

Н.В. Смирнова

МУЛЬТИМЕДИЙНАЯ ИСТОРИЯ В ЖАНРОВОЙ СИСТЕМЕ СОВРЕМЕННЫХ СМИ

В статье рассматривается мультимедийная история – новый тип медиатекста в интернет-пространстве, характеризующийся синкретичностью вербальных и невербальных средств передачи информации, нарративностью и нелинейностью. Определяется объем и содержание данного понятия, его соотношение с функционирующими в научном обиходе аналогами, такими, как мультимедийная статья, сноуфолл, мультимедийный (трансмедийный) сторителлинг, мультимедийный лонгрид. Особое внимание уделяется статусу мультимедийной истории как нового вида медиатекста в традиционной жанровой системе СМИ. Рассматриваются два основных подхода к феномену мультимедийной истории: 1) как к новому жанру журналистики; 2) как к новому формату подачи журналистского материала.

Ключевые слова: гипертекст, мультимедийная история, лонгрид, жанр, формат.

N.V. Smirnova

MULTIMEDIA STORY IN MODERN MASS MEDIA GENRE SYSTEM

In this article we examine the multimedia story as a new media text type in the web space, characterized as non-linear and narrative, as well as by communication of information both in verbal and nonverbal ways. We determine the corpus and the content of this term, its correlation with the scientific analogues, such as multimedia article, snowfall, multimedia (transmedia) storytelling, multimedia longread. Much attention is given to the status of the multimedia story in the traditional mass media genre system. Two basic principles of the multimedia story phenomenon are discussed: 1) as a new journalistic genre; 2) as a new format to present the media content.

Keywords: hypertext, multimedia story, longread, genre, format.

Традиционная жанровая система массмедиа трансформируется под влиянием новых информационных технологий и конвергенции средств массовой информации. В интернет-пространстве появляются новые способы передачи информации, новые форматы медиатекстов. Интернет-СМИ существуют в режиме гипертекста и характеризуются тремя ведущими дифференциальными признаками: нелинейностью, интерактивностью, мультимедийностью. Мультимедийность

предполагает сочетание различных способов представления информации – вербального и невербального, включающих аудио, видео, графику, анимацию. В современных научных исследованиях термин *медиа* используется в двух значениях: с одной стороны, под медиа понимается канал массовой коммуникации (радио, телевидение, печать, Интернет), с другой стороны – способ кодирования информации (язык, звук, изображение). Трактовка медиа как способа кодирования информации сближает понятия мультимедийности и поликодовости. Мультимедийность и поликодовость.

тимедийность можно рассматривать в качестве реализации поликодовости в онлайн-среде.

Выступая одной из основополагающих характеристик медиатекста в Интернете, мультимедийность способствует слиянию различных каналов массовой коммуникации и появлению новых конвергентных жанров. Ярким примером нового типа медиатекста в онлайн-СМИ является журналистский материал большого объема, в котором информация передается с помощью различных кодов. Данный феномен является объектом научной рефлексии и не получил пока четкого терминологического определения, что отражается в различных вариантах его именования, таких, как мультимедийная история, мультимедийная статья, сноуфолл, мультимедийный (трансмедийный) сторителлинг, мультимедийный лонгрид.

Мультимедийная статья определяется в российской теории журналистики как «история, рассказанная с помощью нескольких мультимедийных средств и собранная таким образом, чтобы, с одной стороны, каждая мультимедийная грань дополняла и развивала общий рассказ, с другой – недоступность или невозможность воспроизведения одного из элементов не искажала бы общий смысл сюжета» [5, с. 270]. При этом мультимедийная статья рассматривается в составе жанров новых медиа, а три ее разновидности выделяются на основе доминирующего медиа: в (1) мультимедийной html-статье основу формирует автосемантический вербальный текст, в (2) инфографической статье (flash-статья) – визуальный, графический компонент, в (3) так называемой мультимедийной коробочке – фото-, видео- и аудиоэлементы.

