ДИСКУССИЯ

Колесниченко Александр Васильевич, кандидат филологических наук, доцент кафедры цифровой журналистики, факультет журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова, г. Москва, Россия; e-mail: kolesnichenkoav@my.msu.ru, ORCID 0000-0003-3972-5247

РЕПОРТАЖ В ЭПОХУ ВТОРИЧНОЙ ЖУРНАЛИСТИКИ

Для современной журналистики характерна вторичность – отражение прежде всего медиареальности. В связи с этим особенно важно выявить место в современных СМИ репортажа – жанра, предполагающего наблюдение за происходящим. Встречается ли репортаж в сегодняшних медиа и насколько целесообразно изучать его в рамках курсов по подготовке публикаций? Для ответа на эти вопросы было проведено исследование представленности жанра на сайтах наиболее популярных российских СМИ и выявлены ключевые характеристики текстов. Выяснилось, что в половине СМИ репортажей нет, еще треть публикуют их реже раза в месяц. Преобладающие тематические разновидности – военный и судебный. Репортажи-эксперименты, расследовательские репортажи и репортажи «журналист меняет профессию» отсутствуют. Политических репортажей мало, социальных – крайне мало, критических – почти нет, а позитивных, идеализирующих происходящее – более трети. Таким образом, репортажи в СМИ сохраняются, но становятся либо экзотикой – результатом творчества отдельных активных авторов, либо инструментом пропаганды, а сложные разновидности жанра исчезли.

***Ключевые слова**: репортаж, жанры, журналистский текст, интернет-СМИ.*

Как цитировать: *Колесниченко А. В.* Репортаж в эпоху вторичной журналистики // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2026. № 4. С. 58–78. DOI: 10.55959/msu.vestnik.journ.4.2026.5878

Alexander V. Kolesnichenko, PhD in Philology, Associate Professor at the Department of Digital Journalism, Faculty of Journalism, Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russia; e-mail: kolesnichenkoav@my.msu.ru, ORCID 0000-0003-3972-5247

REPORTAGE IN THE AGE OF SECONDARY JOURNALISM

Contemporary journalism is characterized by a secondary nature, reflecting primarily media reality rather than the immediate reality of the surrounding world. In this regard, it is particularly important to identify the place of reportage in modern media. This genre, while present in all Soviet and post-Soviet genre

systems, presupposes observation of events, which is alien to modern media practices. To what extent is reportage still present in the media, and how useful is it to study reportage in publication preparation courses? To answer these questions, a study was conducted to examine the presence of reportage on the websites of the most popular Russian media outlets and identify key characteristics of the texts. It was found that half of the media outlets do not feature reportage, while another third publish it less than once a month. The sample consisted of 100 reportage pieces from 24 media outlets, with no more than five pieces per publication selected. The predominant thematic types of reportage are military and legal. Experimental, investigative and "journalist changing profession" reportage is absent. Political reportage is rare, social reportage extremely rare, critical reportage almost nonexistent, while positive reportage, which idealizes current events, accounts for more than a third. The study concludes that reportage persists in the media, but it is becoming either exotica, the result of the creativity of individual active journalists, or a propaganda tool, while complex variations of the genre have disappeared from modern Russian media.

***Key words**: reportage, genres, journalistic text, online media.*

To cite this article: Kolesnichenko A. V. (2026) Reportazh v epokhu vtorichnoy zhurnalistiki [Reportage in the age of secondary journalism]. *Vestnik Moskovskogo Universiteta. Seriya 10. Zhurnalistika* 4: 58–78. DOI: 10.55959/msu.vestnik.journ.4.2026.5878

DOI: 10.55959/msu.vestnik.journ.4.2026.5878

Введение

Журналистику можно делить на эпохи в том числе в жанрово-технологическом аспекте. Например, позднесоветская и раннепостсоветская журналистика – это журналистика очерковая, авторско-публицистическая. Уход эпохи оплакали авторы-известинцы в книге с характерным названием «С журналистикой покончено, забудьте!» (Друзенко, Карапетян, Плутник, 2007).

Следующую эпоху, период с середины 1990 до начала 2010-х, можно назвать репортерской. Количественно в СМИ доминировали новости, но огромное внимание и журналистов, и аудитории было привлечено к репортажу – жанру, сочетающему документальность и самовыражение, авторский взгляд на действительность. Появились журналы, специализирующиеся именно на репортажах: «Русский репортер», «Русский *Newsweek*» в первый период своего существования. Авторы репортажей становились лицом своих изданий: например, Андрей Колесников («Коммер-

сантъ»), Дарья Асламова («Комсомольская правда»), Дмитрий Соколов-Митрич («Известия», «Русский репортер»). Многие журналисты издавали книги – сборники своих репортажей. В СМИ были широко представлены репортажи из «горячих точек» и о жизни неблагополучных социальных групп. При подготовке репортажей нередко использовался метод «маски», когда журналист выступал инкогнито, и эксперимент, когда журналист сам инициировал событие, которое затем описывал.

