

УДК 81'32

ФОРМАТНО-ЖАНРОВОЕ УСТРОЙСТВО МЕДИАРЕЧИ КАК ОБЪЕКТ МЕДИАТЕКСТОЛОГИЧЕСКОГО АНАЛИЗА

Н. Б. Смольская

*Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого,
ул. Политехническая, д. 29 литера Б, 195251, г. Санкт-Петербург, Россия,
n.smolskaia@yandex.ru*

Статья посвящена рассмотрению форматно жанрового устройства современной медиаречи. Цель данной статьи заключается в рассмотрении форматно-жанрового устройства медиаречи в качестве объекта изучения в рамках нового самостоятельного направления медиалингвистических исследований – медиатекстологии, актуальность разработки которого определяется динамичным развитием форматно-жанровой структуры современной медиаречи.

Ключевые слова: медиаречь; форматно-жанровое устройство; медиатекст; медиажанр; медиаформат; медиатекстология.

THE FORMAT AND GENRE STRUCTURE OF MEDIA SPEECH AS AN OBJECT OF MEDIATEXTUAL ANALYSIS

N. B. Smolskaia

*Peter the Great Saint-Petersburg Polytechnic University,
Polytechnicheskaya St., 29, bld. B, 195251, Saint-Petersburg, Russia,
n.smolskaia@yandex.ru*

The article considers the format and genre structure of modern media speech. The purpose of the article is to considerate the format-genre structure of media speech as an object of study within the framework of a new independent direction of media linguistic research – media textology, the relevance of the development of which is determined by the dynamic development of the format-genre structure of modern media speech.

Keywords: media speech; format and genre structure; media text; media genre; media format; media textuality.

Размывание границ традиционных журналистских жанров, распространение гибридных жанровых форм, объединяющих в себе черты различных функциональных типов медиатекстов, таких как infotainment, infomercial, educatainment и т. п., появление новых медиаформатов типа longread, explainer, смешение и обновление медиатекстовых форм – все эти процессы характерны для медиапрактик последних двух десятилетий, центральной категорией которых по-прежнему остается медиатекст.

Динамичное развитие информационно-коммуникационных технологий, в том числе появление новых мультимедийных платформ и возможностей для создания и форматирования медиаконтента, существенным образом влияет на жанровую типологию массмедийных текстов, а также оказывает заметное влияние на свойства и характер современного массмедийного контента, что неизбежно сказывается на том, в какой форме реализуется предлагаемое содержание, иначе говоря, на форматно-жанровых свойствах медиатекстов, и требует от исследователей поиска новых подходов к способам их классификации и структурно-типологического описания. Именно этим и определяется актуальность разработки детального систематизированного подхода к изучению структурно-типологического аспекта современной медиаречи, позволяющего учесть все особенности ее форматно-жанрового устройства в динамике. Решить задачу совершенствования типологического описания речевых медиапрактик в соответствии с требованиями времени, как представляется, может медиатекстология как отдельное направление медиалингвистических исследований, представляющее собой системный комплексный подход к изучению форматно-жанрового разнообразия современной медиаречи. Необходимость разработки медиатекстологии как отдельного перспективного направления изучения медиаречи отмечает Т. Г. Добросклонская [1, с. 144–145].

Вопросы типологического описания корпуса функционирующих в медийном пространстве текстов неоднократно становились объектом пристального внимания российских и зарубежных ученых. Различные аспекты жанровой стратификации массмедийного дискурса затрагивались в работах А. Н. Васильевой, Т. Г. Добросклонской, В. Г. Костомарова, В. А. Тырыгиной, А. Д. Швейцера и др.

Медиалингвистический подход наделяет медиатекст ключевым признаком, который заключается в том, что «при переносе в сферу массмедиа понимание текста выходит за пределы сугубо вербального уровня, приближаясь к семиотическому толкованию понятия «текст» как последовательности любых, а не только вербальных знаков» [1, с. 26].

Так, в зависимости от медийно-технологических свойств медиасредства (телевидение, пресса, радио), в рамках которого создается медиатекст, он разворачивается на нескольких уровнях, при этом образуя единое целое и приобретая черты объемности и многослойности – текст на телевидении формируется и вербальными средствами, и с использованием изображения, и через звуковой ряд; для радиотекстов свойственно сочетание вербального текста с музыкальными и аудиоэффектами; тексты печатной прессы зависят от особенностей графического оформления и наличия иллюстраций. Таким образом, медиатекст превращается

в поликодовое образование, приобретая новые структурно-смысловые характеристики.

