

УДК 070

***ГЕРОЙ ЖУРНАЛИСТСКОГО ПРОИЗВЕДЕНИЯ
КАК РОЛЕВАЯ МОДЕЛЬ ДЛЯ АУДИТОРИИ***

Чередниченко Л. В.

*кандидат филологических наук, доцент,
Тихоокеанский государственный университет,
Хабаровск, Россия*

Иванов Д. С.

*студент,
Тихоокеанский государственный университет,
Хабаровск, Россия*

Аннотация

Статья посвящена проблеме репрезентации героя в журналистском произведении как ролевой модели для аудитории СМИ. Актуальность исследования обусловлена возрастающей смыслообразующей ролью героя в медиатексте, а также необходимостью систематизации способов его воздействия на читателя в условиях информационной перегрузки и девальвации новостного контента. Новизна работы заключается в обобщении существующих подходов к анализу героя, выделении трех основных функций (герой-символ, герой-действие, герой-мысль) и описании портретного и образного методов репрезентации личности. На примере мультимедийных спецпроектов ТАСС («Невольник чести. Последняя дуэль Александра Пушкина») и Lenta.ru («Русская мефедроновая чума») демонстрируются возможности конструирования позитивных и негативных ролевых моделей. Авторы приходят к выводу, что герой журналистского произведения выполняет роль проводника жизненного опыта, а обращение к различным приёмам (портрет, рефлексия, Дневник науки | www.dnevnikaui.ru | СМИ Эл № ФС 77-68405 ISSN 2541-8327

речевая манера, визуальные детали) позволяет создавать масштабный образ, способный влиять на мировоззрение аудитории.

Ключевые слова: герой журналистского произведения, ролевая модель, репрезентация личности, функции героя, сторителлинг, мультимедийный спецпроект, медиатекст, аудитория СМИ.

***THE HERO OF A JOURNALISTIC WORK
AS A ROLE MODEL FOR THE AUDIENCE***

Cherednichenko L. V.

Candidate of Philological Sciences, Associate Professor,

Pacific National University,

Khabarovsk, Russia

Ivanov D. S.

Student,

Pacific National University,

Khabarovsk, Russia

Abstract

This article examines the problem of representing a hero in a journalistic work as a role model for media audiences. The relevance of this study stems from the increasing meaning-making role of the hero in media texts, as well as the need to systematize the ways in which they influence readers in the face of information overload and the devaluation of news content. The novelty of this work lies in its synthesis of existing approaches to hero analysis, the identification of three main functions (hero as symbol, hero as action, hero as thought), and the description of portrait and figurative methods of personality representation. Using examples from the

multimedia special projects of TASS ("Slaver of Honor. Alexander Pushkin's Last Duel") and Lenta.ru ("Russian Mephedrone Plague"), the possibilities of constructing positive and negative role models are demonstrated. The authors conclude that the hero of a journalistic work serves as a conduit for life experience, and the use of various techniques (portrait, reflection, speech style, visual details) allows for the creation of a comprehensive image capable of influencing the audience's worldview.

Key words: hero of a journalistic work, role model, personality representation, hero functions, storytelling, multimedia special project, media text, media audience.

Современная медиасреда характеризуется усиленными информационными потоками, циркулирующими в общественном сознании во всем мире. Современный потребитель новостного контента кроме традиционных печати, радио и ТВ обрел новый источник знаний в интернете, пространстве, определяющем жизнь современного человека. Информационные потоки способны достигать до нескольких миллионов сообщений в день, а параллельное присутствие традиционных каналов в жизни индивида создало ситуацию, где он оказывается помещенным в самый центр данного процесса.

Такая ситуация создала проблему девальвации новостной информации, современный медиапотребитель стремится исключить или минимизировать ее в повседневной жизни. Согласно исследованию Reuters и Оксфордского университета, в 2024 году среди респондентов со всего мира 39% отметили, что предпочитают избегать новостей, что стало на 10% больше, чем в рамках того же исследования за 2017 год [6, с. 11]. Существует несколько взаимосвязанных причин, по которым люди перестают читать новости: во-первых, они не предоставляют никакой ценности для современного читателя, так как не предлагают утилитарной или увлекательной информации, во-вторых, чаще всего новостная повестка имеет яркий «негативный фон», который ухудшает чувства и настроение аудитории, и, в-третьих, новости современным читателем

воспринимаются как недостаточно правдивые, из-за чего теряется смысл от их чтения [6, с. 44–45].