Однако к концу 2010-х гг. репортерскую журналистику окончательно сменила журналистика вторичная, когда СМИ стали посредником не столько между реальностью и аудиторией, сколько между медиареальностью и аудиторией (Самарцев, 2017: 63–66). Этому способствовали «мобильная революция», сделавшая смартфон основным гаджетом для потребления медиаконтента, и крах рекламно-подписной бизнес-модели, когда тиражи печатной прессы значительно сократились, а большая часть рекламы перетекла из СМИ в интернет-сервисы (поисковики, соцсети, маркетплейсы). Журналистов в редакциях стало существенно меньше, а деятельность оставшихся в большей мере свелась к отбору, верификации и переупаковке информации, созданной кем-то другим. Основными же поставщиками медиаконтента стали ньюсмейкеры, пресс-службы и граждане (как очевидцы громких событий).

В результате на первый план вышли жанры, не требующие непосредственного наблюдения за происходящим: различные формы новостей, аналитика и тексты-истории, написанные на основе чужих публикаций. В этой связи возник вопрос о месте репортажа в современных СМИ. В какой мере и в какой форме он сохранился? Насколько широко представлен в российских изданиях и насколько целесообразно продолжать изучать репортаж на факультетах журналистики как один из основных жанров? Данная статья – попытка ответить на эти вопросы через исследование репортажей, опубликованных в наиболее популярных современных российских изданиях.

Обзор литературы

Репортаж традиционно относится к базовым, важнейшим жанрам журналистских текстов. Репортаж присутствует во всех жанровых системах как советского периода (Пельт, 1987; Пронин, 1990 и др.), так и постсоветского (Тертычный, 2019; Лазутина, Распопова,

2011; Ким, 2011; Колесниченко, 2017 и др.). Существуют работы, посвященные только репортажу (Кульчицкая, 2014; Лонская, 2015; Ким, 2005; Литвиненко, 2013 и др.), чего удостаивается далеко не каждый жанр журналистских публикаций.

Определяется репортаж в различных работах схожим образом: это информация с места события, включающая документальные подробности (действия, диалоги, детальное описание обстановки) для погружения читателя в происходящее с возможностью увидеть и пережить случившееся – так называемый «эффект присутствия» (Кульчицкая, 2014: 6; Лонская, 2015: 9; Колесниченко, 2017: 87). Говорится также о воспроизведении происходящего через описание ключевых моментов и эмоциональное включение в ситуацию (Лазутина, Распопова, 2011: 39–40), о показе события через сенсорные детали (Шостак, 2013: 76) и о наглядности, которая в репортаже несет информативную функцию, благодаря чему репортаж занимает промежуточное положение между отчетом (изложение с места события, но без деталей и эмоций) и портретным очерком, где наглядность и эмоции есть, но играют второстепенную роль, а главное – обобщение и типизация (Тертычный, 2019: 86–91).

Подходы к типологии репортажей, напротив, существенно различаются. По предмету отображения в рамках одного из подходов (Колесниченко, 2017: 94–97) репортажи делят на событийные (описывающие конкретное уникальное событие как процесс) и средовые (описывающие повседневность необычных для читателя людей). Причем событийные делятся на классический событийный (событие происходит само по себе), псевдособытийный (событие постановочное), эксперимент (журналист сам инициирует событие), комментарийный (журналист не только описывает событие, но и комментирует) и субъективный (журналист фокусируется на своих переживаниях), а средовые – на специальный (жизнь и/или работа необычных людей), «путевые заметки», «журналист меняет профессию» и трендовый (описание в репортажном ключе нового явления, значимой перемены в жизни).

В рамках другого подхода (Лонская, 2015: 21–22) также по предмету отображения репортажи делят на событийные и тематические (предполагающие глубокое исследование темы и ее подачу в репортажном ключе). Событийные же подразделяются на репортажи о чрезвычайных происшествиях и об анонсированных собы-

тиях, а тематические – на аналитический репортаж, «журналист меняет профессию», тревел-репортаж и расследовательский. В рамках еще одного подхода (Haller, 2020: 163–188) по тематике выделяют событийный репортаж, средовой, трендовый, портретный, политический, научный и ролевой (журналист меняет профессию или создает событие).

В зависимости от цели репортажи делят на событийные, познавательные и проблемные (Литвиненко, 2013: 10). В зависимости от сюжета – на событийный (в центре сюжета – развитие события), лирический (смена эмоциональных состояний автора) и «сюжет мысли», когда текст строится в форме «тезис–аргументация–выводы» (Ким, 2005: 138–139). В зависимости же от роли журналиста выделяют репортажи, где автор – пассивный наблюдатель, активный участник/наблюдатель или участник, действующий инкогнито (Мисонжников, 2003).

Представленные в научных публикациях исследования репортажа в практике современных СМИ сводятся к выявлению особенностей репортажей определенных видов. Так, показано, что репортаж используется как одна из форм подачи расследовательских публикаций (Бергер, 2008) и что публикуемые в блогосфере репортажи сохраняют ключевые жанрообразующие черты репортажа, такие как событийность, «эффект присутствия» и «я» репортера (Исакова, 2015). Отмечено, что специальные репортажи представляют собой тексты более качественного уровня по сравнению с другими публикациями СМИ (Борщева, 2015). Исследована трансформация одного из подвидов репортажа – «кремлевского», который благодаря творчеству корреспондента «Коммерсанта» Андрея Колесникова из официозного превратился в более свободный, допускающий иронию, языковую игру и право репортера на оценку происходящего, а фокус внимания сместился с описания первых лиц на восприятие происходящего журналистом (Иссерс, 2012).

