

К ПРОБЛЕМЕ СООТНОШЕНИЯ ФОРМАТА И ЖАНРА ПРИ ФОРМИРОВАНИИ КОНТЕНТА РОССИЙСКИХ МЕДИА¹

Е. В. Мартыненко¹⁾, А. Е. Базанова²⁾

*¹⁾Российский университет дружбы народов им. Патриса Лумумбы,
ул. Миклухо-Маклая, 10/2, 117198, Москва, Россия,
martynenko-ev@rudn.ru,*

*²⁾Российский университет дружбы народов им. Патриса Лумумбы,
ул. Миклухо-Маклая, 10/2, 117198, Москва, Россия,
bazanova-ae@rudn.ru*

Проблема соотношения жанра и формата, двух сопряженных медиа-категорий, в научной среде вызывает вопросы, остающиеся открытыми. Цель исследования – показать влияние новых медиаформатов на преодоление возникающей жанровой неопределенности в современной медиасреде. Результаты могут быть использованы для описания различных аспектов журналистской теории и практики.

Ключевые слова: формат; жанр; признаки; модель; медиа.

TO THE PROBLEM OF CORRELATION BETWEEN FORMAT AND GENRE WHEN FORMING RUSSIAN MEDIA CONTENT

E. V. Martynenko^a, A. E. Bazanova^b

*^aPeoples' Friendship University of Russia named after Patrice Lumumba,
10/2, Miklukho-Maklaya Str., 117198, Moscow, Russia
Corresponding author: E. V. Martynenko (martynenko-ev@rudn.ru),*

¹Тезисы подготовлены в рамках инициативной НИР кафедры теории и истории журналистики РУДН имени Патриса Лумумбы № 050737-2-000 «Исследование медиасистем и медиаиндустрии России и мира: научно-образовательная компонента».

*^bPeoples' Friendship University of Russia named after Patrice Lumumba,
10/2, Miklukho-Maklaya Str., 117198, Moscow, Russia
Corresponding author: A. E. Bazanova (bazanova-ae@rudn.ru)*

The problem of correlation between genre and format, two related media categories, in the scientific community raises questions still remaining open. The purpose of the study is to show the influence of new media formats on overcoming the emerging genre uncertainty in the modern media environment. The results can be used to describe various aspects of journalistic theory and practice.

Key words: format, genre, features, model, media.

Вопрос корреляции понятий «формат» и «жанр» в науке и практической деятельности рассматривают с разных точек зрения. Представители классической школы придерживаются теории жанров, считая дискуссию о форматах непродуктивной. Специалисты по медиаконтенту также выступают за консервативную точку зрения: жанр архаичен и статичен, что для современного конвейерного производства неэффективно. Другие исследователи подвергают сомнению существование в современной журналистской практике устойчивых жанров, убеждающие в их комбинировании. Ученые Л. П. Шестеркина и М. Н. Булаева, например, разработали систему интернет-жанров, которая основана на тексте, изображениях, видео, аудио. Исследователи называют новыми жанрообразующими признаками характерные особенности онлайн-публикаций – мультимедийность, гипертекстуальность и интерактивность [1, с. 132–133]. Еще одна группа исследователей признает самостоятельность понятий «жанр» и «формат» и стремится к их дифференциации и сближению. Например, известный ученый Г. В. Лазутина отмечает, что формат выступает не только как способ организации контента, но и как инструмент развития всей системы массовой коммуникации [2, с. 16].

Теоретический спор о жанрах и форматах усиливают появившиеся гибридные интернет-жанры, который привели к разногласиям в научной среде. Пост в мессенджере Telegram может быть близок к информационным жанрам (заметка, реплика), аналитическим (статья, обозрение) и художественно-публицистическим (эссе, очерк). Мультимедийный лонгрид также способен аккумулировать в себе все жанры журналистики в отличие от интервью, которое не может быть одновременно информационными, экспертным и личностным.

Таким образом, формат – это ситуативно возникающие и динамично изменяющиеся формы представления материала, тогда как жанр – устойчивое сочетание, совокупность формальных и содержательных особенностей произведения. Под форматом подразумевается способ репрезентации жанра в определенных каналах, для определенных целей и для реализации конкретных коммуникативных стратегий. Жанр устойчив и формален, формат динамичен и гибок. Жанр складывается на основе формирования жанровых признаков, формат – на основе способа репрезентации. Формат – это внешняя форма представления контента, тогда как жанр – вид, группа произведений, имеющих устойчивое, постоянное единство признаков [3, с. 469].

