

А.А. Шинкарьук

Томский государственный университет

ЖАНРОВАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ ОСНОВНЫХ МУЛЬТИМЕДИЙНЫХ ФОРМАТОВ (ЛОНГРИД, АРТДОК)

В статье рассматриваются мультимедийные форматы как новый способ воплощения художественно-публицистических жанров журналистики в сети. В результате соотносятся понятия «жанр» и «формат»; проводятся параллели между определённым форматом и конкретным художественно-публицистическим жанром; формулируется характеристика основных мультимедийных форматов «артдок» и «лонгрид» с точки зрения их жанровой принадлежности.

Ключевые слова: жанр; формат; мультимедийный формат, художественно-публицистические жанры, артдок, лонгрид.

По данным 2017 года аудитория интернет-пользователей в России достигла 87 млн. человек, что составляет более 70% от всего населения страны [1]. С этим связан тот факт, что с каждым годом появляется все больше интернет-СМИ, многие печатные издания переходят в сетевое пространство, где начинают использовать мультимедийные форматы. Первым форматом с устойчивыми формальными признаками (многосложность, многомерность, линейность сюжета) [2] исследователи называют «лонгрид». В 2015 году в интернет-пространстве масс-медиа появился новый мультимедийный формат, которому журналисты присвоили название «артдок».

Интересно, что наряду с этим теоретики говорят об исчезновении жанров художественно-публицистической журналистики со страниц прессы, что является следствием общей тенденции «размывания жанровых границ» [3]. Однако это не совсем так. Мы утверждаем, что вновь появившиеся форматы «лонгрид» и «артдок» (и, возможно, это не последняя модификация) — это преобразование давно известных художественно-публицистических жанров, которые переходят в web-пространство и обогащаются за счет цифровых технологий и возможностей интернета.

Ранее мы выяснили, что мультимедийная составляющая артдок-проектов и лонгридов выполняет функцию художественно-выразительных средств, что сближает эти мультимедийные форматы с художественно-публицистической журналистикой [4]. В данном же исследовании мы связываем эти форматы с конкретными художественно-публицистическими жанрами по принципу того, какие содержательные признаки жанра находят воплощение в том или ином формате.

Жанр и формат

Чтобы проводить параллели между жанрами и форматами, рассмотрим, как эти понятия трактуются в теории журналистики.

Под жанрами подразумеваются «устойчивые типы публикаций, объединенных сходными содержательно-формальными признаками» [5]. Содержательные признаки связаны с предметом отображения и функциональной предназначенностью текста. Формальные — со структурой и организацией текста. Эти так называемые «вторичные» признаки могут видоизменяться, что вызывает у журналистов «стремление к поиску других средств для реализации назначения жанров» [6]. Чтобы журналистский материал отвечал критериям жанровой определенности, поиск новых жанровых решений должен идти именно по второму пути — за счет обогащения вторичных признаков.

Следуя этой логике, «традиционные жанры журналистики продолжают жить в сети под новыми названиями, суть их от этого не меняется» [7]. Просто «под давлением возможностей Интернета и ожиданий пользователей сети, идет постепенная трансформация некоторых простых текстовых жанров, их «дрейф» в сторону мультимедийных гипертекстуальных жанров» [8].

Исходя из этого мы предполагаем, что жанры художественно-публицистической журналистики переходят в сетевое пространство, сохраняя первичные признаки, касающиеся содержательной стороны, где обрастают новыми вторичными признаками, связанными со структурой и организацией материала в целом, иными словами, приобретают другую форму. Это уже не текст, а сплетение вербальных, аудиальных и визуальных средств передачи информации, что соответствует семантике термина «мультимедиа» (англ. multimedia от лат. multum — много и media — medium — средоточие; средства).