Существенные изменения в понимание медиатекста как поликодового образования, сочетающего в себе элементы вербального и медийного (иллюстрации, видеоряд, звуковое сопровождение и пр.) уровней, возникли в результате активного распространения Интернета, которое сопровождалось появлением новых мультимедийных платформ, предоставляющих как профессиональным журналистам, так и обычным пользователям инновационные инструменты для создания и распространения медиаконтента.

Так, к настоящему времени сложилось четкое и принятое в научном сознании понимание медиатекста как сложного многослойного явления, основанного на неразрывной связи компонентов вербального и медийного уровней. Именно на данное понимание опираются в своих исследованиях медиатекста как российские, так и зарубежные ученые (Дускаева Л. Р., Шмелева Т. В., Полонский А. В., Чернышева Т. В., Глинчевский Э. И., Bell A. и др.).

Таким образом, в рамках данной статьи, вслед за Т. Г. Добросклонской, под медиатекстом с точки зрения медиалингвистики мы будем понимать «актуализированное в определенном медиаформате и объединенное общим смыслом последовательное сочетание знаковых единиц вербального и медийного уровней» [1, с. 30]. Используемый в данном определении термин «медиаформат» представляется более универсальным в плане использования в рамках различных подходов к описанию массмедийных текстов.

Динамичное развитие информационно-коммуникационных технологий, в том числе появление новых мультимедийных платформ и возможностей для создания и форматирования медиаконтента, существенным образом влияет на жанровую типологию массмедийных текстов, а также оказывает заметное влияние на свойства и характер современного массмедийного контента, что неизбежно сказывается на том, в какой форме реализуется предлагаемое содержание, иначе говоря, на форматно-жанровых свойствах медиатекстов.

Современные специфические формы медиатекстов свидетельствуют о стремлении средств массовой коммуникации к структурированию и оптимизации содержания, трансформации жанровой системы, изменению механизмов трансляции контента. Эффективному взаимодействию медийного текста с массовой аудиторией служат актуальные тенденции в развитии языка медиа, в формировании которого участвуют различные семиотические системы и который характеризуют «структурно-языковой синкретизм, негомогенность медиатекста, разнородность знакового ма-

териала, сочетание кода вербального языка и элементов невербальной коммуникации» [2]. Всё это приводит к размыванию границ традиционных журналистских жанров, распространению гибридных жанровых форм, объединяющих в себе черты различных функциональных типов медиатекстов, таких как *infotainment*, *infomercial* или *educatainment*, или к появлению новых медиаформатов типа *longread* и *explainer*, а далее и к смешению и обновлению медиатекстовых форм. Перечисленные выше процессы характерны для медиапрактик последних двух десятилетий, и по-прежнему центральной категорией для них остается медиатекст [3, с. 119].

И если категоризация медиатекстов в зависимости от медийно-технологических свойств медиасредства (телевидение, радио, пресса) является бесспорной и общепринятой, то именно обилие трансформированных медиажанров и форм распространения информации, их взаимозаменяемость и легкодоступность выбора требуют от исследователей поиска новых подходов к способам классификации и структурно-типологического описания медиатекстов. В поисках ответа на поставленный Т. Г. Добросклонской вопрос «Каковы критерии типологической классификации медиатекстов?» [4, с. 20] в рамках данной статьи рассмотрим основные аспекты взаимодействия и взаимовлияния жанра и формата современных медийных текстов и, как следствие, формирование форматно-жанровой структуры медиатекстов, находящей отражение в форматно-жанровом разнообразии медиаречи.

Описать сегодня все журналистские жанры и даже подсчитать их в условиях динамики жанровой системы, появления новых, трансформации старых, креолизации, воздействия на жанры технического прогресса представляется крайне сложным. В рамках современной медиаречи канонические (традиционные) медиажанры, к которым исследователи относят новость, статью, репортаж, интервью, очерк, расследование, обзор, фельетон, продолжают существовать, будучи объединенными в три основные группы «высшего порядка» – информирующая группа жанров, аналитическая группа жанров и группа, объединяющая жанры, обслуживающие развлечение, досуг [5, с. 1111]. Интересным для рассмотрения проблемы типологизации медиатекстов представляется утверждение О. Н. Копытова о том, что по аналогии с теорией речевых жанров М. М. Бахтина, можно говорить о «первичных» и «вторичных» медиажанрах с дальнейшим развитием данного умозаключения в сторону тесной связи медиажанра и формата как условий и среды, задающих особенности именно этого медиажанра [6, с. 143].