Передовые медиа более привержены форматной модели, поскольку такой подход к репрезентации информации, основанный на комбинации различных жанров и кодов, открывает перспективы для создания разнообразного уникального, экспериментального и интерактивного контента. Материалы, выполненные в традиционных жанрах, приобретая мультимедийные черты, вновь становятся популярными. Сегодня редко можно встретить аналитическую статью без инфографики, а выпуск новостей – без пользовательского контента. Их взаимопроникновение неизбежно, что обусловлено потребностью привлечения и удержания взыскательной аудитории [4, с. 52].

Несколько лет назад одним из первых к почти революционному выводу о снижении актуальности жанровых дефиниций и возрастающей необходимости соответствия формальным признакам пришел отечественный ученый В. Л. Цвик. Как ни парадоксально, но одним из важнейших свойств формата является непостоянство его признаков. «Формат, в отличие от жанра, находится в статичном состоянии очень недолгое время. Внутри него все время идет процесс поиска путей дальнейшего развития – реформатирования» [5, с. 63].

Можно утверждать о возникновении новых форматов, адаптации ими элементов существующих жанров и комбинировании признаков новых жанров. Например, лонгрид и стрим обладают некоторыми специфическими чертами, но говорить, что это новые жанры, нельзя, поскольку они непрерывно эволюционируют. Цель формата – адаптироваться к любым техническим и потребительским изменениям в медиaprостранстве, где важную роль сыграл фактор социальных сетей. Так, Telegram-каналы задали стилистику мгновенной публикации, TikTok геймифицировал медиасисферу, а последняя социальная сеть для голо-

сового общения Clubhouse смогла вернуть журналистику к традиционным радиийным практикам, но уже совсем на другом уровне.

Таким образом, практически любой жанр можно представить во всех возможных форматах. Новость достаточно легко превращается в молнию, видеосюжет, пост, стрим, сториз, короткий факт, подкаст, мем. С форматами дело обстоит иначе. Так, в виде лонгрида чаще всего оформляются тексты в жанре очерка, статьи, репортажа и интервью, но при необходимости подобную структуру можно придать любому медийному тексту. Лонгрид может представлять собой и портретное интервью, проиллюстрированное фоторепортажем, видеофрагментами, комментариями коллег героя, и снабженную викториной в конце.

Формат может и должен быть мультижанровым, тогда как жанр не может быть мультиформатным. Проблема соотношения жанра и формата, двух сопряженных медиакатегорий, вряд ли решена, так как их формирование, эволюция и осмысление происходит на фоне непрерывного изменения медиасреды. Практически исчезли некоторые традиционные жанры (памфлет, очерк, фельетон), а многие форматы (лонгрид, стрим, молния) оказываются паттернами для новых жанров. При этом следует учитывать, что понятие «медиаформат» все еще в полной мере не детерминировано, не быработаны общие стандарты идентификации и различения жанров и форматов.

Массмедиа современной России сталкиваются с жанровым кризисом – ситуацией, когда традиционные способы репрезентации медиа-контента перестают удовлетворять потребности аудитории и теряют свою релевантность. Для его преодоления многие СМИ переходят на форматную модель контента, которая включает в себя:

- мультимедийный контент (форматы, сочетающие в себе видео, аудио, фотографии и тексты);
- интерактивный контент (игры, опросы, комментарии), с которым пользователь может взаимодействовать;
- контент на основе данных – графики, диаграммы, карты, помогающие аудитории лучше понимать и анализировать информацию;
- контент на основе историй – материалы, выполненные в технике сторителлинга, продуцирующего эмоциональную связь с аудиторией.

Использование новых медиаформатов позволяет СМИ преодолевать жанровый кризис и создавать более интересные и разнообразные материалы, которые адаптируются под новые технологии и потребности современной аудитории. Именно форматный подход позволяет разно-

сторонне осмыслить особенности фазы перехода СМИ в цифровую эпоху, их включения в непрерывно расширяющееся медиапространство.

Библиографические ссылки

1. Шестеркина Л. П., Булаева М. Н. Традиционные и специфические основы формирования системы жанров универсальной журналистики // Гуманитарный вектор. Серия: Филология, востоковедение, 2015. С. 129–135.
2. Лазутина Г. В. Жанр и формат в терминологии современной журналистики // Вестник Московского университета. Сер. 10. Журналистика 2010. № 6. С. 14–21.
3. Онуприенко К. А. Семиотические аспекты новых медиаформатов // Вопросы журналистики, педагогики, языкознания. 2022. Т. 41. № 3. С. 463–472.
4. Онуприенко К. А. Новые медиаформаты как способ реализации коммуникативных стратегий в период пандемии COVID-19 // Трансформация стратегии и тактики медиакommunikаций в условиях пандемии. Монография / под редакцией Л. К. Лободенко, Л. П. Шестеркиной. Челябинск: Издательский центр ЮжноУральского государственного университета. 2022. 415 с.
5. Новикова А. А. Гибридность как определяющий признак телевизионного формата // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. 2010. № 6. С. 56–64.