Однако место репортажа среди публикаций современных СМИ и характеристики публикуемых репортажей практически не исследованы. Известно лишь, что по результатам проведенного в 2025 г. исследования представленности жанров в СМИ репортаж занял 17-е место с долей в 0,9%, уступив не только новостям, статьям и колонкам, но даже журналистскому расследованию, справке и формату мультимедийный лонгрид (Колесниченко, 2026). Аналогичная доля (0,9%) была выявлена у мультимедийных ре-

портажей среди мультимедийных публикаций СМИ (Колесниченко, 2023). На основе этого можно предположить, что репортажи в современных СМИ занимают маргинальное положение, находясь на периферии журналистской работы. Даже если рассматривать только неновостные жанры, доля репортажей будет находиться в пределах 3% от общего количества публикаций. Для жанра, претендующего на статус одного из основных, это явно мало.

Поэтому представление о репортаже нуждается в ревизии. Необходимо выяснить, насколько часто СМИ публикуют репортажи и что это за репортажи. К каким видам они относятся? Какая тематика доминирует? Как материал подается? Насколько используется потенциал жанра? Актуализация представлений о репортаже с учетом практики его использования в современных СМИ позволит понять, какое место реально занимает этот жанр в медиапродукции и насколько целесообразно сохранять за ним позицию одного из базовых жанров журналистских публикаций. Следует ли продолжать фокусироваться на нем в процессе преподавания или целесообразно переключиться на другие, более активно используемые в современных СМИ жанры.

Методика

Исследовательский вопрос был сформулирован так: насколько широко представлены репортажи в современных российских изданиях и каковы основные характеристики опубликованных репортажей?

Для целей данного исследования репортаж был определен как «рассказ участника или очевидца, позволяющий увидеть и пережить случившееся». То есть обязательным условием было присутствие журналиста, наблюдение за происходящим и подача информации через «эффект присутствия». Реконструированные истории, написанные с чужих слов или на основе иных источников, не учитывались.

К репортажам причислялись те публикации, которые фактически таковыми являлись, а не то, что СМИ маркировали как репортаж. Например, пересказ случившегося с места события, но без «эффекта присутствия» – это не репортаж. А онлайн-трансляция с пошаговым описанием действий, диалогов и атмосферы происходящего – репортаж.

Кодификатор для контент-анализа включал в себя характеристики жанра, необходимые для проверки гипотез:

– тип репортажа (событийный и средовой) и подтипы (для событийного: событие постановочное, событие не постановочное, эксперимент; для средового: специальный репортаж, путевые заметки, журналист меняет профессию);

– тематика: здесь за основу был взят стандартный тематический рубрикатор общественно-политического СМИ (политика, экономика, происшествия, общество, культура, спорт). Однако группировать репортажи предполагалось несколько иначе, с учетом особенностей предмета отображения. Поэтому данный раздел кодификатора предполагалось выстраивать по ходу исследования с учетом фактически выявленных репортажей;

– тональность: позитивная (фокусировка на достоинствах персонажей, события, среды), нейтральная, критическая (фокусировка на недостатках);

– объем (количество знаков с пробелами);

– иллюстрирование (фото, видео, с места или из архива);

– участие журналиста в событии (участник или наблюдатель);

– тип заголовка (игровой, предикативный, цитатный);

– тип лида (новостной, резюмирующий, сценический/историйный).

При формировании выборки учитывалось то, что цель исследования – выявить представленность и характеристики жанра в целом, а не в отдельных СМИ, где на эти показатели будет влиять формат. То есть выборка должна быть существенной, а доля каждого отдельного СМИ – небольшой. Поэтому было принято решение поступить следующим образом:

– Общее количество репортажей было определено в 100. Данный размер выборки является оптимальным с учетом задач исследования (охватить жанр в целом в его максимальном разнообразии) и ресурсов (исследование выполнял один человек, а на поиск, прочтение и анализ каждого текста предполагалось потратить в среднем час).

– Из каждого СМИ было решено брать не более пяти репортажей. Такая квота позволила бы охватить исследованием минимум 20 СМИ и, таким образом, нивелировать особенности отдельного издания. Исследователь исходил из допущения, что репортажи в современных СМИ встречаются редко и что даже квота в пять репортажей не будет выбрана всеми СМИ. Если бы наше предположение не подтвердилось, предполагался альтернативный способ

контроля перекоса в выборке – отбор большего количества репортажей (10–20) в каждом СМИ и последующий выбор пяти из них через генератор случайных чисел.

– Временные рамки исследования – первое полугодие 2025 г. Все исследуемые репортажи должны были быть опубликованы в этот период.

– Для формирования выборки СМИ был взят рейтинг популярности сайтов СМИ в расчете за месяц по данным рейтинга *LiveInternet.ru*[1], данные на 29 июня 2025 г. Использование рейтинга обосновано его достаточной полнотой (включает свыше 4 тыс. сайтов СМИ, то есть основную часть реально выходящих и наиболее популярных СМИ).

