политическая лексика, а также ирония, которая подчеркивает авторскую позицию.

Художественно-публицистические элементы, такие как метафоры и сравнения, встречаются во всех видах репортажей, усиливая их выразительность.

Авторская позиция в репортажах проявляется по-разному: от открытого присутствия в тексте через личные местоимения и комментарии («Им выпали номерки жить») до теневого участия, где журналист выступает в роли наблюдателя («Россию осмыслили за два дня»). В репортажах с экспериментом авторское начало выражено наиболее ярко, так как журналист становится непосредственным участником событий, что добавляет материалу достоверности и эмоциональной глубины.

Особого внимания заслуживает использование прямой речи и диалогов, которые не только оживляют текст, но и позволяют читателю услышать голоса героев, что особенно важно для создания «эффекта соучастия». Кроме того, заголовки репортажей часто носят игровой или ироничный характер, что привлекает внимание аудитории и задает тон всему материалу.

Таким образом, репортажи «Коммерсанта» демонстрируют высокий уровень жанрового разнообразия, сочетая традиционные приемы с современными подходами к подаче информации. Их композиционная стройность, стилистическое разнообразие и авторская индивидуальность делают их не только информативными, но и эмоционально воздействующими, что соответствует основным задачам репортажа. Репортажи на сайте «Коммерсанта» становятся все более мультимедийными, что позволяет читателям не только получать актуальную информацию, но и узнавать о событиях с разных сторон. Редакция делает акцент на визуальных элементах, таких как фотографии и видео, которые дополняют текст и делают его более наглядным. «Коммерсантъ» балансирует между классической журналистикой и требованиями современной медиасреды, сохраняя глубину контента при мультимедийной подаче.

Заключение

Анализ репортажей газеты «Коммерсантъ» выявил ключевые закономерности в их структуре, составе, языковых средствах и способах

реализации контента. Исследование охватило четыре основных типа репортажей – событийные, проблемные (аналитические), познавательные и репортаж с экспериментом – и показало, как каждый из них адаптируется к конкретным задачам журналистики: информированию, анализу, просвещению или привлечению аудитории.

Проведенное исследование репортажа как жанра журналистики на примере материалов газеты «Коммерсантъ» позволило выявить ключевые тенденции его развития в условиях цифровой трансформации медиaprостранства. Репортаж, сохраняя свою традиционную основу – оперативность, информативность и наглядность, – претерпевает значительные изменения, адаптируясь к требованиям онлайн-аудитории и технологическим возможностям интернет-СМИ.

Исследование также продемонстрировало, что репортажи в «Коммерсанте» отличаются четкой композицией, разнообразием языковых средств и стилистической гибкостью. Публицистический стиль, сочетающийся с элементами разговорной речи и художественной выразительности, позволяет авторам эффективно доносить информацию, сохраняя при этом эмоциональную вовлеченность аудитории. Особое внимание уделяется роли автора: его присутствие в тексте, будь то открытое выражение позиции или скрытая ирония, способствует формированию доверительного диалога с читателем.

Анализ репортажей «Коммерсанта» подтвердил, что жанр успешно интегрирует мультимедийные элементы, такие как гипертекстуальность, интерактивность и полимедийность, что значительно расширяет его возможности предоставления информации. Гиперссылки, видео, фоторепортажи и инфографика не только дополняют текстовый контент, но и создают эффект погружения, усиливая тем самым «эффект присутствия» и эмоциональное воздействие на читателя. При этом сохраняется баланс между традиционными жанровыми признаками и инновационными форматами, что делает репортажи «Коммерсанта» узнаваемыми и востребованными.

Помимо этого, ещё раз подтвердилось, что репортаж остается одним из наиболее устойчивых жанров журналистики, несмотря на активные процессы конвергенции и жанровой диффузии в современной журналистике. Его адаптация к цифровой среде не только не снижает его значимость, но и открывает новые перспективы для творческого воплощения. Репортажи «Коммерсанта» служат ярким примером того, как классические жанровые формы могут успешно эволюционировать, отвечая на вызовы цифровизации.

Практическая значимость исследования заключается в возможности применения его выводов в учебном процессе при изучении жанров журналистики, а также в профессиональной деятельности журналистов, стремящихся создавать конкурентоспособные материалы в условиях цифровизации. Дальнейшее изучение трансформации репортажа может быть направлено на анализ новых мультимедийных форматов и их влияния на восприятие аудитории, что представляет собой перспективное направление для научных изысканий.

Несмотря на то, что у «Коммерсанта» изменилось отношение к формату подачи информации, – на смену традиционному линейному подходу пришли более динамичные формы повествования, – газета верна своим журналистским традициям и до сих пор остается одним из главных СМИ в России.