Вышеперечисленные положения приводят к тому, что не только аудитория начинает фильтровать контент и минимизировать его потребление, но и сами СМИ более избирательно подходят к распространяемой ими информации и ее смысловому наполнению для сохранения аудитории [6, с. 47–48]. Существует два направления создания современных информационных продуктов: «аналитический» и «художественный». Если первое отвечает за придание утилитарности информации, ориентирование человека в масштабных политических и экономических процессах, то второе концентрируется на аспектах личностных характеристик читателя, экзистенциальных вопросах, выражающихся через построение нарративов и повествований с полноценными сюжетными линиями. В центре внимания таких материалов всегда находится герой произведения, как смыслообразующая единица медиатекста.

Герой в журналистском произведении – это то лицо, которое является участником описываемого события, и при этом несет в себе главную идеологическую составляющую всего текста, отражая идеи автора на собственном примере. В своей статье А. В. Новичкова и Ю. В. Воскресенская характеризует героя в контексте сторителлинговых технологий как лицо, которое проходит ряд испытаний и показывает свои необычные умения, энтузиазм и способности справляться с нестандартными ситуациями, вызывающее у читателя определенные эмоции [4, с. 3–4]. С помощью введения того или иного действующего лица журналист способен раскрывать особенности описываемого события, мысли людей о нем, подчеркивать нужные тезисы, а с помощью эмоциональной составляющей читатель начинает наиболее полно их понимать и соотносить с собой. Другой главной характеристикой присутствия

героя в медиатексте исследовательница Е. С. Зайкова выделяет задачу «заставить читателя отождествить себя с героем истории» [1, с. 7].

В то же время персонаж как участник действия имеет второстепенное значение. Он выступает как соратник героя(-ев), противник, свидетель, идеолог. Такие персонажи выполняют единичную задачу и развивают повествование медиатекста, или обращают внимание читателя на один из элементов, дополняя его новыми смыслами и эмоциями. В общем смысле героев и персонажей можно называть «личностями», которые имеют реальные прототипы и все присущие им особенности, и раскрываются в зависимости от задач автора.

Репрезентация личности в журналистике имеет два подхода: портретный и образный. Как пишет Е. В. Зеленина, портретное отображение характеризуется «сходством изображения с моделью (оригиналом). Оно достигается не только верной передачей внешнего облика портретируемого, но и раскрытием его духовной сущности, диалектического единства индивидуальных и типичных черт, отражающих определенную эпоху, социальную среду, национальность» [2, с. 35–36]. Вопрос портретности и полного раскрытия личности в журналистском тексте является дискуссионным в силу ограниченности таких произведений, а также особенностей обращения журналиста к нужным и конкретным проявлением человеческого «я», которые будут наиболее полно раскрывать содержание текста. Поэтому под портретностью стоит понимать подход, который тяготеет к наиболее полной и объективной репрезентации личности, но лишь в рамках описываемого журналистом события и темы произведения.

Образный подход к репрезентации характеризуется творческим осмыслением личности с точки зрения мыслей и эмоций автора, которые в дальнейшем предстают неотъемлемой частью восприятия субъекта читателем. По мнению Е. В. Зелениной образ представляет собой «философскую рефлексию об объекте, так как оно является синтезом представлений из истории, религии, Дневник науки | www.dnevnika.ru | СМИ Эл № ФС 77-68405 ISSN 2541-8327

литературы, кино, театра, музыки, живописи», и в этом контексте исследовательница говорит о неточности применения понятия «образ» к журналистике из-за «нехватки художественной полноты, жанровых форм и препятствующих временных ограничений» [2, с. 38]. Однако об образном подходе все же имеет смысл говорить в силу того, что журналист имеет право и часто прибегает к собственному осмыслению событий, действий и мыслей тех или иных личностей (явно или не явно), а также обращается к архетипам как определенным образам и их атрибутам. Достичь этого с помощью портретного подхода не представляется возможным, поэтому образный метод имеет под собой право на существование.

