

5. Іўчанкаў В. І. Дыскусіе беларускіх СМІ. Арганізацыя публіцыстычнага тэксту: аўтарэф. дыс. ... д-ра філал. навук: 10.01.10; БДУ. Мінск, 2003. 43 с.
6. Белоруссия или Беларусь? Небольшое (но важное) заявление редакции «Медузы» // Meduza [Электронный ресурс]. URL: <https://meduza.io/feature/2020/08/08/belorussiya-ili-belarus> (дата обращения: 01.09.2020).
7. Исмаилов Ф. Блог редактора: от Киргизии до Кыргызстана / [Би-би-си [Электронный ресурс]. URL: <https://www.bbc.com/russian/features-42708107> (дата обращения: 01.09.2020).
8. Правильно ли писать «Беларусь», «беларусы», «беларуский»? Отвечают лингвисты // The Village [Электронный ресурс]. URL: <https://www.the-village.ru/village/city/the-question-1/601921-belarus> (дата обращения: 01.09.2020).
9. Почему мы пишем «беларусский» через «а» // Новая Еўропа [Электронный ресурс]. URL: https://n-europe.eu/blogs/2014/08/22/pochemu_my_pishem_belarusskii_cherez (дата обращения: 01.09.2020).
10. «Белорусский» или «беларусский»: как правильно? // Беларусский журнал [Электронный ресурс]. URL: <http://journalby.com/news/belorusskiy-ili-belarusskiy-kak-pravilno-899> (дата обращения: 01.09.2020).

ПОДХОДЫ К ТРАНСФОРМАЦИИ ЖАНРА В ФОРМАТ

С. С. Распопова

*Высшая школа печати и медиаиндустрии
Московского политехнического университета,
ул. Большая Семеновская, 38, 107023, г. Москва, Россия,
ccrpiass@mail.ru*

Дискуссионным местом в современных исследованиях медиа является вопрос о сосуществовании жанров и форматов. При разности подходов исследователи приходят к выводу, что развитие информационно-коммуникационных технологий конкретизирует понятие «формат», который представляет собой технологическую «упаковку» гибридного информационного продукта, а жанр рассматривается как вид того или иного рода духовного творчества. Учитывая дискуссионность вопроса, мы в рамках проведенного исследования формулируем цель статьи следующим образом: выявить особенности предметно-функционального назначения жанра и формата в медиа, обосновать визуализацию контента как основного средства создания формата.

Ключевые слова: жанр; формат; визуализация; текст; жанровые разновидности.

APPROACHES TO TRANSFORMING GENRE TO FORMAT

S. S. Raspopova

*Graduate School of Printing and Media Industry,
Moscow Polytechnic University.
38, Bolshaya Semenovskaya Str., 107023, Moscow, Russia
Corresponding author: S. S. Raspopova (ccpmiass@mail.ru)*

The question of the coexistence of genres and formats is a debatable issue in modern media research. With differences in approaches, researchers come to the conclusion that the development of information and communication technologies concretizes the concept of «format», which is a technological «packaging» of a hybrid information product. And the genre is considered as one or another kind of spiritual creativity. Taking into account the controversial nature of the issue, within the framework of the study, the author formulates the goal of the article as follows – to identify the features of the subject-functional purpose of the genre and format in the media, to justify the visualization of content as the main means of format creation.

Key words: genre; format; visualization; text; genre varieties.

Сегодня в теории медиа сложились подходы к различению жанров и форматов как форм журналистского повествования. В литературоведении жанр был охарактеризован как представитель творческой памяти, с помощью которого происходит осмысление определенных сторон жизни. Л. Е. Кройчик рассматривал жанр как «относительно устойчивую структурно-содержательную организацию текста, обусловленную своеобразием отражения действительности и характером отношений к ней творца» [1, с. 124–125].

Г. В. Лазутина, выделяя шесть жанровых разновидностей журналистского творчества, предлагает в качестве оснований для жанровой дифференциации предмет отображения, функциональную предназначенность текста, особенности его организации и технологию работы журналиста [2, с. 16]. Под технологией понимается поиск информации и методы ее получения. С развитием информационных технологий, которые привели к мультимедийному разнообразию, в активный словарь теоретиков медиа вошло понятие «формат».