– Мониторинг сайтов проводился в июле 2025 г. Поиск репортажей проходил по следующему алгоритму:

- сплошной мониторинг главной страницы сайта;
- мониторинг рубрики «Репортаж(и)», если таковая есть на сайте, а также мониторинг рубрик, где размещаются крупные публикации, среди которых могут быть репортажи (рубрики «Статьи», «Лонгриды», «Спецпроекты» и др.);
- поиск по сайту по слову «репортаж»;
- расширенный поиск «Яндекса» по сайту по слову «репортаж»;
- поиск по сайту и расширенный поиск «Яндекса» по сайту по фамилиям авторов, чьи репортажи уже были выявлены.

– Мониторинг сайта прекращался либо при нахождении пяти репортажей, опубликованных в первом полугодии 2025 г., либо после выполнения всех действий, если требуемое количество репортажей так и не было выявлено.

Результаты

По представленности репортажей сайты СМИ разделились на три группы: найдены пять репортажей; найдено менее пяти репортажей; текстовые репортажи отсутствуют вовсе (см. табл. 1).

Таблица 1

Сайты СМИ по представленности репортажей

Выявлено пять репортажей	Выявлено от 1 до 4 репортажей (в скобках – количество)	Не выявлено репортажей
1. FONTANKA.RU 2. Lenta.Ru 3. RT на русском 4. URA.Ru 5. Аргументы и Факты 6. Бизнес онлайн 7. ВЗГЛЯД.РУ 8. Газета.Ru 9. E1.RU 10. Известия 11. Коммерсантъ 12. Комсомольская правда 13. Московский комсомолец 14. Прогород Самара 15. РБК 16. РИА Новости 17. Российская Газета	1. Forbes Россия (2) 2. NEWS.ru (1) 3. NGS.RU*(3) 4. Ведомости (3) 5. Вечерняя Москва (1) 6. Про город Кирово-Чепецк (1) 7. Федерал пресс (4)	1. BFM.ru 2. LIFE.RU 3. Passion 4. Pro город Йошкар-Ола 5. Pro город Ухта 6. StolicaMedia.ru 7. Блокнот 8. Городской портал 78.ru 9. ИА «Новороссия» 10. ИА RuNews24.ru 11. ИА «Регнум» 12. Новости Владимира 13. НТВ.ru 14. Общественная служба новостей 15. Пятый канал 16. Радио 1 17. Рамблер/Медиа 18. РЕН ТВ 19. РИАМО 20. Ридус 21. ТАСС 22. Телеканал «Царьград» 23. Телеканал 360° 24. Хибины.ru

* Мониторинг сайта *NGS.RU* был прекращен в связи с достижением суммарной выборки в 100 репортажей.

При составлении таблицы 1 не учитывались представленные в рейтинге сайты медиахолдингов без журналистских публикаций на главной странице сайта, а также сайты региональных версий федеральных СМИ при условии, что материнское СМИ было уже охвачено исследованием.

Исследование показало, что репортажи встречаются на половине наиболее популярных сайтов СМИ (24 из 48). При этом нужно отметить, что среди 24 сайтов СМИ, на которых репортажи не были выявлены, шесть сайтов информагентств, пять – телеканалов и два – радиостанций. Однако следует исходить из того, что современный сайт СМИ – конвергентное интернет-издание, где

представлен весь спектр медиапродукции. Не случайно положенные пять текстовых репортажей были выявлены и на сайте телеканала *Russia Today,* и на сайте информагентства РИА Новости. Поэтому отсутствие текстовых репортажей на сайтах данных 24-х СМИ отражает в большей мере не специфику видов медиа, а жанровые приоритеты редакции.

Также нужно отметить, что на большинстве из 24 сайтов СМИ было выявлено требуемое количество репортажей. Это означает, что в данных СМИ репортаж – регулярно встречающийся и востребованный жанр. То есть системно жанр в СМИ представлен (репортажи регулярно публикуются). При этом «избытка» такого рода публикаций не было выявлено нигде и задействовать двухступенчатый алгоритм отбора репортажей не удалось.

Далее рассмотрим типы выявленных репортажей (см. табл. 2).

Таблица 2

Типы репортажей, N=100

Тип репортажа	Событийный			Средовой		
	Событие постановочное	Событие не постановочное	Эксперимент	Специальный	Журналист меняет профессию	Путевые заметки
Кол-во	28	29	0	42	0	1

Событийные репортажи доминируют над средовыми, хотя и незначительно (57 против 43). Бросается же в глаза полное отсутствие репортажей-экспериментов и репортажей «журналист меняет профессию» – самых сложных и трудоемких разновидностей жанра. Репортаж «путевые заметки» также попался всего один, т. е. нетипичен для современных СМИ. При этом более четверти репортажей (28) и почти половина событийных посвящены мероприятиям – наименее интересному, но наиболее легкому для освещения в репортажном ключе виду событий.