Особенности репрезентации героя и персонажа зависят от задач и целей журналиста и его текста. В этой связи каждый из героев выполняет определенную функцию. Первая является обобщенной и характерной для главных героев текста (например, в таких жанрах как профайл, фичер, где повествование строится вокруг личности), вторая и третья подходят к другим действующим лицам и персонажам, имеющим малую репрезентацию и добавляемым в соответствии с единичными задачами:

1. Герой-символ (выполняет масштабную функцию по идеологическому, эмоциональному и практическому воздействию на читателя; герой становится носителем определенных смысловых и ценностных категорий, которые передаются читателю и предоставляют ему новые сценарии действий, собственные мировоззренческие установки);

2. Герой-действие (обозначает конкретные социальные и духовные практики героя, носящие утилитарную или духовную значимость; герой в прямом смысле предстает ролевой моделью, которая учит читателя действовать в проблемных и конфликтных ситуациях таким проверенным способом, который позволит минимизировать или избежать ущерба);

3. Герой-мысль (расставляет идеологические и мировоззренческие маркеры для читателя, наполняет события определенной смысловой коннотацией и подкрепляет ими соответствующие тезисы, предназначенные для аудитории).

Вышеперечисленные функции героев в журналистском произведении могут также применяться и по отношению к антигероям, второстепенным персонажам и другим действующим лицам текста. Все они представляют собой обобщенную систему из конкретных характеристик того или иного субъекта и его роли в материале. Раскрываются они с помощью различных способов и технологий.

Первостепенную значимость имеет само положение героя в тексте, роль, назначенная ему журналистом. Личность в журналистском тексте может быть как самостоятельным субъектом, который формирует события, человеком, проходящим череду независимых от него обстоятельств, или же ретроспективно делящимся полученным опытом. Каждая из этих ролей заключает в себе определенный смысл, например, если первый демонстрирует пассионарный дух героя, то последняя показывает мудрого человека, делящегося знаниями. Все это формирует условный образ героя, который будет находиться у читателя на подсознательном уровне, и к которому он будет обращаться при более глубоком чтении текста. Однако существует вероятность, что та или иная роль будет подходить лишь конкретному событию, поэтому не всегда представляется возможным свободное обращение к ним.

Другим популярным способом репрезентации героя является создание его портрета: описания внешности, деталей поведения, среды, в которой он находится. Подобный прием часто используется в художественной литературе, а его возможности используются и в журналистском произведении. С помощью создания визуальных образов и необычных деталей читатель начинает

Дневник науки | www.dnevnika.ru | СМИ Эл № ФС 77-68405 ISSN 2541-8327

больше проникаться чувством заинтересованности к герою или эмпатией к нему, оно сокращает дистанцию между ними и формированию планируемых эффектов. Внешний вид героя и его поведение могут сказать намного больше, чем слова самого субъекта, что также добавляет элемент «игры» в текст, побуждая читателя присоединиться к ней и разгадать заложенный символизм. В этом смысле мощный эффект достигается также благодаря фото- и видеоматериалам.

Еще один прием репрезентации героя – это воспроизведение его рефлексии, чувств о происходящих событиях, мыслей. Подобная техника сближает читателя с героем, создает своеобразные доверительные и «дружеские» отношения между ними. Откровенность побуждает читателя уделять больше внимания словам и чувствам героя, прислушиваться к ним и примерять на себя, вызывает чувство эмпатии.

Другой особый способ репрезентации героя заключается в воспроизведении его манеры речи. Это может подчеркнуть этническую принадлежность личности, особенности его умственной деятельности, эрудицию. Такой прием обогащает образ героя, а его ролевая модель становится более конкретной.

Рассмотрение конструирования личностей героев и персонажей в журналистских текстах имеет смысл в крупных информационных продуктах, так как их объем и богатое идейное наполнение позволяют лучше сконцентрироваться на раскрытии ролевых моделей. Поэтому для анализа были отобраны два мультимедийных спецпроекта. Первый из них называется «Невольник чести. Последняя дуэль Александра Пушкина», подготовленный журналистской командой ТАСС [3]. Спецпроект посвящен 200-летию с момента дуэли А. С. Пушкина и Дантеса, закончившейся гибелью поэта.

Центральный герой всей истории – это А. С. Пушкин. На примере его фигуры создается ролевая модель человека, который был не только втянут в интриги, но и сам из-за своей чувствительности ушел в них, что привело его к гибели. Однако Пушкин предстает в материале человеком, которому свойственны свои пороки, что, в первую очередь, работает именно на просветительском уровне, так как в обществе принято понимание Пушкина как великого русского писателя. Можно сказать, что материал придает фигуре А. С. Пушкина более понятные человеческие черты, и при этом приводит пример его жизни и проблем, с которыми он сталкивался, чтобы человек не поддавался похожим обстоятельствам.

