

О ЖАНРОВО-ФОРМАТНЫХ ПОДХОДАХ В ПРОЦЕССЕ ОПРЕДЕЛЕНИЯ ФЕНОМЕНА “МУЛЬТИМЕДИЙНОЙ ЖУРНАЛИСТИКИ”

АРМАН САФАРЯН

В статье рассматриваются термины “интернет журналистика” (цифровая журналистика), “конвергентная журналистика” и “мультимедийная журналистика”, часто используемые как “синонимичные понятия” для обозначения новых форм журналистской деятельности, в связи с использованием журналистами интернета как площадки распространения информации. Подвергаются “пересмотру” традиционные жанры журналистики, для последующего выявления их потенциального “покрытия поля” мультимедийных феноменов. Предлагается определить понятие “мультимедийной журналистики” через призму жанрово-форматных подходов, так как, несмотря на существующие в научной литературе методологические разночтения по поводу жанрообразующих и форматообразующих признаков, становится очевидным взаимопереходящий характер процессов мультимедиазации и поиска новых жанрово-форматных решений.

Ключевые слова: мультимедийная журналистика, конвергентная журналистика, жанрово-форматные подходы, лонгрид, блог

На протяжении последнего десятилетия в научной литературе акцентируется возникновение новых форм журналистской деятельности, в связи с использованием интернета как площадки распространения информации. Термины “интернет журналистика” (цифровая журналистика), “конвергентная журналистика” и “мультимедийная журналистика” часто используются как “синонимичные понятия” для обозначения вышеупомянутых трансформационных феноменов. Для разграничения объемов этих понятий (с целью последующего выяснения их взаимоотношений), на наш взгляд, сперва, следует обратиться к этимологическим определениям терминов “медиа”, “мультимедиа”, “мультимедийная журналистика”, “конвергентная журналистика” и “интернет журналистика”.

Термин “медиа” (англ. media) формируется от множественного числа латинского слова “медиум” (лат. medium), что в свою очередь означает “посредник”, “средство”. “Медиа”, являясь “родовым” понятием, в научной литературе трактуется как в узком (отождествляется с конкретным каналом распространения информации), так и в широком смыслах (в рамках понятия включаются невербальные и невизуальные средства коммуни-

кации, такие как автомобиль, одежда итд.)¹. Часто термин воспринимается и как синоним понятия “СМИ”, хотя, на самом деле, средства массовой информации являются лишь частным проявлением комплекса медиа, который включает в себя более широкий спектр явлений и разные коммуникационные средства. В научной литературе также существует сопоставление понятий “старые” и “новые” медиа (без четких дефиниций): распространено отождествление понятий СМИ и “старые медиа”, цифровые издания и “новые медиа”². Подобный подход (как и синонимичное восприятие СМИ и термина “медиа”) в свою очередь сужает объем понятия “медиа”, так как к “старым” медиа можно причислить и другие “традиционные” коммуникационные средства (напр. – книга, иллюстрация), а к “новым” – в частности, компьютерные игры, блогосферу, электронную почту, цифровые приложения итд. Существующий “стереотип”, что “новые” медиа часто ставят под угрозу традиционные, также не совпадает реально, так как и сегодня рукописная (напр. – рукописные меню у входов ресторанов) и устная (напр. – политические выступления на митингах) коммуникация не уступают места современным (напр. – цифровой маркетинг) средствам распространения информации. Сегодня же исследователи склонны утверждать, что понятие “медиа” следует подразделять на три уровня: первый уровень, подразумевающий “непосредственные” коммуникативные средства (такие как аудиальные и визуальные), второй уровень, включающий “технологическое вмешательство” (печать, радио, кинематограф, телевидение и др.) и третий уровень, объединяющий вышеупомянутые два уровня посредством цифрового инструментария³. Именно по отношению к медиа третьего уровня и применяется термин “мультимедиа”, означающий “одновременное сочетание множественных способов коммуникации в одном сообщении”⁴. Однако подобное сочетание разных каналов распространения информации с использованием цифровых технологий рассматривается учеными и для определения таких понятий как “конвергентная журналистика” и “интернет журналистика”.