Группировка репортажей по тематике с учетом особенностей предмета отображения проводилась по ходу исследования. В результате сложился такой кодификатор:

Таблица 3

Тематические разновидности репортажей

№	Тип репортажа	Описание
1	Военный	Репортажи из зоны боевых действий, как про военнослужащих, так и про гражданское население, а также репортажи на темы, связанные с армией и военной службой
2	Судебный	Репортаж из зала суда о ходе судебного процесса
3	Производственный	Репортажи с предприятий, а также с выставок промышленной продукции невоенного назначения
4	Культурный	Репортажи с культурных мероприятий (концерты, фестивали и др.)
5	Спортивный	Репортажи со спортивных соревнований
6	Церемониальный	Репортажи с церемоний (награждения, прощания)
7	ЧП	Репортажи с мест чрезвычайных происшествий
8	Экономический	Репортажи с мероприятий экономической тематики, а также раскрывающие экономические темы в репортажном ключе
9	Политический	Репортажи с политических мероприятий
10	Экологический	Репортажи, затрагивающие проблематику охраны окружающей среды
11	Образовательный	Репортажи с образовательных мероприятий (уроки, лекции и др.), а также затрагивающие проблемы сферы образования
12	Развлекательный	Репортажи с мероприятий, нацеленных на вовлечение и развлечение публики
13	Социальный	Репортажи, затрагивающие социальную проблематику (социально незащищенные группы граждан, межнациональные отношения)

Распределение публикаций по тематике в порядке убывания количества репортажей каждого типа представлено в таблице 4.

Таблица 4

Распределение репортажей по тематике, N=100

Военный	Судебный	Производственный	Культурный	Спортивный	Церемониальный	ЧП	Экономический	Политический	Экологический	Образовательный	Развлекательный	Социальный
31	12	9	8	7	6	6	5	4	4	3	3	2

В тематическом отношении с большим отрывом лидирует военный репортаж, на который пришлась почти треть публикаций. Поэтому далее военный репортаж будет разобран отдельно. Также следует отметить значительное количество судебных репортажей. Ожидаемым было и выявление значительного количества репортажей на культурную и спортивную тематику. В то же время политический и социальный репортаж в современных СМИ представлен крайне слабо.

В плане тональности большинство репортажей (61) оказались нейтральными (позитивных – 37, критических – 2). Это позволяет сделать вывод, что в СМИ преобладают репортажи, в которых автор стремится к объективности, сбалансированно показывает достоинства и недостатки описываемого, исследует проблему, а не транслирует иллюзию простого ее решения. Однако более трети репортажей идеализируют героев и их действия и являются по сути рекламными или пропагандистскими, хотя и подаются как журналистские материалы.

Средний объем репортажей составил 8,3 тыс. знаков с пробелами. То есть репортаж – это, как правило, текст существенного объема, рассчитанный в среднем на 7–10 минут чтения. Однако разброс объема оказался широким. Самый короткий – 1,2 тыс. знаков с пробелами, объем самого длинного – 23,3 тыс., то есть почти в двадцать раз больше. Распределение репортажей по объему представлено в таблице 5.

Таблица 5

Распределение репортажей по объему, в тысячах знаков с пробелами, N=100

Объем	<5	5≤ ... <10	10≤ ... <15	15≤ ... <20	≥20
Кол-во репортажей	27	44	19	5	5

Больше всего репортажей оказалось в диапазоне 5–10 тыс. знаков с пробелами (44), а остальные разделились примерно поровну (27 меньшего объема и 29 большего). При этом 10 репортажей были объемом свыше 15 тыс. знаков с пробелами, в том числе пять – свыше 20 тыс. На чтение таких репортажей необходимо 15–25 минут. Очевидно, что в редакциях рассчитывают на сохранение культуры чтения больших публикаций.

Таблица 6

Иллюстрирование репортажей, N=100

Тип иллюстрирования	Фото				Видео		
	Оригинальные	Архивные	Оригинальные и архивные	Без фото	Оригинальные	Архивные	Без видео
Кол-во репортажей	90	8	1	1	21	2	77

Для иллюстрировании репортажей характерна низкая мультимедиатизация. При том что любой журналист может снять происходящее на телефон, пользуются этим сравнительно редко. Менее четверти репортажей сопровождались видеосъемкой с места действия. При этом фотографиями происходящего проиллюстрированы девять из десяти репортажей. Такой разрыв может объясняться традицией ряда СМИ иллюстрировать текстовый репортаж именно фотографией, а не видеоиллюстрацией.

Представленность видео в репортажах зависит от формата издания: есть СМИ, в которых бóльшая часть попавших в исследование репортажей были снабжены видео («Комсомольская правда»,

FONTANKA.RU, E1.RU). При этом в ряде других СМИ («Московский комсомолец», «Аргументы и Факты», «Коммерсантъ», «RT на русском», «ВЗГЛЯД.РУ») ни один из пяти репортажей не сопровождался видео.

Участником происходящего журналист являлся в шести случаях, в оставшихся 94 – наблюдателем. Участие журналиста проходило в формате «испытано на себе»: посещение сеанса магии, участие в забеге (два репортажа), поездка по новому маршруту общественного транспорта (два репортажа), обучение на курсах военных корреспондентов. Инициатором события журналист не выступил ни разу.

Чаще всего в репортажах используются цитатные заголовки (48 из 100). Это – самый простой тип, когда в качестве заголовка используется яркая фраза кого-то из персонажей. Предикативных заголовков – 36. Игровые же, которые должны быть стандартом для репортажа, были выявлены лишь у шестой части текстов (16).

Что же касается лидов, то у 98 репортажей из 100 лид есть, и наиболее популярными являются резюмирующий лид (44) и новостной (43). То есть в большинстве случаев в лиде либо разъясняется проблема/ситуация, либо сообщается о событии, послужившем темой для репортажа. Погружающие в происходящее лиды (сценический или лид-история) используются редко (11). То есть лид репортажа, как правило, пишется без использования репортажности.