Именно такие сплетения в современной практике скрываются под термином «формат», который имеет широкий диапазон значений. Одно из ряда таких значений — совокупность внешних характеристик предмета коммуникации, передающих его размер и особенности формы [3]. Однако на наш взгляд, понятие «формат» в современных реалиях должно затрагивать не только формальные, но и содержательные признаки предмета. Размытость понятия позволяет нам выдвинуть мнение, что оно является мультимедийным аналогом традиционного понятия «жанр», которое, переходя в веб-пространство, обрастает новыми

формальными признаками. Таким образом, если классический газетный жанр строится по формуле «содержание + форма», затрагивая в рамках второго слагаемого исключительно текстовые характеристики, то мультимедийный формат выводит слагаемое «форма» на новый уровень. Теперь оно предполагает не только композицию и стиль текста, но и продуманность «внешнего», аудиовизуального контента. Использование новых форм расширяет возможности журналиста в достижении цели оказать на читателя эмоциональное воздействие, предлагая множество аудиовизуальных приемов и средств. При этом содержательная сторона жанров, переходящих в web-пространство, остаётся без изменений, что позволяет нам рассматривать мультимедийные форматы (лонгрид, артдок) с точки зрения того, как в них воплощаются содержательные константы того или иного жанра.

Содержательные константы художественно-публицистических жанров

В теории художественно-публицистической журналистики имеет дело с тремя жанровыми подгруппами: очерковые, философские и сатирические жанры. Последние почти исчезли со страниц прессы, поэтому мы сосредоточились на центральных жанрах двух первых групп – очерке и эссе соответственно.

В силу риторической природы публицистических жанров П.П. Каминский предлагает изучать их, учитывая их коммуникативные признаки. Опираясь на это, исследователь выделяет такие доминанты, как «предмет высказывания и позиция автора, которая раскрывается, с одной стороны, в отношении предмета (цель и способ обращения к предмету), с другой – в отношении адресата (коммуникативное намерение)» [9]. Иными словами, изучая художественно-публицистические произведения, необходимо рассматривать не только приемы и средства художественной образности, способствующие достижению поставленной цели, но и способы проявления авторского «я», которые зависят от намерения автора в отношении читателя. Эти способы в теории журналистики имеют вполне устойчивые признаки. Если автор находится от читателя на некотором расстоянии (выступая как участник и очевидец событий: он глубоко изучил проблему и намеревается поделиться своей интерпретацией), то такую форму авторского присутствия называют «автор действующий». Вторая форма авторского присутствия – «автор размышляющий» – предполагает совместное исследование с читателем, описание личностных переживаний автора по поводу поднятой проблемы и попытка побудить читателя к самостоятельной рефлексии [10].

Так, в жанре очерка и эссе эти константы наполняются следующими чертами.

Предметом очерка является проблема, явление или человек. Цель: глубоко исследовать проблему. Способ: художественно-образное постижение действительности в сочетании с аналитическим. Коммуникативная форма авторской позиции – автор действующий (наблюдение, исследование, низкая степень субъективизма).

Предмет эссе – рефлексия автора относительно значимых явлений жизни общества. Цель: описать процесс личностного переживания и понимания проблемы. Способ: образное постижение действительности. Коммуникативная форма авторской позиции – автор размышляющий (размышления о проблеме, высокая степень субъективизма).

Сопоставление форматов «лонгрид» и «артдок» с жанрами очерка и эссе

Для исследования мы выбрали мультимедийные произведения, которые являются своеобразными эталонами. К таковым относятся первый в России лонгрид «Земля отчуждения» 2013 года, лонгрид «Никогда море», вышедший в 2016 году и, на наш взгляд, отвечающий всем требованиям качественного лонгрида (целенаправленное, функциональное использование сложных мультимедийных форм и их сплетений), а также проекты, положившие начало явлению артдок-журналистики: «Видеть сны в хиджабе» (2015) и «Вдох_вдох» (2016).

В ходе анализа мы искали ответ на вопрос, к какому конкретному жанру художественной публицистики можно отнести мультимедийные форматы. Для этого мы определили в выбранных произведениях предмет высказывания, проследили, какие функции выполняют те или иные мультимедийные и текстовые формы, а также детально рассмотрели, как в конкретном произведении раскрывается коммуникативное намерение автора. На основании чего, можем сделать следующие обобщения:

Лонгрид

Предмет. В центре повествования лонгрида стоит, как правило, социально-экологическая проблема, географически привязанная к конкретному месту. В лонгриде Артёма Галустяна «Земля отчуждения» это окрестности Чернобыля, в лонгриде «Никогда море» – Аральск.

