УДК 070.1:004.738.5

ТРАНСФОРМАЦИЯ СПОСОБОВ ОТОБРАЖЕНИЯ ДЕЙСТВИТЕЛЬНОСТИ В СОВРЕМЕННЫХ ИНТЕРНЕТ-СМИ

Лапко А. В.

старший преподаватель,

Тихоокеанский государственный университет,

Хабаровск, Россия

Айнулова С. Е.

студент,

Тихоокеанский государственный университет,

Хабаровск, Россия

Аннотация

В статье обозначены основные подходы к вопросу трансформации способов отражения действительности в современных интернет-СМИ в контексте развития технологий и особенностей медиапотребления. Авторы приходят к выводу, что адаптация контента к особенностям потребления в цифровую эпоху привела к трансформации традиционных жанров в интернет-среде и появлению новых форматов, включающих мультимедийные элементы, интерактивные функции и персонализированный интерактивный контент, что значительно расширило возможности интернет-медиа для взаимодействия с аудиторией. Единство и целостность восприятия элементов мультимедийной среды способствуют глубокому погружению пользователей в информационный продукт, а технологичность и возможность управлять процессами восприятия контента аудиторией обусловило появление нового вещательного уровня сетевых СМИ – нелинейного и многоаспектного, позволяющего аудитории получить новую информацию, дополнить уже существующую.

Ключевые слова: цифровая среда, трансформация, способы отображения действительности, жанрообразование, форматы, интернет-СМИ.

TRANSFORMATION OF THE WAYS OF DISPLAYING REALITY IN MODERN INTERNET MEDIA

Lapko A. V.
senior lecturer,
Pacific National University,
Khabarovsk, Russia

Aynulova S. E.
student,
Pacific National University,
Khabarovsk, Russia

Abstract

The article outlines the main approaches to the issue of transforming the ways of reflecting reality in modern Internet media in the context of technology development and media consumption features. The authors conclude that the adaptation of content to the consumption features in the digital era has led to the transformation of traditional genres in the Internet environment and the emergence of new formats that include multimedia elements, interactive functions and personalized interactive content, which has significantly expanded the capabilities of Internet media for interaction with the audience. The unity and integrity of the perception of elements of the multimedia environment contribute to the deep immersion of users in the information product, and technology and the ability to manage the processes of content perception by the audience have led to the emergence of a new broadcasting level of network media – non-linear and multi-faceted, allowing the audience to receive new information, supplement the existing one.

Keywords: digital environment, transformation, ways of displaying reality, genre formation, formats, Internet media.

Система жанров журналистики выстраивается на основе определенных характеристик, которые можно объединить в отдельные группы. По мнению А. А. Тертычного, набор сущностных характеристик, позволяющих относить текст к тому или иному жанру, предопределяется своеобразием предмета и способом отображения действительности [21].

Существует три главных способа отображения действительности – фактографический, аналитический и наглядно-образный [21]. От них зависят варианты освещения – событийный, аналитический, публицистический. Отличаются один от другого прежде всего степенью глубины проникновения в суть предмета отображения. Своеобразие каждого способа отображения действительности заключается в том, что он выступает как особый путь реализации взаимосвязанных целей, решения определенных задач. Важнейшие из них выступают как функции конкретного СМИ. Исходя из способов отображения действительности и функциональной предназначенности текстов, традиционные жанры принято делить на информационно-новостные, аналитические, документально-художественные [21].

Новые условия функционирования журналистских текстов в цифровой среде стали началом трансформации журналистских жанров. Интернет-издания не только используют известные «классические» жанры, но и обогащаются новыми, собственно сетевыми жанрами. А. П. Аржанов отмечает, что интернет-журналистика «постепенно меняется, все больше ориентируется на аудиовизуальный характер восприятия информации, вырабатывает собственные специфические формы, активно начинает пользоваться возможностями, заложенными в интернет его создателями» [1, с. 22]. Современные СМИ адаптируют традиционные методы работы под новое медиапространство.