Формат как относительно новое понятие, получившее широкое распространение с развитием медиаиндустрии, сразу стал использоваться для характеристики внешних параметров. О необходимости определения формата начали говорить с момента появления прессы. Так, французская «Газет» была первой формализованной газетой в мире.

В американской прессе форматизация началась в XIX в. с появления формата колонки. Формат газеты связывают с линейными характеристиками: с титулом, с разделением на колонки, с новостями. Применительно к радиостанциям формат стал использоваться в связи с подходами к программированию радиостанций, а по отношению к телевидению исторически использовался для обозначения хронометража передачи, способа вещания и доставки контента. С развитием интернета формат стал рассматриваться как канал коммуникации, имеющий особые технологические и дизайнерские параметры и особенности интерфейса.

Формат связан не с контекстом, а с индустриальными характеристиками информации: упаковкой, способом распространения, дизайном и стоимостью. Г. В. Лазутина формат рассматривает как способ презентации продукта журналистской деятельности в тех его особенностях и характеристиках, которые ориентированы на коммерческий успех и определяются вкусами массовой аудитории [3, с. 14–18]. Благоприятной средой функционирования формата сначала было телевидение, а потом – онлайн, где отсутствуют устойчивые жанры, а вместо них существуют воспроизведенные зрелища.

Мы отмечаем, что сердцевину формата составляют элементы того или иного жанра, меняется только «упаковка» с целью продвижения формата и с учетом новых информационных потребностей общества.

Основным средством создания формата сегодня является визуализация контента ввиду зрелищного характера современной культуры. Визуальный способ передачи информации имеет свою логику и эстетику, которая во многом объясняет популярность визуальной коммуникации. С учетом того, что создателями и потребителями информационной продукции становятся широкие слои массовой аудитории, меняется и целеполагание сообщений, которые передаются по каналам массовой информации.

В условиях развития новых медиа технологические подходы к организации информации становятся определяющей характеристикой медиатекстов. Формат как «упаковка» приобретает первостепенное

значение, актуализируя смыслы контента и вбирая в себя жанр как проекцию ценностей. Для расширения числа участников информационной деятельности и в коммерческих целях функциональная предназначенность медиатекстов меняется. В идеале функции информирования и развлечения информационный менеджмент пытается совместить. Но задачи оповещения аудитории, ее ориентирования в социальной практике отходят на второй план, уступая место занимательности и развлекательности, чему способствует максимальное использование современной медииндустрией приемов и методов различных зрелищных искусств. Визуализация становится отличительной чертой мультимедийного формата, апеллируя, прежде всего, к эмоциям и чувствам массовой аудитории.

Библиографические ссылки

1. *Кройчик Л. Е.* Система журналистских жанров // Основы творческой деятельности журналиста / под ред. С. Г. Корконосенко. СПб. : Знание, 2000. С. 125–168.
2. *Лазутина Г. В., Распопова С. С.* Жанры журналистского творчества. М. : Аспект Пресс, 2012. 319 с.
3. *Лазутина Г. В.* Жанр и формат в терминологии современной журналистики // Вест. Москов. ун-та. Сер. 10, Журналистика. 2010. № 6. С 14–21.

ГАЗЕТА ФОРМАТА А4: НЕКОТОРЫЕ ОСОБЕННОСТИ ДИЗАЙНА

А. К. Свороб

*Белорусский государственный университет,
ул. Кальварийская, 9, 220004, г. Минск, Республика Беларусь,
Svorob@mail.ru*

Определяются характерные черты художественно-технического конструирования газет журнального формата. Особое внимание обращается на архитектуру объемных публикаций и полосы в целом. Значительное место отведено стилеобразующим элементам малоформатного издания.

Ключевые слова: малоформатное издание; композиционно-графическая модель; элементы дизайна; визуальный стиль.