Цель и способ. Автор ставит цель, окунувшись в историю, рассказать о последствиях случившегося. Артём Галустян рассказывает о последствиях аварии на ЧАЭС 28 лет спустя. Автор проекта «Никогда море» показывает историю Аральска как одну «из главных экологических катастроф XX века, сотворенных руками человека». В обоих случаях используется большое количество средств эмоционального воздействия. Так, в лонгриде «Никогда море» глава «Море ностальгии» начинается с видео. Оно смонтировано из старых черно-белых фотографий Аральска. Каждая фотография дорисована и обработана так, что люди и предметы, изображенные на ней, выглядят объемно. Динамику придает эффект приближающейся или отдаляющейся от картинки камеры. Каждой фотографии соответствует свой интершум (звук набегающей на берег волны, прокрутки дискового телефона, гудок парохода, детский смех), что в сочетании с музыкой усиливает переживание от просмотра. Но, несмотря на образность в передаче факта, исследовательское начало преобладает: авторы исследуют проблему глубоко, опираясь на научные данные и исторические факты (карты, схемы, архивные видео и фото).

Коммуникативное намерение. Относительно поднятых аспектов проблемы автор высказывает свое субъективное мнение, скрыто обращаясь к читателю, проявляя себя как «автор действующий». Например, в истории о «пиратах» автор оставляет за читателем возможность свободной интерпретации. Он включает в ткань текста видео-нарезку – документальные кадры, показывающие быт пиратов, из которой не складывается ни положительного, ни отрицательного взгляда на их деятельность. Далее приводит слова кинорежиссера, которая не винит людей,

«режущих» корабли на металлолом, но и не одобряет их действий. После появляется 3D-видеоролик: читателю предоставляется возможность самому рассмотреть старый корабль вблизи и сделать собственный выбор, что это для него: символ трагедии или «расходный материал».

Исходя из этого, сделаем вывод, что в основе формата «лонгрид» лежат жанровые признаки очерка.

Артдок

Предмет. В центре артдоков стоит социально-культурное явление. Так, в проекте Ксении Диодоровой «Видеть сны в хиджабе» изучается внутренний мир мусульманских женщин, проект «Вдох_вдох» повествует об особом восприятии мира людьми с ограниченными возможностями здоровья.

Цель и способ. Автор исследует явление, опираясь на собственный опыт и взгляд. В произведении преобладает образное постижение рассматриваемого явления, что выводит на первый план художественное начало. Так, история каждой женщины начинается с мультимедийного комплекса: слева портрет героя в интерьере, справа видеофрагмент. На стыке двух картинок рождается метафора. Например, в истории одной из женщин видеофрагмент представляет собой статичный кадр: крупным планом лицо героини, закрытое паранджой, акцент на глазах, на фоне – зеленый пейзаж. Интересно, что на портрете слева – общий план, и фон открывается целиком: это кирпичная стена с небольшим «окошком», через которое виден «кусочек» природы. Кирпичная стена символизирует внешнюю неприступность и закрытость арабской женщины, а окошко свидетельствует о наличии глубокого и прекрасного внутреннего мира.

Коммуникативное намерение. Каждый аспект проблемы автор показывает «через себя», описывая изменения своего состояния, что соответствует позиции «автора размышляющего».

Опираясь на вышесказанное, можно утверждать, что содержательная основа артдока строится на жанре эссе.

Таким образом, два основных жанра художественно-публицистической журналистики – очерк и эссе – воплощаются в web-пространстве в форматах лонгрида и артдока соответственно. В связи с этим можно говорить о том, что лонгрид и артдок обладают теми же содержательными характеристиками, что и названные жанры, и основные жанровые константы – предмет, цель и способ, коммуникативное намерение – строятся в этих форматах по определённым принципам. Журналистам, работающим над мультимедийными проектами, особенно важно соблюдать эти принципы, так как в противном случае по аналогии с явлением «жанрового смешения» это может привести к смешению форматному, что по мысли исследователей нельзя назвать «критерием качества журналистского материала».