Среди основных факторов трансформации журналистских жанров исследователи отмечают развитие технологий (Е. В. Прасолова [17], Е. В. Выровцева [5]), конвергенцию (А. Р. Котаева [9]), меняющееся медиапотребление (Е. М. Пак [14], А. Р. Котаева [9]).

А. П. Аржанов, опираясь на исследования А. А. Тертычного, М. Н. Кима, А. В. Колесниченко, делает вывод, что характер изменений в системе жанров можно разделить на три категории:

- непосредственно трансформация традиционных жанров;
- смешение жанров;
- появление новых жанров и жанровых форм [1, с. 23].

Жанры, не имеющие аналогов вне интернета, А. А. Тертычный называет «мультимедийными и синтетическими» [22]. Он дает их классификацию, основываясь уже не на таком жанрообразующем факторе, как функциональная предназначенность текстов, а на характере медиа, то есть знаковой системе и средствах отображения, с помощью которых в текстах создается информационная модель реальности.

А. А. Тертычный приводит следующую классификацию [22]:

1) мономедийные текстовые жанры, в числе которых вербальные, визуальные и аудио-жанры;

2) мультимедийные текстовые жанры, которые включают вербально-визуальные, аудиовизуальные и вербально-визуально-аудио-жанры.

Все интернет-жанры характеризуются тремя основными чертами – гипертекстуальностью, мультимедийностью и интерактивностью [12]. Внешние и внутренние гиперссылки, содержащиеся в журналистском тексте, уточняют и дополняют его смысл. С помощью них можно удерживать внимание аудитории и предоставлять больше контента. Мультимедийность объединяет несколько типов информации в одном материале, что также способствует вовлечению и взаимодействию с ним пользователя. Интерактивность прежде всего отражается в способности потребителей информации незамедлительно реагировать на

публикации в сети и в ряде случаев участвовать в создании интернет-контента, а редакциям измерять реакцию аудитории, что, в свою очередь, влияет на содержание материалов. Кроме того, интерактивность позволяет пользователю самостоятельно управлять тем, как погружаться в контент (разные «точки входа»).

На основе свойства гипертекстуальности А. А. Тертычный выделяет мономедийные гипертекстовые жанры, созданные на основе одного средства отображения действительности, и мультимедийные гипертекстовые жанры, для создания которых используются разные форматы и микроформаты [22].

Среди заметных тенденций жанрообразования в интернет-среде исследователи обозначают:

1) движение текстовых жанров, заимствованных из традиционных СМИ, в сторону уменьшения объема. Это связано специфичностью восприятия интернет-пользователей, которые не привыкли к текстам больших размеров. Существенные жанрообразующие факторы – предмет отображения и целевая установка – не меняются. Такую консервативность этих параметров А. А. Тертычный объясняет их «отработанностью» в ходе длительного употребления в традиционных СМИ [22];

2) развитие технологий и меняющееся медиапотребление обуславливают постепенную трансформацию простых текстовых жанров в сторону мультимедийных, гипертекстуальных [8];

3) наличие в сетевых СМИ «жанровых трансформеров», связанных с гипертекстовым жанровым формотворчеством в поиске адекватных вариантов реализации замысла авторов [22];

4) наряду с формотворчеством на уровне гипертекста наблюдается тенденция к упорядочиванию и стандартизации. По мнению Е. А. Барашкиной, «новостной медиатекст стремится стать матричным, жестко структурированным, безнарративным. С помощью такого типа текста журналист реализует исключительно номинативно-информационную функцию, которая

ограничивает коммуникативную задачу до функции (символа, знака, события, явления, ситуации, процесса, личности» [3]. Появляется универсальное информационное сообщение (УИС) – достаточно распространенное жанровое направление для гипертекста, которое дает возможность освещать событие, обрастающее все новыми и новыми подробностями, в его развитии в режиме реального времени (взаимосвязанная совокупность независимых текстов) [20]. В рамках этой тенденции М. В. Загидуллина вводит понятие «псевдотексты». В журналистском тексте традиционных СМИ доминировал принцип «концепт – смысл – текст», то в новых медиа востребован журналистский текст, основанный на принципе «факт – знак» [6].