Понятие “конвергентности” (от лат. “convergere” – “приближение”, “схождение”, “слияние”) распространилось в теории журналистики в 1980-х годах, что было обусловлено интеграционными процессами информационных и коммуникативных средств (традиционных форм СМИ и компьютерных технологий), что позволило в свою очередь распространять

¹ См. Мультимедийная журналистика: учебник для вузов / под общ. ред. А. Г. Качкаевой, С. А. Шомовой. Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». — М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2017, с. 33-34. См. также Маклюэн Г. М., Понимание медиа: Внешние расширения человека, М.: Жуковский: КАНОН-пресс-Ц; Кучково поле, 2003, с. 61-63, 110-114.

² См. в частности Мультимедийная журналистика: учебник для вузов / под общ. ред. А. Г. Качкаевой, С. А. Шомовой; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». — М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2017, с. 34-35.

³ См. подробнее там же, с. 36.

⁴ См. там же.

информацию посредством разных носителей и “вещателей” (как аналоговых, так и цифровых)⁵. Несмотря на то, что для развития конвергентной и мультимедийной журналистики бесспорным фактором являлось распространение интернета в 1990-х гг., еще задолго до этого некоторые информационные корпорации прибегали к слиянию существующих форм вещания. Примером может послужить британская корпорация BBC, которая уже с 1936 года (с момента запуска телеканала BBC Television Service, которая до 1955 года оставалась единственным телеканалом в Великобритании⁶) одновременно использовала радио и телеформаты вещания.

С распространением интернета традиционные формы СМИ (печатные, радио и телевизионные) стали использовать его, как возможную платформу распространения “информационной продукции”, в результате чего в журналистике появились понятия “онлайн телевидения”, “онлайн радио”, “онлайн газета” и др. По отношению к этим феноменам в научной литературе начали применяться термины “интернет журналистика”, “онлайн журналистика”, “цифровая журналистика”. Однако, распространение интернета способствовало также использованию СМИ конвергентных форматов, одновременному распространению информации посредством текстовых (газета, журнал, онлайн форматы), аудиальных (радио, онлайн радио), визуальных (телевидение, онлайн телевидение) и т. н. онлайн (как вышеупомянутые форматы, созданные на основе слияний традиционных форм и интернета, так и другие, появившиеся с распространением интернета – например – блогосфера) платформ, что, в свою очередь, затруднило дифференциацию понятий “интернет журналистика” и “конвергентная журналистика” (в последующем и “мультимедийная журналистика”). Например, в армянской действительности использование сайта и YouTube канала позволяет печатным периодическим изданиям (в частности “Иравунк”, “Азг”, “Аравот”, “Айкакан жаманак”, “168 жам” и “Жоховурд”) осваивать возможности онлайн телевидения – создаются видеорепортажи и другой видео контент новостного характера, что свидетельствует и о попытках создания материала конвергентного характера. С 2001 года появились множество интернет изданий, не имеющих печатных версий, которые сегодня кроме текстовых материалов, представленных на сайте, также имеют YouTube каналы и могут одновременно восприниматься как онлайн телевидение (такowymi являются “Hetq.am”, “Panorama.am”, “Aysor.am”, “Tert.am”, “News.am”, “7or.am”, “Asekose.am” и др).

На наш взгляд, для разграничения вышеупомянутых понятий следует также обратиться к существующим в научной литературе определениям “мультимедийной журналистики”. В частности, П. Дальгрэн считает, что “мультимедийная кибержурналистика, очевидно, нечто большее, нежели

⁵ См. подробнее **Вартамова Е. Л.** К чему ведет конвергенция в СМИ? <http://emag.iis.ru/arc/infosoc/emag.nsf/bpa/b59df6463a315de4c32568fd0038da32>

⁶ http://news.bbc.co.uk/onthisday/hi/dates/stories/september/22/newsid_3131000/3131477.stm