Обращает на себя внимание пока достаточно устойчивая тенденция обособленного изучения и отграничения медиажанров и (ме-

диа)форматов в современной медиаречи. Так, Т. И. Сурикова указывает на активизации употребления понятия «формат» в теории и практике массовой коммуникации в условиях, когда свои позиции стандартов и эталонов утратили понятия «тип СМИ», «жанр», «стиль» [7, с. 27]. «Из статьи В. Л. Цвика, который говорит о том, что “формат включает в себя признаки определенного жанра”, следует, что понятие формата является более широким, чем понятие жанра» [8, с. 132].

Такое понимание сути взаимоотношений медиажанров и форматов представляется недостаточно корректным. Стремительное развитие медиасреды порождает новые возможности для создания медиатекстов, существенно влияя на методы их производства и на модель распространения. Динамика жанровой системы, появление новых и трансформация старых медиажанров, креолизация и воздействие на жанры технического прогресса – всё это создает серьезные сложности в описании всего корпуса медиажанров. В текущей ситуации медиажанр уже не является финальной типизированной формой оформления содержательно-формального единства медийного текста. Медиажанр существует в условиях и среде определенного формата, который, с одной стороны, во многом предопределяет создание медиатекста, а с другой стороны, задает особенность именно этого жанра для данного медиатекста, но есть еще и третья сторона – когда медиатекст этого жанра находится в одном ряду с другими медиажанрами именно этого формата.

Из вышеуказанного следует, что типологическое описание современного устройства медиаречи невозможно без учета новых тенденций в развитии информационно-коммуникационных технологий, в том числе появления новых мультимедийных платформ и возможностей для создания и форматирования медиаконтента, которые существенным образом влияют как на жанровую типологию массмедийных текстов, так и на свойства и характер современного массмедийного контента, что неизбежно сказывается на том, в какой форме реализуется предлагаемое содержание, иначе говоря, на форматно-жанровых свойствах медиатекстов. Таким образом, устойчивое соединение определенных внешних признаков с устойчивыми компонентами содержания и стиля будет являться основой для проведения детального систематизированного подхода к изучению структурно-типологического аспекта современной медиаречи и позволит учесть все особенности ее форматно-жанрового устройства в динамике, а также описать форматно-жанровое разнообразие современной медиаречи.

Таким образом, именно медиатекстология как новое актуальное направление исследования медиатекстов, оформленное в виде системного комплексного подхода к изучению современной медиаречи, позволит

разработать типологическое описание речевых медиапрактик с учетом динамики медиаречи, распространения новых форм репрезентации медиаконтента и особенностей его структурирования, включая тенденции к гибридизации и конвергенции.

Библиографические ссылки

1. *Добросклонская Т.* Медиалингвистика: теория, методы, направления. Издат. система Ridero, 2020.
2. *Тяжлов Я. И.* Актуальные формы медиатекстов, посвященных кино: жанровые и языковые тенденции [Электронный ресурс] // Медиалингвистика. 2016. № 2 (12). С. 71–80. URL: <https://medialing.ru/aktualnye-formy-mediatekstov-posvyashchennyh-kino-zhanrovye-i-yazykovye-tendencii/> (дата обращения: 21.12.2023).
3. *Добросклонская Т. Г., Смольская Н. Б.* Медиатекстология: системный подход к изучению форматно-жанрового разнообразия современной медиаречи // Вестник Московского университета. Серия 19: Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2023. № 4. С. 118–135.
4. *Добросклонская Т. Г.* Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ. М., 2008.
5. *Пастухов А. Г.* Медиажанры и композиционно-речевые формы журналистики: связи и отношения // Вестник Кемеровского государственного университета. 2020. Т. 22, № 4 (84). С. 1107–1115.
6. *Копытов О. Н.* Факт, жанр, формат как главные экстралингвистические элементы современного медиатекста // Мультимедийная журналистика Евразии-2015: медиатизация социально-культурного пространства и медиакратия в условиях новой медиареальности Востока и Запада. Евразия молодая: сборник материалов и научных статей IX Международной научно-практической конференции (10–11 декабря 2015 года). – Казань: Казанский (Приволжский) федеральный университет, 2016. С. 139–148.
7. *Сурикова Т. И.* Смысловое поле понятия «формат» в массовой коммуникации // Вестник Московского университета. Сер. 10. Журналистика. 2010. № 6. С. 25–29.
8. *Федоровская В. О.* Литературная критика в ток-шоу. Проблема медиаформата // Жанры и типы в научном и медийном дискурсе: сборник научных трудов (18–19 сентября 2020 года). Выпуск 17. Орел : Орловский государственный институт культуры, 2020. С. 130–145.