

ЖАНРЫ В КОНВЕРГЕНТНЫХ СРЕДСТВАХ МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ: СТРУКТУРНО-СОДЕРЖАТЕЛЬНЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ

О. В. Луцинская

*Белорусский государственный университет,
ул. Кальварийская, 9, 220004, г. Минск, Республика Беларусь,
olgalu805@gmail.com*

В материале рассматриваются жанры и форматы, которые сегодня выделяются разными исследователями в конвергентных средствах массовой коммуникации. Описываются особенности медиатекстов с учетом разных конвергентных процессов, в частности, гипертекстуальность, мультимедийность и интерактивность. Представлены специфические черты онлайн-изданий в белорусских, британских и американских конвергентных СМК.

Ключевые слова: конвергенция; конвергентные средства массовой коммуникации; креолизация; жанры и форматы; медиатекст.

GENRES IN CONVERGENT MEDIA: STRUCTURAL AND CONTENT CHARACTERISTICS

O. V. Luschinskaya

*Belarusian State University,
9, Kalvariyskaya Str., 220004, Minsk, Republic of Belarus
Corresponding author: O. V. Luschinskaya (olgalu805@gmail.com)*

The article considers genres and formats which today are defined by different researchers in convergent media. The peculiarities of media texts are described taking into consideration varied convergent processes, particularly, hypertextuality, interactivity and multimedia. Some features of online editions in the Belarusian, British and American convergent media are presented.

Key words: convergence; convergent media; creolization; genres and formats; media text.

Журналистика, как и любая другая профессиональная сфера деятельности, не стоит на месте, а постоянно развивается. В ней происходят разные процессы, появляются новые ее виды, совершенствуются методы и способы поиска информации, работы с ней и трансляции этой информации разным аудиториям. Развитие информационных техноло-

гий и сети Интернет оказали влияние на взаимодействие и коммуникацию с пользователями, а также на продуцирование медиатекстов с применением различных мультимедийных средств и др.

Сегодня изменения происходят и в системе журналистских жанров: появляются синтезированные их типы, которые включают в себя элементы других жанровых форм; благодаря слиянию разных каналов передачи информации в одном журналистском сообщении возникают конвергентные жанры. Исходя из вышесказанного можно утверждать, что наряду с традиционными жанровыми формами, существуют «новые» их образования.

Медиатексты в конвергентных СМК (далее – КСМК) представляют собой мультимедийные продукты, основными характеристиками которых выступают *гипертекстуальность*, предполагающая взаимосвязь новостного сообщения с другими текстами, видео- или фото-материалами и реализующаяся при помощи гиперссылок; *мультимедийность* (использование разных каналов передачи информации в сообщении) и *интерактивность*, реализуемая через активное читательское воздействие на структуру текста, лежащая в основе навигации, а также проявляющаяся в возможности «донесения ответных реакций, как до автора, так и до других читателей» [1, с. 409].

Жанры в КСМК представляют собой нелинейные разветвляющиеся тексты, позволяющие аудитории самостоятельно выбирать путь чтения и таким образом конструировать собственный текст, выбирая соответствующую гиперссылку. «Это модель организации электронного текста, характеризующаяся специфической структурированностью и разветвленной системой программно поддерживаемых внутритекстовых и межтекстовых переходов, предполагающая возможность читательского интерактивного воздействия на последовательность воспроизведения композиционных единиц» [2, с. 80].

По мнению М. А. Улановой, «королем» среди жанров в КСМК является информационный, представленный таким его видом, как *заметка*. Это объясняется тем, что сегодня аудиториям нужна и важна быстрая своевременная передача новой и актуальной информации о различных событиях и фактах, нежели их анализ. Заметки, в свою очередь, подразделяются на событийные, аннотации, мини-рецензии, блиц-портреты, мини-обозрения, мини-истории, а также мини-советы, среди которых самой распространенной выступает именно событийная заметка [3]. Этот тип содержит краткую информацию об актуальных событиях и состоянии дел в различных отраслях, которая до этого аудитории была неизвестна. Н. Г. Лосева и М. М. Лукина выделяют информационную заметку в онлайн СМИ, для написания которой журналисты применяют

принцип «перевернутой пирамиды» [4]. Исследователь Е. М. Пак определяет веб-жанр заметки в сетевых версиях, задача которой заключается в том, чтобы представить более широкую и разнообразную панораму событий дня по минутам, а также привлечь внимание читателей, вызвать информационный интерес и заставить их задержаться на сайте [5].

Достаточно часто в онлайн-СМК используется жанр *интервью*, который может быть информационным (проинформировать аудиторию о чем-то, сделать ее очевидцами события) или аналитическим (задает направление анализа события, явления и др.). Это также веб-жанр *интервью-live*, синтезирующий в себе печатную хроникальную заметку, жанр интервью-мнение и пресс-конференцию [5].