телевизионные новости на экране компьютера: это слияние, конвергенция нескольких традиционных видов медиа, а следовательно, — новый, исторический шаг в развитии журналистики”⁷. М. Дезе характеризует мультимедийную журналистику как одновременное предоставление новостей через разные платформы (как цифровых, так и аналоговых), посредством двух и более медиаформатов. Исследователь также акцентирует внимание на формировании “новой” “мультимедийной логики”⁸. О новом “способе творческого мышления”, “умении комбинировать и мультимедийно думать” рассуждают и журналисты-практики⁹, противопоставляя мультимедийную журналистику интернет журналистике. В российском вузовском учебнике “Мультимедийная журналистика” (под редакцией А. Г. Качкаевой и С. А. Шомовой) приводится следующее определение данного феномена: “Мультимедийная журналистика — не просто механическое перенесение «старых», традиционных журналистских инструментов и технологий в новую цифровую среду; это способ рассказывать о событиях и новостях по-новому, не только объединяя возможности различных медиа, но используя преимущества каждого из них”¹⁰.

Становится очевидным, что необходимыми факторами для образования мультимедийного пространства выделяются “интерактивность” (вовлеченность получателя информации и взаимодействие с ним в информационно-коммуникативном процессе) и “творческий синтез новых форм и методов деятельности журналиста” (в отличие от механического слияния разных каналов распространения коммуникации, присущего конвергентной журналистике)¹¹. В современном понимании “мультимедийная журналистика” появляется с переходом от механического соединения (“эkleктики”) существующих форм распространения информации¹² к появлению новых “синтезированных” форм работы журналистского сообщества. По-

⁷ Цит. По Мультимедийная журналистика: учебник для вузов / под общ. ред. А. Г. Качкаевой, С. А. Шомовой ; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». — М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2017, с. 39, см. подробнее Dahlgren P. Media logic in cyberspace: Repositioning journalism and its publics // *Javnost — The Public. Journal of the European Institute for Communication and Culture*. 1996. No. 3 (3). P. 64.

⁸ Deuze M. What is Multimedia Journalism? // *Journalism Studies*. 2004. Vol. 5, No. 2. P. 140, https://www.researchgate.net/publication/238688450_What_is_multimedia_journalism1, Deuze M., What Is Journalism? Professional Identity and Ideology of Journalists Reconsidered // *Journalism*, Copyright © 2005 SAGE Publications (London, Thousand Oaks, CA and New Delhi), Vol. 6(4), 450-452, https://www.researchgate.net/publication/249689904_What_Is_Journalism_Professional_Identity_and_Ideology_of_Journalists_Reconsidered

⁹ Мультимедийная журналистика — это больше, чем «работать на сайте», <https://sila.media/multimedia/whatismultimedia/> (дата обращения: 17.12.2021).

¹⁰ См. Мультимедийная журналистика: учебник для вузов / под общ. ред. А. Г. Качкаевой, С. А. Шомовой; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». — М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2017, с. 14.

¹¹ См. В частности Зиновьев И. В., Возможности мультимедийной журналистики на современном этапе развития российских масс-медиа // *Знак: проблемное поле медиаобразования, Издательство Челябинского государственного университета*, 1(9), 2012, с. 82-85,

¹² Например первые печатные издания, выходявшие в интернет, ограничивались текстовыми файлами и не имели собственных сайтов. См. подробнее Уланова М. А. Интернет журналистика, М, Аспект-Пресс, 2014, с. 15.

являются информационные сайты, не имеющие печатных (оффлайн) версий, сочетающие в себе аудиальные и визуальные форматы распространения информации, СМИ начинают использовать блогосферу – в частности, для “завоевания собственной аудитории” появляются страницы в социальных сетях (Facebook, Twitter), которые в свою очередь используются в целях (и как канал) распространения информации.

Возникновение “творческого синтеза новых форм и методов деятельности журналиста”, на наш взгляд, связано с жанрово-форматными трансформациями, обуславливающими вышеупомянутые “мультимедиационные” процессы. Для более наглядной дифференциации понятий “конвергентная журналистика” и “мультимедийная журналистика”, на наш взгляд, следует, в частности, “пересмотреть” традиционные жанры журналистики, для последующего выявления их потенциального “покрытия поля” мультимедийных феноменов.