Далее разберем военный репортаж – наиболее популярную в современных российских СМИ тематическую разновидность. Исследование военного репортажа крайне значимо в современных условиях, когда необходимо не только проинформировать, но и сформировать общественное мнение по важнейшей на сегодняшний день теме, а также запечатлеть для истории происходящее в зоне боевых действий. Репортаж благодаря наглядности, персонализации и эмоциональности воздействует на аудиторию особенно сильно. Не случайно многие СМИ освещают военную тематику именно в таком ключе.

Получившаяся выборка (31 военный репортаж), по нашему мнению, достаточна для понимания того, что концептуально представляет собой современный военный репортаж.

Таблица 7

Типы военных репортажей, N=31

Тип репортажа	Событийный			Средовой		
	Событие постановочное	Событие не постановочное	Эксперимент	Специальный	Журналист меняет профессию	Путевые заметки
Кол-во	3	2	0	25	0	1

Доминируют специальные репортажи, то есть описывающие повседневность военнослужащих и гражданских, находящихся в зоне боевых действий. Примечательно малое количество репортажей с церемоний, т. е. журналисты стремятся показать реальную действительность, а не постановочную.

По тональности преобладают репортажи позитивные (17 из 31), хотя и нейтральные (14) составляют существенную долю. Критических репортажей не выявлено. При этом репортажи про военнослужащих и их деятельность, как правило, позитивные. В нейтральном же ключе описывается жизнь гражданских людей в зоне боевых действий. Например, целый ряд репортажей, опубликованных в первом полугодии 2025 г., были посвящены ситуации в приграничных населенных пунктах Курской области.

Объем военных репортажей частично повторяет распределение по выборке в целом: почти половина (15 из 31) находится в диапазоне 5–10 тыс. знаков с пробелами. Однако более крупных текстов существенно больше, чем небольших (соответственно 11 и 5). Средний объем военного репортажа составил 9,9 тыс. знаков с пробелами, что в 1,2 раза больше среднего объема в целом по выборке (8,3 тыс.). Это может быть связано с преобладанием средовых репортажей, тогда как в выборке в целом преобладают событийные (средовой репортаж, как правило, объемнее событийного).

Таблица 8

Иллюстрирование военных репортажей, N=31

Тип иллюстрирования	Фото			Видео		
	Оригинальные	Архивные	Без фото	Оригинальные	Архивные	Без видео
Кол-во репортажей	26	5	0	6	0	25

Все военные репортажи сопровождались фотографиями, причем в подавляющем большинстве это фотографии с места. Мультимедийные же репортажи – на уровне 20%, как и в целом по выборке.

Среди заголовков доминируют цитатные (20), предикативных – семь, игровых – четыре. Среди лидов чаще всего встречаются резюмирующие (23). Сценических либо лидов-историй – пять, новостных – три. Доминирование резюмирующих лидов также связано с бо́льшим количеством средовых репортажей, и при этом с редким использованием лида сценического либо лида-истории.

В целом же современный военный репортаж – это, как правило, средовой репортаж про военнослужащих, объемный, написанный в позитивном ключе, проиллюстрированный фото с места события и озаглавленный цитатой одного из героев публикации.

Выводы и дискуссия

Результаты исследования отразили происходящее в современной российской журналистике в контексте ситуации в стране. Это касается и типов представленных репортажей, и их характеристик. В тематическом отношении доминируют военные репортажи. Относительно часто встречаются репортажи судебные, с производства и освещающие культурные мероприятия. Социальные репортажи встречаются крайне редко. Сложные формы репортажей (эксперимент, «журналист меняет профессию», расследовательский) отсутствуют. Критика также сведена к минимуму. При этом

более четверти публикаций освещают постановочные мероприятия, а более трети написаны в позитивном ключе, то есть идеализируют описываемую действительность.

Репортажи были выявлены лишь на половине охваченных исследованием сайтов СМИ (24 из 48), причем на шести сайтах не набралось даже пяти репортажей за полугодие. Репортажей с постановочных мероприятий все-таки оказалось меньшинство, а репортажей «журналист меняет профессию» не оказалось, вопреки нашим ожиданиям, вовсе. Предположительная мультимедийность современного репортажа также не подтвердилось: мультимедийных репортажей было выявлено менее четверти.

Репортаж как жанр переживает не лучшие времена: СМИ публикуют их редко или не публикуют вовсе и лишь малая часть журналистов работают в этом жанре. Оценка качества публикаций в задачи исследования не входила. Но, по нашему мнению, на статус «нетленки» претендуют лишь два текста из ста (средовые репортажи из города Суджа Курской области и о российских эмигрантах на Северном Кипре). Остальные производят впечатление написанных в спешке, без глубокой предварительной подготовки и на основе поверхностного наблюдения.

Для дальнейшего исследования жанра желательно провести опрос журналистов о месте репортажа в их деятельности. Это прояснило бы многие аспекты темы. В частности, мотивы выбора или не-выбора репортажа для освещения потенциально репортажной темы: связано ли это с нехваткой времени, мастерства или с предпочтениями аудитории, как их видят журналисты.