Еще одним информационным жанром в онлайн-изданиях выступает *репортаж*, который приобрел в них «вторую жизнь» [4, с. 254]. Для него свойственен нарративный метод представления информации, для передачи смыслов используются разные медийные платформы, реальный эффект присутствия достигается благодаря ведению репортажа параллельно самому разворачиванию события. А. Н. Тепляшина отмечает, что «мультимедийные технологии позволили “оживить” репортаж, создать не воображаемый, а реальный эффект присутствия, соединив в онлайн-модификации жанра текст, видео- и звук. В результате возникла жанровая модель репортажа, представляющая собой мультимедийный ресурс, в котором в полной мере используются новейшие информационно-коммуникационные технологии» [6, с. 172]. Такой конвергентный репортаж включает в себя текстовые и графические материалы, свойственные традиционному жанру, но в него уже интегрированы видео- и аудиоматериалы, анимированные и интерактивные информационные вставки.

Если говорить об аналитических жанрах, то распространенными среди них выступают *статья* и *комментарий*. Статья анализирует актуальные общественно значимые явления, разные проблемы, процессы или ситуации и определяет их значимость – общественную, политическую и др., кроме того, она выявляет закономерные связи в различных ситуациях, а также вырабатывает предложения по поводу того, какую следует занять позицию в сложившейся обстановке и др. [3]. Мультимедийная статья занимает особое место в конвергентных СМК, поскольку это «история, рассказанная с помощью нескольких мультимедийных средств», в которой «каждая мультимедийная составляющая дополняет и развивает общий рассказ» [4, с. 269].

Жанр «комментарий» в интернет-журналистике приобретает новые оттенки и значение. Он отличается от статьи тем, что представляет собой расширенную новость, «в которой разъясняется суть новости и да-

ется ее оценка по определенным критериям» [3, с. 39]. Комментарий можно подразделить на оценивающий (представлена оценка описываемого события) и разъясняющий (выявляются причины произошедшего и взаимосвязи с другими событиями, описываются подробности и др.).

Рассмотренные выше жанры представляют собой так называемые классические жанры журналистики. Однако в рамках интернет-среды существуют и иные жанровые формы. Популярным стал *блог*, в том числе и *авторский блог*, или, как М. А. Уланова предлагает его называть, *блог-пост* [3]. Для него характерно большое личностное начало, наличие субъективных оценок и мнений. Для организации диалога с читателями в блогах допускается использование разговорных конструкций, вопросно-ответного изложения и даже нарушение некоторых языковых правил. Блоги интерактивны и открыты для пользователей: блогеры дискутируют, спорят со своей аудиторией. Необходимо упомянуть и *твиттер-репортаж*, появившейся «на стыке жанра репортажа и нового формата ведения записей, который был предложен сервисом микроблогов Twitter [3, с. 41]. Это журналистский текст, не превышающий 140 символов и представляющий прямую трансляцию с места события.

В интернет-журналистике появились также новые интегрированные жанры – *инфотейнмент* (англ. infotainment: information – информация, entertainment – развлечение), *эдютейнмент* (англ. education – образование, обучение, entertainment – развлечение).

Новые технологии, пришедшие на информационный рынок, существенно меняют привычные формы медиапотребления и заставляют многие СМИ искать пути для удержания собственных позиций. Особенно это касается периодической печати. Сегодня в мультимедийных публикациях активно используются такие смешанные жанровые формы как *аудиоиллюстрация*, представляющая собой фрагмент аудиозаписи, относящийся к определенной части текста и иллюстрирующий ту часть сообщения, для которой звуковая составляющая несет смысловую или эмоциональную нагрузку, и *видеоиллюстрация* – фрагмент видео, имеющий также отношение к определенной части текста. Данные формы не имеют законченного сюжета и по продолжительности являются короткими [4; 7].

Кроме того, новые технологии, обеспечившие перевод информации в цифровую форму, привели к развитию таких свойств медиатекста, как интерактивность, гипертекстуальность, конвергентность» [8, с. 143]. Последнее свойство «проявляется в тенденции к “смешению кодов” разных уровней и появлению новых явлений, специфичных для цифровой коммуникационной среды: смешиваются устная и письменная речь,

и появляется особый сетевой “новояз”; смешиваются монологические и диалогические формы, и появляется многоголосый свертхтекст, объединяющий через хэштеги высказывания независимых друг от друга пользователей; смешиваются единицы разных знаковых систем, и появляется поликодовый текст», который объединяет в единое целое разные семиотические коды; «появляются новые и смешиваются традиционные жанровые формы» [8, с. 144].

Анализ медиатекстов в конвергентных белорусских, британских и американских СМК показал, что в них присутствуют разные жанры и их синтезированные формы с использованием мультимедийных технологий, однако текстовая информация является доминирующей, как и в традиционных печатных СМИ. В содержание публикаций помещается много фотографий, что свидетельствует о наличии явления *креолизации*. Обычно тексты открываются большой фотографией, сюжетной или портретной, имеющей отношение к освещаемой новости или событию. В самом медиатексте далее по содержанию встречаются другие фотографии, которые способствуют конкретизации информации и ее лучшему восприятию и пониманию. Именно явление креолизации широко распространено в белорусских онлайн-изданиях, например, в таких, как *сетевое издание sb.by* и *интернет-портал zviazda.by* и в американской электронной версии газеты «The New York Times». В британских КСМК, по сравнению с белорусскими и американскими онлайн-изданиями, часто используются видеосоюжеты, открывающие публикацию либо уточняющие некоторые смысловые блоки в самом тексте. Это подтверждает факт реализации явления *конвергенции* в медиатекстах онлайн-изданий. Конвергенция широко проявляется в британской электронной версии «The Guardian» и в онлайн-ом издании «The Independent».