Под “журналистским жанром” как правило подразумевается “устойчивый тип публикации/произведения, объединенный содержательно-формальными принципами”¹³. Традиционно в постсоветской теории журналистики выделяют трехуровневую классификацию жанров периодической печати (именуемую также “московской” либо “советской”) – “информационные”, “аналитические” и “художественно-публицистические”¹⁴. К “информационным” жанрам относятся хроника, обозрение, заметка (отдельно выделяется жанр путевых заметок), репортаж, интервью, отчет, к “аналитическим” – статья, рецензия, обзор, корреспонденция, комментарий, а к “художественно-публицистическим” – очерк, фельетон, памфлет, эссе и др. Традиционная классификация жанров радиожурналистики, в общем, аналогична классификации жанров периодической печати: выделяются “информационные” (радионовости, информационное радиосообщение, информационное радиоинтервью, информационный радиорепортаж, радиоотчет, информационная радиокорреспонденция, радиообзор печати), “аналитические” (аналитическое радиоинтервью, аналитическая радиокорреспонденция, аналитический радиорепортаж, радиорецензия, радиобеседа, письмо, радиокomentarий, радиообозрение и др.) и “документально-художественные” (радиоочерк, радиофельетон, радиорассказ, радиозарисовка, радиокomпозиция) группы жанров¹⁵. В классификации теле-

¹³ См. и ср. **Тертычный А. А.** Жанры периодической печати: учеб. пособие, М., Аспект Пресс, 2000, с. 12, **Черникова, Е. В.** Основы творческой деятельности журналиста: учеб. пособие, М., 2005, с. 56, **Орлова Т. Д.** Феномен развития жанров в контексте журналистики нашего времени // Мультимедийная журналистика: сб. науч. трудов, Минск, БГУ, 2018, с. 29.

¹⁴ См. в частности **Дмитровский А. Л.** Жанры журналистики // Ученые записки Орловского государственного университета. Серия: Гуманитарные и социальные науки, номер 4 (60), 2014, с. 149-158, **Орлова Т. Д.** Феномен развития жанров в контексте журналистики нашего времени // Мультимедийная журналистика: сб. науч. трудов, Минск, БГУ, 2018, с. 28-39.

¹⁵ См. в частности **Смирнов В. В.**, Жанры радиожурналистики, учебное пособие для вузов, Аспект пресс, М., 2002.

визионных жанров, проведенной проф. С. С. Ерицяном, также выделяется три группы жанров – “информационные” (новость (с видеорядом и без), отчет, интервью, репортаж, выступление), “аналитические” (комментарий, обзор, беседа, ток-шоу, пресс-конференция, дискуссия, корреспонденция, журналистское расследование) и “художественные” (очерк, эссе, зарисовка, сатирические жанры)¹⁶.

В контексте “мультимедийной журналистики” исследователи отмечают несколько трансформационных особенностей: в первую очередь, все больше акцентируется интерактивный характер “новой журналистики” (в частности, учитывая возможности комментирования интернет текстов, а также лайков и репостов, говорится о “соучастии потребителя” в создании материала). На место “эксклюзивности” журналистского материала приходят новые способы ее подачи и “упаковки”, появляются новые журналистские подпрофессии и специализации, в частности говорится об “универсальном журналисте” – “с мультимедийным рюкзаком, владеющим и словом, и искусством фото- и видеосъемки, и умением работать со звуком, и знанием технологий монтажа, и навыками интерактивного общения с аудиторией”¹⁷. Также отмечается, что современная журналистика “перестала быть текстоцентричной” (текст начинает уступать место анимации, картинке, звуку, музыке), появляются понятия “инфографики”, “таймлайна”, “мэппинга”, что в свою очередь относит понятие “журналистского текста” в иную семиотическую плоскость, отказываясь от вербальной доминанты сообщения”¹⁸. Вышеупомянутые трансформационные аспекты, на наш взгляд, также связаны с появлением и формированием новых мультимедийных жанров и форматов. Например, радиостанция “Спутник Армения” кроме традиционного формата вещания (на частоте 106.0 FM) имеет официальный сайт где представлены, в частности, фотоленты, видеоматериалы, контент в текстовом формате, с использованием фотоматериалов. На сайте также существует раздел “Инфографика” и можно ознакомиться с трансляцией радиоэфира¹⁹.