Одним из направлений трансформации жанровых форм является изменение средств создания журналистских материалов.

В совокупности мультимедийность, интерактивность и гипертекстуальность влияют на метод отображения действительности всех жанровых групп. Юлия Волосатая, заместитель главного редактора газеты «Вечерняя Москва» по электронным СМИ, отмечает, что «пользователи информации сегодня все больше не хотят ничего искать, они хотят, чтобы им все кратко и емко изложили, возможно, визуализировали…» [2]. Новостные материалы содержат гиперссылки на источники и дополнительные данные, что сокращает объем текстового материала, делая его оптимальным для восприятия аудиторией. Журналистский текст дополняется фото- и видео иллюстрациями, позволяющими создать «эффект наглядности» и «эффект присутствия» на месте события, передать масштаб проблемы. Глубина анализа, точность фактов и экспертных оценок, определяющие качество аналитических материалов, усиливаются видео- и аудиозаписями, интерактивной инфографикой. Экспрессивно-образное отображение действительности публицистических жанров дополняют визуальные форматы.

Типологическое описание форматов, используемых современными интернет-СМИ в качестве средств создания журналистских материалов, предлагает О. В. Лущинская [11]. Исследователь их делит на четыре группы:

1) иллюстративные форматы, цель которых – отражать последовательность событий. Это, например, статичные иллюстрации, фотоленты, фоторепортажи, фотогалереи;

2) аудиоформаты. Их функция – передача смысловой или эмоциональной нагрузки разным частям текста. Например, подкасты, аудиоверсии текста, аудиосюжеты;

3) видеоформаты, визуально отображающие текст, передающие смысловую и эмоциональную нагрузку, погружающие пользователя в материал. Например, видеоиллюстрации, видеосюжеты, видеоколонки, потоковые видео, видеокомментарии и другие;

4) интернет-жанры и интернет-форматы, структурирующие смыслы в нелинейную и поликомпонентную композицию текста, что позволяет аудитории самой выбирать способ и путь получения информации – «зрительно и на слух, разумом и через чувство» [17]. Разные «точки входа» активизируют у потребителя информации не только мыслительные способности, но и весь опыт (рациональный, чувственный, эстетический), то есть расширяется понятие интертекстульности [17]. Среди жанров этой группы – лонгрид, мультимедийная история [11], вебдоки [24], спецпроекты [4; 18]. Среди форматов, например, – инфографика, мультискрипт, видео 360 градусов, таймлапс, виртуальный тур, таймлайн и сторилайн [19].

Кроме появления новых форматов мультимедийность, интерактивность и гипертекстуальность расширяют возможности средств предъявления информации традиционных жанров.

Гиперссылки по-новому организуют текстовое пространство журналистского материала, изменяя и сам процесс чтения нового типа текста. М. М. Лукина отмечает, что гипертекст из «потенциально бесконечного

множества текстов, объединенных системой встроенных гиперссылок, что позволяет не только читать его горизонтально, как на бумаге, но и с помощью внутренних и внешних ссылок просматривать “вглубь”» [7, с. 63]. Именно гипертекст придает журналистским материалам глубину, нелинейность организации – рассмотреть множество значений и свести их воедино, выделить ключевые слова, составить и противопоставить смысловые ряды.

Гипертекст способен меняться в зависимости от пользователя и его потребностей. Для каждого он будет своим, у него нет обычного, в привычном понимании, автора. У гипертекста, по мнению Л. А. Кохановой, «множество авторов, причем для постоянно изменяющегося гипертекста авторский коллектив также постоянно меняется» [10].