Особенностью британских и американских интернет-изданий, в отличие от белорусских, является большое использование гиперссылок на протяжении всего материала, что позволяет конкретизировать информацию, делать ее непредвзятой и объективной.

Распространенными жанрами в электронных версиях выступают чаще всего информационные, представленные разными видами заметок (кратких, расширенных, новостных), информационным сообщением или информационной статьей. Именно в британских и американских КСМК данные жанры содержат не просто краткую информацию о событии, но помещают его в определенный ситуационный контекст. В публикациях содержатся разные аргументы, мнения экспертов, статистические данные и др. Поэтому по объему данные медиатексты намного больше, чем те, которые публикуются в печатных СМИ.

С учетом того, что электронные версии не ограничены в текстовом пространстве, в содержание материала помещаются различные диаграммы, таблицы, графики, слайд-шоу, которые уточняют сообщаемую новость, делают текст привлекательным визуально и более понятным для аудитории.

Среди аналитических жанров в британских и американских электронных изданиях присутствуют информационно-аналитическая статья, тематическая статья с учетом ее отдельных разновидностей. Но в этих жанрах аналитический компонент представлен разными фактами и данными, не через мнение журналиста. Непосредственно статьи-мнения, комментарии и другие аналитические материалы находятся в рубрике «Мнения».

В белорусских КСМК журналисты часто используют очень большие по объему лиды (первый абзац публикации), по сути, являющиеся отдельными статьями, изучив которые, читатель получает нужную информацию об освещаемом событии. Такой подход характерен для белорусской журналистской традиции – создавать объемные лиды и включать в них дополнительную информацию, в то время как в британских и американских электронных изданиях этот структурный компонент передает основные факты о событии или новости, однако часто после лида может помещаться предложение в качестве конкретизации содержания первого абзаца.

В медиатекстах конвергентных СМК используются разнообразные дизайнерские приемы и подходы к оформлению материала: разная цветовая гамма; размер и тип шрифта; размер фотографий; отделение абзацев друг от друга пробелами; «вписываются» названия других статей, тематически связанных с текущей публикацией и являющихся активированными гиперссылками.

Характеристика *интерактивности* реализуется посредством размещения ссылок перед текстом или после всей публикации на разные социальные сети; присутствует активированный значок электронной почты для связи с журналистами; есть специальные опции, позволяющие читателям оставлять свои комментарии по поводу описанного в статье. Эти средства дают аудитории возможность быстро и оперативно осуществлять обратную связь с редакцией электронного издания или с журналистом материала.

Таким образом, конвергентные средства массовой коммуникации в разных журналистских традициях наряду с сохранением характеристик, свойственных традиционным СМИ, имеют свою специфику в жанровом разнообразии, а также в содержательной реализации, подаче информа-

ции и ее соответствующем оформлении в медиатекстах при помощи возможностей сети интернет и современных информационных технологий.

Библиографические ссылки

1. *Смирнова Н.* Стилистические особенности представления события в интернет-СМИ // *Стылістыка: мова, маўленне і тэкст: зб. навук. прац ; пад агул. рэд. В. І. Іўчанкава. Мінск : Адукацыя і выхаванне, 2017. С. 408–414.*
2. *Дедова О. В.* Лингвосомиотический анализ электронного гипертекста (на материале русскоязычного Интернета): дис. ... д-ра филол. наук: 10. 02. 01, 10. 02. 19. М., 2006. 253 с.
3. *Уланова М. А.* Интернет-журналистика: Практическое руководство. М. : ЗАО Издательство «Аспект Пресс», 2014. 238 с.
4. Интернет-СМИ: Теория и практика: учеб. пособие для студентов вузов / под ред. М. М. Лукиной. М. : Аспект Пресс, 2010. 348 с.
5. *Пак Е. М.* Жанрообразование в сетевых СМИ: творческие и технологические факторы : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.01.10. СПб., 2014. 24 с.
6. *Тепляшина А. Н.* Влияние конвергентных процессов на жанрообразование в сетевой журналистике // *Современная периодическая печать в контексте коммуникативных процессов. 2016. № 1. С. 166–174.*
7. *Грабельников А. А.* Особенности конвергентной журналистики // *Вестн. ун-та Российской Академии Образования. 2013. № 3. С. 79–83.*
8. *Беловодская А.* «Новые медиа» глазами лингвиста (о новых подходах к исследованию современного медиaprостранства) // *Стылістыка: мова, маўленне і тэкст: зб. навук. прац ; пад агул. рэд. В. І. Іўчанкава. Мінск : Адукацыя і выхаванне, 2017. С. 141–149.*