На протяжении последнего десятилетия остродискуссионной темой в научной и научно-популярной литературе является проблематика, посвященная деятельности блоггеров. Несмотря на то, что многие теоретики и журналисты-практики не считают блоггеров профессиональными журналистами, неоспоримым является влияние блогосферы на журналистику. Рассматриваются аспекты взаимного обмена информации между блогге-

¹⁶ См. **Ս. Ս. Երիցյան**, Հեռուստահաղորդում. Մտահղացումից մինչև եթեր (Հեռուստաընկերության տեսութային և պրակտիկայի հարցեր), Եր., Էդիթ Պրինտ, 2007.

¹⁷ См. подробнее Мультимедийная журналистика: учебник для вузов / под общ. ред. А. Г. Качкаевой, С. А. Шомовой; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». — М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2017, с. 42.

¹⁸ См. Мультимедийная журналистика: учебник для вузов / под общ. ред. А. Г. Качкаевой, С. А. Шомовой; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». — М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2017, с. 41.

¹⁹ <https://ru.armeniasputnik.am/> (дата обращения: 25.10.2021).

рами и журналистами “традиционной формации”, рост интереса к деятельности “независимых” блоггеров в противовес работе журналистов “обремененных законодательной ответственностью” (отмечается, что многие известные представители журналистской профессии (в частности РФ) “ушли в блогосферу”). Некоторые исследователи отождествляют понятия “блог” и “гражданская журналистика”, другие же считают блог единственным новым мультимедийным жанром²⁰. Мультимедийными жанрами воспринимаются также “аудиослайд-шоу”, “интерактивная видеоклонка”, “мультимедийное ток-шоу”, “интерактивный видеомост”, “мультискрипт”, “информативные игры” (“интерактивный инфотейтмент”), “инфографика”, “лонгрид”, “статичная иллюстрация”, “фоторепортаж”, “подкаст”, “аудиоверсия текста”, “потокоее видео или прямой эфир” и др.²¹. Другие же исследователи воспринимают вышеупомянутые феномены как современные форматы существующих жанров: А. Зубко рассматривает проявления публицистических жанров в формате “лонгрида” и считает, что интернет среда и мультимедийный инструментарий открывает новые возможности для публицистики²², А. Градюшко рассматривает мультимедийный лонгрид как новую форму “выражения корреспонденции, статьи, очерка”²³, а А. В. Колисниченко же (рассматривающий лонгрид как жанр) в одном из своих исследований пишет, что “мультимедийная составляющая жанровой характеристикой не является, так как с использованием мультимедийных средств можно подавать тексты любого жанра”²⁴. Несмотря на существующие в научной литературе методологические разночтения по поводу жанрообразующих и форматообразующих признаков, на наш взгляд, очевиден взаимопереходящий характер процессов мультимедизации и поиска

²⁰ См. подробнее Сафарян А. А., Особенности жанро-форматной классификации журналистики в эпоху мультимедийных трансформаций // Литературоведческий журнал, Ер., 2021, 2, с. 231-234 (на арм. яз.), Эггардт Л. В., Блоггерство – гражданская журналистика или слухи? // Вестник ВГУ, Серия: Филология, Журналистика, 2010, №2, с. 220-223, Филатова О. Г., Блоги и СМИ, гражданская и традиционная журналистика: соотношение понятий // Вестник СПбГУ, Сер. 9, 2010, Вып. 4, с. 281-287, Мелешевич Р. И., Работа современного блогера: самопрезентация и консьюмеризм // Мультимедийная журналистика: сб. науч. трудов, Минск, БГУ, 2018, с. 147-153, Савенков В. Д., Функции блогосферы в РФ и США в XXI веке: сходства и различия // Социодинамика, 2018, 3, 2018, с. 16-26, Журналистика и конвергенция: почему и как традиционные СМИ превращаются в мультимедийные; под ред. А.Г. Качкаевой, М., 2010, с. 129, Мультимедийная журналистика: учебник для вузов / под общ. ред. А. Г. Качкаевой, С. А. Шомовой; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». — М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2017, с. 43.