Традиционным журналистским жанрам в интернет-СМИ свойственна интерактивность – взаимонаправленная коммуникация медиа и пользователя. Важна и наглядность. Большинство современных интернет-изданий используют медиаиллюстрации – составляющую мультимедийного сюжета [7, с. 342].

А. И. Пилейко, обобщая возможности расширения средств предъявления информации традиционных жанров в цифровой среде, отмечает, что интернет-пространство не воспринимает представление традиционного текста с его фиксированной размерностью, конечностью, а создает свой нестабильный, динамичный, безразмерный текст [15].

Интернет-ресурсы, являющиеся мультимедийной платформой, требуют свежих, нетрадиционных, творческих способов подачи информации, основанной на лаконичности и использовании технологий визуализации. Следовательно, появляются новые требования к созданию журналистского контента, которые не вписываются в рамки традиционных представлений о тексте. Среди основных:

- текст характеризуется информативностью, при этом остается лаконичным и емким по смыслу;
- происходит упрощение синтаксических конструкций с целью более легкого восприятия смысла передаваемого содержания;

- доминирует композиционный принцип «перевернутой пирамиды»;
- наличие информативного заголовка и лида;
- структурирование информации и расстановка акцентов;
- активное использование гиперссылок;
- применение хештегов;
- применение иллюстративного материала;
- дополнение текста видео- и аудиоматериалом [15].

В современной интернет-журналистике, когда в единицу времени читатель получает огромное количество разной информации, по наблюдениям З. Е. Уразаевой и Г. А. Магомедова [23], на первый план выходят оперативно-новостные жанры, что, в первую очередь, связано с интерактивностью и постоянным обновлением.

Таким образом, цифровая эпоха значительно повлияла на специфику работы журналистов. Это доказывают процессы трансформации в системе журналистских жанров. В сетевом пространстве функционируют жанры, свойственные традиционным СМИ, которые в новых условиях приобретают новые черты. И традиционные, и модифицированные жанры создаются с целью достоверного и оперативного информирования аудитории, анализа произошедших событий и глубинного исследования текущих процессов, установления причинно-следственных связей, а также формирования мировоззрения аудитории.

В контексте трансформации жанроообразования в интернет-СМИ нет значительных изменений в таких жанрообразующих признаках, как предмет отображения и целевая установка. Журналистские материалы все также являются навигатором по картине дня, изображают актуальные проблемы современности, известных личностей, события и ситуации, требующие общественного внимания и призванные объяснить читателю не только что случилось, но и как это на нем отразится. Но технологический фактор напрямую повлиял на способы доставки и «упаковки» информационного продукта.

Интернет-издания обладают более широкими возможностями, по сравнению с традиционными СМИ, в плане средств передачи информации: помимо текста используются аудио, видео и другие мультимедийные форматы.

Наряду с родовыми признаками, характерными для всех средств массовой информации, интернет-издания обладают тремя оригинальными особенностями [13]. Во-первых, это гипертекстуальность – новый подход к организации текста, который не только влияет на архитектуру и внутреннюю структуру СМИ, но и предлагает новые способы чтения и взаимодействия с читателями. Во-вторых, мультимедийность как ключевое свойство цифровых медиа – ответ на запрос современного и многозадачного потребителя, что позволяет максимально визуализировать сообщение и облегчить его восприятие. В-третьих, информационный обмен становится интерактивным, позволяя взаимодействовать с потребителем не только индивидуально, но и с аудиторией в целом.

Библиографический список:

1. Аржанов, А. П. Субъективное начало в жанрах интернет-журналистики // Жанровые метаморфозы в российской журналистике: тезисы IV Всерос. науч.-практ. конф. Самара, 18–19 марта 2010 г. – Самара: Порто-принт, 2010. – С. 22–23.