В англосаксонской журналистике используется термин *мультимедийная история*, под которым понимается «комбинация текста, фотографий, видео, аудио, графики и интерактивного интерфейса, представленная на веб-сайте в нелинейном формате, в котором каждый способ передачи информации дополняет другой, но не является избыточным»

[11]. Нелинейный формат предполагает отсутствие жестко структурированного повествования, свободу выбора адресата в продвижении через элементы мультимедийной истории. Неизбыточный, взаимодополнительный характер элементов мультимедийной истории означает, что каждый ее фрагмент передается с помощью медиа (вербального текста, видео, аудио, фото, анимации), наиболее убедительно и информативно раскрывающего заданное содержание.

Прототипической моделью и эталоном мультимедийной истории послужил материал *Snowfall: The Avalanche at Tunnel Creek*, размещенный на сайте *The New York Times* в декабре 2012 года. С помощью фото, видео, интерактивной графики, панорам 3D, аудиоэффектов и вербального текста, включающего около 16 тысяч слов и разбитого на 6 глав, была рассказана история о лыжниках, которые попали в снежную лавину в Каскадных горах недалеко от Вашингтона. Материал получил Пулитцеровскую премию за искусную интеграцию мультимедийных элементов. Наличие героев, сюжета, драматургии, повествовательных инстанций (журналистский текст перемежается прямой речью персонажей, представленной разными медиа) свидетельствует о такой важнейшей характеристике мультимедийной истории, как нарративность. По мнению исследователей, успех материала был обусловлен созданием эффекта присутствия, погружением адресата в историю, что обеспечивали три ведущих приема: видеоанимация (анимированные фотографии); скроллинг (возможность прокручивания «бесконечной страницы», переход от одной части рассказа к другой, быстрый просмотр всего материала); параллакс-эффект (перемещение элементов с разной скоростью при загрузке страницы). Значимость плана выражения, гармоничный синтез разных средств передачи информации и воздействия на аудиторию свидетельствуют об эстетизации массмедиа. Адресат воспринимает мультимедийную историю не только как источник информации, но и как эстетически значимое сообщение.

Так, анимационная заставка материала Snowfall, на которой воспроизводится склон горы со стелющимся снегом, собрала наибольшее число просмотров. Заглавие материала стало нарицательным: термин **сноуфолл** используется параллельно с мультимедийной историей. В американской журналистике стал использоваться глагол to snowfall, означающий процесс создания качественных мультимедийных историй. Процессуальное значение присуще и такому понятию, как **мультимедийный (трансмедийный) сторителлинг**. Метонимическое употребление данного понятия в качестве обозначения результата – мультимедийной истории – не представляется обоснованным. В то же время, «номинативное словосочетание ‘мультимедийная история’ может использоваться для обозначения результата, но не для процесса создания и распространения нового типа коммуникативной реальности» [6].

Еще одним синонимичным термином по отношению к мультимедийной истории выступает **мультимедийный лонгрид**. Конститутивным признаком лонгрида является большой текстовый объем, при этом отмечается глубокая проработка темы. Таким образом, лонгрид рассматривается как длинный, хорошо проработанный текст non-fiction.

Статус лонгрида, а равно и мультимедийной истории в современной системе медиатекстов определяется двояко: лонгрид либо относят к новым жанрам журналистики, либо считают новым форматом подачи журналистского материала. Жанровая природа лонгрида, по мнению сторонников данной точки зрения, проявляется в наличии ряда структурных и содержательных жанрообразующих признаков, к которым относятся: объем материала свыше полутора тысячи слов; глубина погружения в тему, о которой свидетельствует количество примеров, количество источников, информативность текста; системность темы. При этом мультимедийность не входит в число обязательных характеристик лонгрида [4].

Другая точка зрения, согласно которой лонгрид является не жанром, а

форматом онлайн-журналистики, аргументируется тем, что в данном типе медиатекста «могут найти воплощение разные журналистские жанры: аналитика, очерковая журналистика, расследовательские материалы» [2, с. 185]. Лонгрид рассматривается как новый формат подачи медиатекстов, для которого характерны большой объем и высокая степень креолизованности. Классификация лонгридов проводится на основе медиа, участвующих в передаче информации. В зависимости от задействованных способов кодирования и канала трансляции информации выделяют традиционные (мономедийные) и мультимедийные лонгриды. Традиционными именуется лонгриды, в которых информация передается с помощью вербального текста и статичных иллюстраций. Подобного рода лонгриды могут быть опубликованы в печатных СМИ. Иначе их называют мономедийными [8], однако такое обозначение не представляется удачным, поскольку вербальный текст и изображение – это два способа передачи информации, то есть два медиа в семиотическом понимании этого термина. Мультимедийные лонгриды существуют только в интернет-среде. Основополагающие характеристики данного вида лонгридов – мультимедийность (единство вербального текста, фото, видео, аудио, инфографики) и нелинейность.