Пока же в использовании жанра в современных СМИ просматриваются три вектора. Во-первых, репортаж авторский, написанный известным журналистом и востребованный аудиторией благодаря качеству текста и за счет интереса к автору. Во-вторых, репортаж-отчет, причем как событийный, так и средовой. Как правило, хорошо иллюстрированный, с текстовыми блоками в роли подводок и перебивок между фото и видео. И в-третьих, репортаж рекламно-пропагандистский, в котором наглядность и эмоциональность используется для продвижения идей заказчика.

Нужно ли в этой связи сохранять за репортажем статус одного из основных журналистских жанров, активно изучаемых в рамках журналистского образования? По нашему мнению, скорее да, чем нет. Связано это с потенциалом жанра в плане познания и отраже-

ния действительности, с возможностью творческой самореализации журналиста, а также с тем, что техника репортажного письма может использоваться в публикациях других жанров и при создании художественных произведений. Чтобы в тех редких случаях, когда выпускнику журфака доведется готовить репортаж, он воспринял это задание как праздник и создал текст, которым принято гордиться.

Примечания

[1] LiveInternet: Рейтинг сайтов. Новости и СМИ. Россия, 31 день. Режим доступа: https://www.liveinternet.ru/rating/ru/media/#period=month;geo=ru;group=media (дата обращения: 29.06.2025).

Библиография

Бергер Н. В. Оперативная подача материалов журналистского расследования в информационных жанрах. Репортаж // Вестн. Волгоград. гос. ун-та. Сер. 8: Литературоведение. Журналистика. 2008. Вып. 7. С. 152–160.

Борщева Н. Н. Трансформация жанра «специальный репортаж» в современной прессе // Вестн. Челяб. гос. ун-та. Филология. Искусствоведение. 2015. № 5 (360). Вып. 94. С. 202–207.

Друзенко А., Карапетян Г., Плутник А. С журналистикой покончено, забудьте! О друзьях-товарищах, драме «Известий» и распаде профессии. М.: Зебра Е, 2007.

Исакова Е. А. Жанр репортажа в блоге // Политическая лингвистика. 2015. № 4 (54). С. 87–92.

Иссерс О. С. «Кремлевский репортаж»: старый жанр в новой рамке // Политическая лингвистика. 2012. № 3 (41). С. 27–35.

Ким М. Н. Основы творческой деятельности журналиста. СПб.: Питер, 2011.

Ким М. Н. Репортаж: технология жанра. СПб.: Изд-во Михайлова В. А., 2005.

Колесниченко А. В. Динамика использования жанров журналистских текстов в СМИ // Вопросы теории и практики журналистики. 2026. Т. 15. № 1. С. 39–53. DOI: 10.17150/2308-6203.2026.15(1).39-53.

Колесниченко А. В. Мультимедийные жанры в современных российских СМИ // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2023. № 2. С. 3–22. DOI: 10.30547/vestnik.journ.2.2023.322.

Колесниченко А. В. Техника и технология СМИ. Подготовка текстов. М.: Юрайт, 2017.

Кульчицкая Д. Ю. Репортажные техники в журналистике. М.: Фак. журн. МГУ, 2014.

Лазутина Г. В., Распопова С. С. Жанры журналистского творчества. М.: Аспект Пресс, 2011.

Литвиненко А. А. Репортаж: искусство повествования. СПб.: Изд-во С.-Петерб. ун-та; Высш. шк. журн. и мас. коммуникаций, 2013.

Лонская А. Репортаж: от идеи до гонорара. М.: Аспект Пресс, 2015.

Мисонжников Б. Я. Феномен репортажа (опыт рассмотрения перформативного аспекта творческой онтологии) // Методология прессы (идентичность творческой составляющей): мат. науч.-практ. семинара «Современная периодическая печать в контексте коммуникативных процессов (журналистское творчество и действительность)» (3 апреля 2002 г.). СПб.: Изд-во С.-Петерб. ун-та, 2003. С. 52–63.

Пельт В. Д. Жанры советской газеты. М.: Изд-во Моск. ун-та, 1987.

Пронин Е. И. Разомкнутый текст // Социальная практика и журналистский текст: сб. ст. / под ред. *Я. Н. Засурского, Е. И. Пронина*. М.: Изд-во Моск. ун-та, 1990. С. 44–58.

Самарцев О. Р. Цифровая реальность. Журналистика информационной эпохи: факторы трансформации, проблемы и перспективы. М.: Издательские решения, 2017.

Тертычный А. А. Жанры периодической печати. 6-е изд., испр. и доп. М.: Аспект Пресс, 2019.

Шостак М. И. Новости прессы: заметки, репортажи, интервью. М.: МедиаМир, 2013.

Haller M. (2020) *Die Reportage. Theorie und Praxis des Erzähljournalismus*. 7th ed. Köln: Herbert von Halem Verlag. (In German)

Notes

LiveInternet: Reyting saytov. Novosti i SMI. Rossiya, 31 den' [LiveInternet: Website rating. News and mass media. Russia, 31 days]. *LiveInterne*t. Available at: https://www.liveinternet.ru/rating/ru/media/#period=month;geo=ru;group=media (accessed: 29.06.2025).