2. Баранова, Е. А. Новые формы предоставления контента на сайтах российских газет / Е. А. Баранова // Вестник Волжского университета им. В. Н. Татищева. – 2016. – № 3. – С. 115–119. – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/novye-formy-predostavleniya-kontenta-na-saytah-rossiyskih-gazet (дата обращения: 25.11.2024).

3. Барашкина, Е. А. Журналистский текст в цифровой среде: поляризация и конвергенция функций / Е. А. Барашкина, Е. В. Выровцева, Н. А. Масленникова // Журналистский текст в новой технологической среде: достижения и проблемы: сб. материалов III конф. PMMIS (Post massmedia in the modern informational society), Челябинск, 28–29 марта 2019 г. / под общ. ред. М. В. Загидуллиной. –

Челябинск: Изд-во Челяб. гос. ун-та, 2019. – 391 с. – С. 42–45. – URL: https://kpfu.ru/staff_files/F710138920/Materialy_konferencii_Zhurnalistskij_tekst_v_novoj_tekhnologicheskoj_srede.pdf (дата обращения: 25.11.2024).

4. Богомазова, Д. А. Особенности спецпроекта в современном российском медиапространстве / Д. А. Богомазова // World in Science. – 2023. – № 15. – С. 11–16. – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-spetsproekta-v-sovremen-nom-rossiyskom-mediaprostranstve (дата обращения: 05.01.2025).

5. Выровцева, Е. В. Трансформация традиционных публицистических жанров в современных массмедиа / Е. В. Выровцева // Вестник Челябинского государственного университета. – 2015. – № 5 (360). – С. 207–213. – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/transformatsiya-traditsionnyh-publitsisticheskih-zhanrov-v-sovremennyh-massmedia?ysclid=ldaceg44u9914347034 (дата обращения: 25.11.2024).

6. Загидуллина, М. В. Типология поликодовых единств в аспекте медиалогики / М. В. Загидуллина // Медиаскоп. – 2018. – Вып. 3. – URL: http://www.mediascope.ru/2464/ (дата обращения: 25.11.2024).

7. Интернет-СМИ: теория и практика / под ред. М. М. Лукиной. – Москва: Аспект Пресс, 2011. – 348 с.

8. Как новые медиа изменили журналистику. 2012–2016 / А. Амзин, А. Галустян, В. Гатов [и др.]. – Екатеринбург: Гуманитар. ун-т, 2016. – 304 с.

9. Котаева, А. Р. Эпоха медиаконвергенции. Трансформация понятия жанр в интернете (XXI век) / А. Р. Котаева // Журналист. Социальные коммуникации. – 2020. – № 1 (37). – С. 20–30. – URL: http://jsknumber.profruj.ru/assets/files/-1-203.pdf (дата обращения: 25.11.2024).

10. Коханова, Л. А. Современный журналистский текст в условиях конвергенции СМИ: теоретический аспект / Л. А. Коханова // Вестник Южно-Уральского государственного университета. Сер. Лингвистика. – 2017. – № 2. – С. 5–11. – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennyy-zhurnalistskiy-tekst-v-usloviyah-konvergentsii-smi-teoreticheskiy-aspekt (дата обращения: 25.11.2024).

11. Лущинская, О. В. Медиатекст конвергентных средств массовой коммуникации в контексте дискурса / О. В. Лущинская // Журнал Белорусского государственного университета. Журналистика. Педагогика. – 2019. – № 2. – С. 32–39. – URL: https://journals.bsu.by/index.php/journalism/article/view/2415 (дата обращения: 25.11.2024).

12. Лютикова, А. А. Специфика трансформации жанров в интернет-медиа / А. А. Лютикова // Донецкие чтения 2020: образование, наука, инновации, культура и вызовы современности. Материалы V Междунар. науч. конф. / под общ. ред. С. В. Беспаловой. – Донецк, 2020. – С. 247–249. – URL: https://elibrary.ru/download/elibrary_44717689_45339944.pdf (дата обращения: 25.11.2024).