Анализ современных научных исследований по теории и практике журналистики показал, что вопрос о соотношении понятий лонгрида и мультимедийной истории не решен, в результате чего (1) эти понятия отождествляются; (2) мультимедийная история рассматривается как разновидность лонгрида, которой присуща высокая степень креолизованности; (3) лонгрид рассматривается как разновидность мультимедийной истории, характеризующаяся доминированием вербального текста; (4) лонгрид и мультимедийная история трактуются как скрещивающиеся понятия. Если опираться на каноническую модель мультимедийной истории – Snowfall, – то наиболее убедительной представляется

точка зрения, согласно которой мультимедийная история – это разновидность лонгрида, в которой объемный вербальный текст сопровождается насыщенным аудиовизуальным рядом.

Феномен лонгрида демонстрирует наличие в современном коммуникативном пространстве тенденции, прямо противоположной твиттеризации медиатекстов, сокращению их объема. Так называемая новая журналистика, или нарративная журналистика, – это журналистика лонгридов, длинных форм: «То, что раньше характеризовалось как повествовательная, или литературная, или новая журналистика, сейчас описывается просто как длинная форма» [10]. Успех журналистских произведений большого объема связывают с мультимедийным форматом подачи материала. Мультимедийные истории – самая востребованная аудиторией разновидность лонгридов.

Мультимедийная история вписывается в общий контекст эволюции средств массовой информации, становления и развития новых видов медиатекста. При этом вопрос о генезисе мультимедийной истории остается дискуссионным. В новом феномене интернет-журналистики исследователи видят либо трансформированный инновационными технологиями очерк [3], либо интернет-воплощение журналистского жанра информационной заметки [7], либо развитие жанра feature – тематической статьи, которая рассказывает о проблеме или событии с точки зрения общечеловеческих ценностей и для которой фактор оперативности не имеет значения [9].

Дискуссионным, как уже было отмечено, является и вопрос о статусе мультимедийной истории в жанровой системе массмедиа. В условиях стремительного развития технологий и возникновения

новых медиа традиционное определение жанра как исторически сложившейся группы произведений, обладающих общими содержательными и формальными особенностями, нуждается в пересмотре. Большинство исследователей рассматривают мультимедийную историю не как жанр, а как новый формат интернет-журналистики, в котором происходит конвергенция традиционных журналистских жанров. Очевидно, что «вряд ли сегодня можно найти четкое жанровое определение новым видам медиатекста, так как они еще только формируются» [1, с. 56].

Перспективы развития мультимедийной истории как нового вида медиатекста связаны с дальнейшим совершенствованием информационных технологий. В то же время, необходимо отметить, что большой объем текста и перегруженность мультимедийными элементами затрудняют восприятие, обуславливают его фрагментарность. Рассчитанный на многочасовое восприятие материал по статистическим данным потребляется в среднем за 12 минут. Необходим поиск новых форм привлечения и удержания внимания аудитории.

Итак, мультимедийная история – это новый вид медиатекста, функционирующий в онлайн-среде и характеризующийся синкретичностью вербальных и невербальных средств передачи информации, нарративностью и нелинейностью. Модульность элементов мультимедийной истории реализуется за счет принципа дополнительности: выступая частью целого, компоненты мультимедийной истории сохраняют относительную автономность. Синтез различных способов передачи информации обеспечивает комплексное восприятие мультимедийной истории.

Литература

1. *Выровцева Е.В.* Мультимедийная история: технологии & творчество // Знак: проблемное поле медиаобразования. – 2016. – Вып. 5 (22). – С. 51–59.
2. *Галустян А., Кульчицкая Д.* Мультимедийные лонгриды как новый формат онлайн-журналистики // Как новые медиа изменили журналистику. 2012–2016. – Екатеринбург : Гуманитарный университет, 2016. – С. 179–205.