References

Berger N. V. (2008) Operativnaya podacha materialov zhurnalistskogo rassledovaniya v informatsionnykh zhanrakh. Reportazh [Prompt submission of investigative journalism materials in information genres. The reportage]. *Vestnik Volgogradskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya 8: Literaturovedenie. Zhurnalistika* 7: 152–160. (In Russian)

Borshcheva N. N. (2015) Transformatsiya zhanra «spetsial'nyy reportazh» v sovremennoy presse [The transformation of the "special reportage" genre in the modern press]. *Vestnik Chelyabinskogo gosudarstvennogo universiteta. Filologiya. Iskusstvovedenie* 5 (360), iss. 94: 202–207. (In Russian)

Druzenko A., Karapetyan G., Plutnik A. (2007) *S zhurnalistikoy pokoncheno, zabud'te! O druz'yakh-tovarishchakh, drame «Izvestiy» i raspade professii* [Journalism is over, forget it! About friends and comrades, the drama of Izvestia, and the disintegration of the profession]. Moscow: Zebra E Publ. (In Russian)

Haller M. (2020) *Die Reportage. Theorie und Praxis des Erzähljournalismus*. 7th ed. Köln: Herbert von Halem Verlag. (In German)

Isakova E. A. (2015) Zhanr reportazha v bloge [The reportage genre in blogs]. *Politicheskaya lingvistika* 4 (54): 87–92. (In Russian)

Issers O. S. (2012) «Kremlevskiy reportazh»: staryy zhanr v novoy ramke ["Kremlin reportage": an old genre in a new frame]. *Politicheskaya lingvistika* 3 (41): 27–35. (In Russian)

Kim M. N. (2005) *Reportazh: tekhnologiya zhanra* [Reportage: genre technology]. St. Petersburg: Mikhaylov V. A. Publ. (In Russian)

Kim M. N. (2011) *Osnovy tvorcheskoy deyatel'nosti zhurnalista* [The basics of a journalist's creative activity]. St. Petersburg: Piter Publ. (In Russian)

Kolesnichenko A. V. (2017) *Tekhnika i tekhnologiya SMI. Podgotovka tekstov* [Technique and technology of mass media. Preparation of texts]. Moscow: Yurayt Publ. (In Russian)

Kolesnichenko A. V. (2023) Mul'timediynye zhanry v sovremennykh rossiyskikh SMI [Multimedia genres in modern Russian media]. *Vestnik Moskovskogo Universiteta. Seriya 10. Zhurnalistika* 2: 3–22. DOI: 10.30547/vestnik.journ.2.2023.322. (In Russian)

Kolesnichenko A. V. (2026) Dinamika ispol'zovaniya zhanrov zhurnalistskikh tekstov v SMI [Dynamics of the use of journalistic text genres in the media]. *Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki* 15 (1): 39–53. DOI: 10.17150/2308-6203.2026.15(1).39-53. (In Russian)

Kul'chitskaya D. Yu. (2014) *Reportazhnye tekhniki v zhurnalistike* [Reportage techniques in journalism]. Moscow: Faculty of Journalism, Moscow St. Univ. Publ. (In Russian)

Lazutina G. V., Raspopova S. S. (2011) *Zhanry zhurnalistskogo tvorchestva* [Genres of journalistic creativity]. Moscow: Aspekt Press Publ. (In Russian)

Litvinenko A. A. (2013) *Reportazh: iskusstvo povestvovaniya* [Reportage: the art of storytelling]. St. Petersburg: St. Petersburg St. Univ., School of Journalism and Mass Communications Publ. (In Russian)

Lonskaya A. (2015) *Reportazh: ot idei do gonorara* [Reportage: from idea to fee]. Moscow: Aspekt Press Publ. (In Russian)

Misonzhnikov B. Ya. (2003) Fenomen reportazha (opyt rassmotreniya performativnogo aspekta tvorcheskoy ontologii) [The phenomenon of reportage (an examination of the performative aspect of creative ontology)]. In *Metodologiya pressy (identichnost' tvorcheskoy sostavlyayushchey)* [Methodology of the press (identity of the creative component)]. St. Petersburg: St. Petersburg St. Univ. Publ. Pp. 52–63. (In Russian)

Pel't V. D. (1987) *Zhanry sovetskoy gazety* [Genres of the Soviet newspaper]. Moscow: Moscow St. Univ. Publ. (In Russian)

Pronin E. I. (1990) Razomknutyy tekst [Open text]. In Ya. N. Zasurskiy, E. I. Pronin (eds.) *Sotsial'naya praktika i zhurnalistskiy tekst* [Social practice and journalistic text]. Moscow: Moscow St. Univ. Publ. Pp. 44–58. (In Russian)

Samartsev O. R. (2017) *Tsifrovaya real'nost'. Zhurnalistika informatsionnoy epokhi: faktory transformatsii, problemy i perspektivy* [Digital reality. Journalism of the information age: factors of transformation, problems and prospects]. Moscow: Izdatel'skie resheniya Publ. (In Russian)

Shostak M. I. (2013) *Novosti pressy: zametki, reportazhi, interv'yu* [Press news: notes, reportages, interviews]. Moscow: MediaMir Publ. (In Russian)

Tertychnyy A. A. (2019) *Zhanry periodicheskoy pechati* [Genres of the periodical press]. 6th ed. Moscow: Aspekt Press Publ. (In Russian)

Поступила в редакцию
13.01.2026