13. Никитенко, А. А. Интерактивность, мультимедийность, гипертекстуальность как детерминирующие типологические признаки сетевых изданий / А. А. Никитенко // Филология. Журналистика. – 2009. – № 1. – URL: http://www.vestnik.vsu.ru/pdf/phylolog/2009/01/2009-01-35.pdf (дата обращения: 25.11.2024).

14. Пак, Е.М. Конвергенция жанров сетевой журналистики / Е. М. Пак // Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 9. Филология. Востоковедение. Журналистика. – 2012. – № 2. – С. 268–276. – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/konvergentsiya-zhanrov-setevoy-zhurnalistiki (дата обращения: 25.11.2024).

15. Пилейко, А. И. Адаптация медиаконтента к веб-среде сайтов и социальных сетей / А. И. Пилейко, Л. И. Петрова // Труды Белорусского государственного технологического университета. Серия 4: Принт- и медиатехнологии. – 2017. – № 4 (195). – С. 96–102. – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/adaptatsiya-mediakontenta-k-veb-srede-saytov-i-sotsialnyh-setey (дата обращения: 25.11.2024).

16. Прасолова, Е. В. К вопросу о нарративности мультимедийной истории как нового жанра интернет-СМИ / Е. В. Прасолова // Гуманитарные, социально-

экономические и общественные науки. – 2015. – № 11. – С. 253–256. – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/k-voprosu-o-narrativnosti-multimediynoy-istorii-kak-novogo-zhanra-internet-smi (дата обращения: 25.11.2024).

17. Прасолова, Е. В. Мультимедийная история в аспекте современной текстологии / Е. В. Прасолова // Медиаскоп. – 2016. – Вып. 1. – URL: http://www.mediascope.ru/node/2080 (дата обращения: 25.11.2024).

18. Прохорова, Н. В. Феномен спецпроектов в современном российском медиапространстве / Н. В. Прохорова // Знак: проблемное поле медиаобразования. – 2014. – № 2 (14). – С. 54–63. – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/fenomen-spetsproektov-v-sovremennom-rossiyskom-mediaprostranstve (дата обращения: 05.01.2025).

19. Силантьева, О. М. 105 мультимедийных форматов / О. М. Силантьева // Сделано.медиа. – URL: https://sdelano.media/orangebox/ (дата обращения: 05.01.2025).

20. Тертычная, М. А. Жанровая структура социальной интернет-рекламы / М. А. Тертычная // Современная журналистика: тенденции и особенности развития: сб. материалов Междунар. науч.-практ. конф. – Москва: РИПО ИГУМО и ИТ, 2010. – С. 90–97.

21. Тертычный, А. А. Жанры периодической печати: учебное пособие / А. А. Тертычный. – Москва: Аспект Пресс, 2000. – 310 с.

22. Тертычный, А. А. Особенности жанрообразования в интернет-СМИ / А. А. Тертычный // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: гуманитарные науки. – 2013. – № 6 (149). – С. 172–179. – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-zhanroobrazovaniya-v-internet-smi (дата обращения: 25.11.2024).

23. Уразаева, З. Э. Жанровая палитра современных онлайн-СМИ / З. Е. Уразаева, Г. А. Магомедов // Мир науки, культуры, образования. – 2018. – № 2 (69). – С. 569–571. – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/zhanrovaya-palitra-sovremennyh-onlayn-smi (дата обращения: 25.11.2024).

24. Чередниченко, Л. В. Интерактивная документалистика: определение понятия в российских и зарубежных исследованиях / Л. В. Чередниченко // Litera. – 2023. – № 8. – С. 79–94. – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/interaktivnaya-dokumentalistika-opredelenie-ponyatiya-v-rossiyskih-i-zarubezhnyh-issledovaniyah (дата обращения: 11.01.2025).

Оригинальность 81%