²¹ См. в частности Н. Лосева, Синтетические жанры мультимедиа // Журналистика и конвергенция: почему и как традиционные СМИ превращаются в мультимедийные; под ред. А.Г. Качкаевой, М., 2010, с. 129-154, А. Бурдина, Что такое мультимедийная журналистика: понятие, типология, особенности <https://its-journalist.ru/articles/chto-takoe-multimedijnaya-zhurnalistika-ponyatie-tipologiya-osobennosti.html#i-2> (дата обращения: 07.11.2021).

²² См. Зубко Д. В., Медиа в интернете: новые возможности для публицистики // Международный научно-исследовательский журнал, № 11 (65), Часть 2, с. 21-25.

²³ Градюшко А., Современные мультимедийные форматы аналитических жанров журналистики, https://elib.bsu.by/bitstream/123456789/148484/1/Hradziushka_Streltsov.PDF

²⁴ Колисниченко А. В., Длинные тексты (лонгриды) в современной российской прессе // Электронный научный журнал “Медиаскоп”, 2015, Выпуск 1, режим доступа: <http://www.mediascope.ru/1691> (дата обращения: 07.11.2021).

новых жанрово-форматных решений.

Основываясь на вышесказанном, можно заключить, что процессы интернетизации или диджитализации (необходимые для формирования “интернет журналистики” и “цифровой журналистики”) и конвергенции (необходимые для существования “конвергентной журналистики”) являются обязательными, но недостаточными для констатации становления “мультимедийной журналистики”, которая как сфера журналистской деятельности возникает лишь с появлением новых жанрово-форматных решений.

ԱՐՄԱՆ ՍԱՖԱՐՅԱՆ – Մուլտիմեդիային լրագրության ֆենոմենի սահմանման գործընթացում ժանրաձևաչափային մոտեցումների մասին – Հոդվածում քննվում են լրագրողական գործունեության նոր ձևերը բնութագրելու համար որպես «հոմանիշ հասկացություններ» հաճախ օգտագործվող «համացանցային լրագրություն» (թվային լրագրություն), «կոնվերգենտ լրագրություն» և «մուլտիմեդիային լրագրություն» գիտաբառերը: «Վերանայվում են» լրագրության ավանդական ժանրերը՝ մուլտիմեդիային ֆենոմենների պոտենցիալներառումը բացահայտելու նպատակով: Առաջարկվում է «մուլտիմեդիային լրագրություն» հասկացությունը սահմանել ժանրաձևաչափային մոտեցումների տեսանկյունից, քանզի, չնայած գիտական գրականության մեջ ժանրեր և ձևաչափեր ձևավորող հատկանիշների շուրջ մեթոդաբանական տարընթերցումներին, ակնհայտ է ժանրաձևաչափային նոր լուծումների փնտրտուքի և մուլտիմեդիականացման գործընթացների փոխկապակցվածությունը:

Բանալի բառեր – *մուլտիմեդիային լրագրություն, կոնվերգենտ լրագրություն, ժանրաձևաչափային մոտեցումներ, լոնգրիդ, բլոգ*

ARMAN SAFARYAN – On Genre-Format Approaches in the Process of Defining the Phenomenon of “multimedia journalism”. – The article examines the terms “Internet journalism” (digital journalism), “convergent journalism” and “multimedia journalism”, often used as “synonymous terms” to denote new forms of journalistic activity, in connection with the use of the Internet by journalists as a platform for disseminating information. The traditional genres of journalism are being “revised” to reveal their potential “coverage” of multimedia phenomena. It is proposed to define the concept of “multimedia journalism” through the prism of genre-format approaches, as despite the existing methodological differences in the scientific literature regarding genre-forming and format-forming features, the mutually transitive nature of the processes of multimedization and the new genre-format solutions have become obvious.

Key words: *multimedia journalism, convergent journalism, genre-format approaches, longread, blog*