3. Золотухин А.А., Мажарина Ю.Н. Лонгрид, сноуфолл, мультимедийная история – как новые вершины журнализма? // Вестник Воронежского университета. Серия: Филология. Журналистика. – 2015. – № 2. – С. 93–96.

4. Колесниченко А.В. Длинные тексты (лонгриды) в современной российской прессе // Медиаскоп. – 2015. – № 1. – URL: <http://www.mediascope.ru/1691>.

5. Лукина М.М. (ред.). Интернет-СМИ: Теория и практика. – М. : Аспект Пресс, 2013. – 348 с.

6. Пильгун М.А. Transmedia Storytelling: перспективы развития медиатекста // Медиаскоп. – 2015. – № 3. – URL: <http://www.mediascope.ru/1773>.

7. Прасолова Е.В. Функционально-стилевые особенности мультимедийной истории как жанра интернет-СМИ: дис. ... канд. филол. наук. – М., 2016. – 183 с.

8. Чигаев Д.П. Лонгрид как разновидность креолизованного текста // Медиаскоп. – 2017. – № 1. – URL: <http://www.mediascope.ru/2270>.

9. Dowling, D., T. Vogan. Can we “Snowfall” this? Digital longform and the race for the tablet market // Digital Journalism. – 2015. – Vol. 3. – Issue 2. – P. 209–224.

10. Junod, T. The Dominance of Looooong in the Age of Short. – URL: <http://www.esquire.com/entertainment/books/reviews/a24818/the-dominance-of-loooooong-in-the-age-of-short-1013>.

11. Stevens, J. Tutorial: Multimedia Storytelling: Learn The Secrets From Experts. – URL: <https://multimedia.journalism.berkeley.edu/tutorials/starttofinish>.

Литература

1. Vyrovceva, E.V. Mul'timedijnaya istoriya: tekhnologii & tvorchestvo // Znak: problemnoe pole mediaobrazovaniya. – 2016. – Vyp. 5 (22). – S. 51–59.

2. Galustyan, A., Kul'chickaya D. Mul'timedijnye longridy kak novyj format onlajn-zhurnalistiki // Kak novye media izmenili zhurnalistiku. 2012–2016. – Ekaterinburg : Gumanitarnyj universitet, 2016. – S. 179–205.

3. Zolotuhin, A.A., Mazharina YU.N. Longrid, snoufoll, mul'timedijnaya istoriya – kak novye vershiny zhurnalizma? // Vestnik Voronezhskogo universiteta. Seriya: Filologiya. Zhurnalistika. – 2015. – № 2. – S. 93–96.

4. Kolesnichenko, A.V. Dlinnye teksty (longridy) v sovremennoj rossijskoj presse // Mediaskop. – 2015. – № 1. – URL: <http://www.mediascope.ru/1691>.

5. Lukina, M.M. (red.). Internet-SMI: Teoriya i praktika. – М. : Аспект Пресс, 2013. – 348 с.

6. Pil'gun, M.A. Transmedia Storytelling: perspektivy razvitiya mediateksta // Mediaskop. – 2015. – № 3. – URL: <http://www.mediascope.ru/1773>.

7. Prasołova, E.V. Funkcional'no-stilevye osobennosti mul'timedijnoj istorii kak zhanra internet-SMI: dis. ... kand. filol. nauk. – М., 2016. – 183 с.

8. Chigaev, D.P. Longrid kak raznovidnost' kreolizovannogo teksta // Mediaskop. – 2017. – № 1. – URL: <http://www.mediascope.ru/2270>.

9. Dowling, D., T. Vogan. Can we “Snowfall” this? Digital longform and the race for the tablet market // Digital Journalism. – 2015. – Vol. 3. – Issue 2. – P. 209–224.

10. Junod, T. The Dominance of Looooong in the Age of Short. – URL: <http://www.esquire.com/entertainment/books/reviews/a24818/the-dominance-of-loooooong-in-the-age-of-short-1013>.

11. Stevens, J. Tutorial: Multimedia Storytelling: Learn The Secrets From Experts. – URL: <https://multimedia.journalism.berkeley.edu/tutorials/starttofinish>.