Немаловажную роль в спецпроекте занимают второстепенные персонажи. Они имеют сразу несколько функций: герои-действия, герои-мысли, и содержат либо позитивный, либо негативный образ, который влияет на развитие повествования и общую идейную составляющую текста. Можно сказать, что именно второстепенные фигуры формируют события вокруг Пушкина, выступают его проводниками или противниками, побуждая его к определенным действиям. Каждый из персонажей заключает в себе собственную мировоззренческую характеристику, которая напрямую отражается в их действиях, а впоследствии подкрепляется аргументами из дальнейшей судьбы А. С. Пушкина. Этот текст занимает особенное положение, так как он создает ролевую модель из исторической и всем известной фигуры. Делая акцент на деталях жизни русского писателя и его окружения, авторы достигают как просветительской цели, так и психологической, изображая человека в непростых обстоятельствах, погруженного в интриги.

«Русская мефедроновая чума» от журналистов издания Lenta.ru [5] повествует об актуальной проблеме, и создание ролевых (а также не ролевых)

моделей в нем соответствует вызовам времени и говорит читателю о том, как нужно действовать в сегодняшних непростых обстоятельствах.

Героями в этом мультимедийном сторителлинге выступает большое количество субъектов: от работников «наркошопов» до покупателей и их близких. Большое количество героев и их точек зрения на одну и ту же проблему погружают читателя и дают ему принципиально разное понимание происходящего, которое впоследствии выстраивается в единый нарратив. Главный акцент медиатекста состоит именно на трагедии наркозависимости, отражающейся не только на сами зависимых, но и их близких. Авторы представляют нескольких основных героев и историй, и на примере их жизни и мыслей о ней создает антиролевою модель, тем самым побуждая читателя отказаться от зависимости. Однако проблема спецпроекта заключается в том, что героев в нем слишком много, а их мотивы и мысли не до конца раскрыты. Подобное перенасыщение действующими лицами негативно сказывается на вовлечении читателя, так как персонажи представляются не столько живыми людьми, сколько «набором цитат».

Таким образом, герой журналистского произведения играет важную роль в тексте, так как он совмещает сразу две роли: человека, который проходит трудный путь и получает новый опыт, и проводника, демонстрирующего читателю все обретенные знания на своем примере. На его пути встречаются различные второстепенные персонажи, которые могут как усиливать значение этого опыта и эффект журналистской публикации, так и, напротив, дискредитировать его и показывать негативную модель для подражания. Обращение к методам и приемам репрезентации личности, а также их функциям позволяет создать масштабное изображение человека и его особых практик и мировоззренческих основ, которые впоследствии могут перениматься читателем и обогащать его жизнь.

Библиографический список

1. Зайкова Е. С. Мультимедийный сторителлинг как способ репрезентации личности в современной журналистике / Е. С. Зайкова // Медиасреда. – 2023. – № 1. – С. 5–9.
2. Зеленина, Е. В. «Портрет героя»: ценностно-смысловые и творческие аспекты / Е. В. Зеленина / Вопросы теории и практики журналистики. 2014. – № 2 (6). – С. 33–52.
3. Невольник чести. Последняя дуэль Александра Пушкина // ТАСС : сайт. – URL : <https://spec.tass.ru/pushkin/> (дата обращения: 26.12.2025).
4. Новичкова А. В. Сторителлинг как современный инструмент управления персоналом / А. В. Новичкова, Ю. В. Воскресенская // Интернет-журнал «Науковедение». – 2014. – С. 1–12 – URL : <https://cyberleninka.ru/article/n/storitelling-kak-sovremennyy-instrument-upravleniya-personalom/viewer> (дата обращения: 14.04.2026)
5. Русская мифедроновая чума // Lenta.ru. : сайт. – URL : <https://meph.lenta.ru> (дата обращения: 28.12.2025).
6. Newman N., Fletcher R., Robertson C. T., Arguedas A. R., Nielsen R. K. (2024) Reuters Institute Digital News Report. Available at: https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2024-06/RISJ_DNR_2024_Digital_v10%20lr.pdf (accessed: 13.04.2026).