

Японские новости в российских СМИ: приемы эмоционального строителлинга

Научный руководитель – Королева Мария Николаевна

Костевич Е.Е.¹, Королева М.Н.²

1 - Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет журналистики, Кафедра зарубежной журналистики и литературы, Москва, Россия, *E-mail: funnykitty2016@mail.ru*; 2 - Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет журналистики, Кафедра цифровой журналистики, Москва, Россия, *E-mail: maria.nkoroleva@yandex.ru*

Ключевые слова: японские новости, российские СМИ, газеты, эмоциональный сторителлинг, нарративные приемы.

Традиционно журналистские материалы, будь то заметка, репортаж или статья, строятся на основе объективных фактов и количественных данных. Однако существует категория публикаций, ориентированная на эмоциональное воздействие, в них информация подана посредством увлекательного повествования и захватывающей фабулы [1]: такие тексты содержат экспрессивные заголовки, эмоционально окрашенную лексику и визуально выразительные элементы (в частности, фотографии, видео). В течение последних нескольких месяцев российские средства массовой информации представили ряд подобных материалов, посвящённых событиям в Японии, среди которых: отъезд панд из токийского зоопарка, трагическая судьба обезьяны по кличке Панч, а также отмена фестиваля сакуры в городе Фудзиёсида.

Перед нами была поставлена задача – проанализировать материалы десяти самых цитируемых российских газет по данным «Медиалогии» за январь 2026 года [3], освещавших вышеупомянутые события, с целью выявить факторы, обуславливающие высокий общественный резонанс и эмоциональный отклик подобных тем в российских СМИ.

Метод исследования – контент-анализ. Для проведения исследования был составлен кодификатор, включавший 10 категорий анализа, разбитых на 52 подкатегории.

Результаты исследования демонстрируют неравномерное распределение внимания российских газет к рассматриваемым событиям. Так в выборку исследования попали всего 40 текстов из восьми газет рейтинга (в «Парламентской газете» и в «Независимой газете» эти темы не освещались). Наиболее востребованной российскими газетами оказалась тема «панда-дипломатии», которая была представлена в половине текстов выборки (55%). Следующую позицию по частоте упоминаний заняла история малыша-макаки Панча (37,5%). В противоположность этому, тема отмены фестиваля сакуры оказалась наименее востребованной в российских газетах из числа лидеров рейтинга «Медиалогии» (7,5%).

Анализ содержательных особенностей публикаций показал, что в материалах о «панда-дипломатии» авторы активно использовали статистические данные и обращались к историческому бэкграунду, а заголовки отражали политический контекст ситуации. При освещении истории малыша Панча российские СМИ целенаправленно отбирали фото- и видеоматериалы, где показаны жестокое обращение с животным со стороны сородичей и его одиночество. В публикациях об отмене фестиваля сакуры основной акцент делался на высказываниях официальных лиц, которые предоставляли развернутые пояснения сложившейся ситуации.

Российские СМИ применяли индивидуальный подход к освещению каждого события, выходя за рамки стандартных новостных заметок. Журналисты не просто предавали информацию, а выстраивали увлекательные повествования: создавали сюжетное напряжение, чтобы удерживать внимание аудитории на протяжении всего текста, использовали

яркие метафоры, усиливающие эмоциональное восприятие материала, и формировали образ запоминающегося героя [2].

Полагаем, что полученные результаты могут быть полезны для понимания сущности эмоционального сторителлинга в российских СМИ и послужат стимулом для более глубокого изучения данной проблематики.

Источники и литература

- 1) А. Н. Назайкин. Сторителлинг в современной коммуникации // РРРИМРА. 2022. №26-27. С. 5–14.
- 2) С. И. Симакова, А. П. Енбаева. Сторителлинг как прием журналистской работы // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2019. №1 (31). С. 110–117.
- 3) Топ-10 самых цитируемых газет - январь 2026 // Медиалогия. URL: <https://www.mlg.ru/ratings/media/federal/14512/#gazeti> (дата обращения: 01.03.2026).