The article deals with multimedia formats as a new way of realization of artistic and journalistic genres of journalism in the web. As a result, we compare the concepts «genre» and «format»; find similarities between a particular format and a specific journalistic genre; formulate the characteristics of the main multimedia formats «artdoc» and «longread» from the point of view of their genre affiliation.

Keywords: genre, format, multimedia format, artistic and journalistic genres, artdoc, longread.

Литература

1. Аудитория пользователей интернета в России в 2017 году составила 87 млн. человек // Mediascope [Электронный ресурс]. URL: <http://mediascope.net/press/news/744498/>
2. Галустян А., Кульчицкая Д. Мультимедийные лонгриды как новый формат онлайн-журналистики // Как новые медиа изменили журналистику. 2012—2016 под науч. ред. С. Балмаевой и М. Лукиной. — Екатеринбург: Гуманитарный университет, 2016. — 304 с.
3. Лазутина Г. В. Жанр и формат в терминологии современной журналистики // Вестн. МГУ. Серия 10. Журналистика. - 2010. - №6. - С.14-21.
4. Шинкарьюк А.А. Мультимедийные арт-док проекты как новый формат художественной публицистики // Актуальные проблемы журналистики: Сб. трудов молодых ученых. Вып. 11./ Ред.-сост. А. Ю. Тыщешкая. — Томск: ФЖ ТГУ, 2016. — С. 55–56.
5. Тертычный А.А. Жанры периодической печати: Учебное пособие. — М.: Аспект Пресс, 2000.
6. Лазутина Г. В., Распопова С.С. Жанры журналистского творчества: Учебное пособие. — М.: Аспект Пресс, 2011. — 320 с.
7. Гатов В. Будущее журналистики // Как новые медиа изменили журналистику. 2012—2016 под науч. ред. С. Балмаевой и М. Лукиной. — Екатеринбург: Гуманитарный университет, 2016. — 304 с.
8. Тертычный А.А. Особенности жанрообразования в Интернет-СМИ // Научные ведомости М. гос. ун-та им. Ломоносова. Серия: Гуманитарные науки, 2013. №6 (149). — Вып.17. С.172-179.
9. Каминский П.П. Жанровые формы публицистики С. Залыгина, В. Астафьева и В. Шукшина: проблемы типологии // Вест. Томского гос. ун-та. Филология. - 2012. - №4 (20).
10. Ким М.Н. Технология создания журналистского произведения. — СПб.: Изд-во Михайлова В.А., 2001. — 320 с.

Literatura

1. Auditoriya pol'zovatelej interneta v Rossii v 2017 godu sostavila 87 mln. chelovek // Mediascope [Elektronnyj resurs]. URL: <http://mediascope.net/press/news/744498/>
2. Galustyan A., Kul'chickaya D. Mul'timedijnye longridy kak novyy format onlajn-zhurnalistiki // Kak novye media izmenili zhurnalistiku. 2012—2016 pod nauch. red. S. Balmaevoy i M. Lukinoj. — Ekaterinburg: Gumanitarnyj universitet, 2016. — 304 s.
3. Lazutina G. V. Zhanr i format v terminologii sovremennoj zhurnalistiki // Vestn. MGU. Seriya 10. Zhurnalistika. - 2010. - №6. - С.14-21.
4. SHinkaryuk A.A. Mul'timedijnye art-dok projekty kak novyy format hudozhestvennoj publicistiki // Aktual'nye problemy zhurnalistiki: Sb. trudov molodyh uchenyh. Vyp. 11./ Red.-sost. A. YU. Tyshechkaya. — Tomsk: FZH TGU, 2016. — S. 55–56.
5. Tertychnyj A.A. Zhanry periodicheskoy pechati: Uchebnoe posobie. — M.: Aspekt Press, 2000.
6. Lazutina G. V., Raspopova S.S. Zhanry zhurnalistikogo tvorchestva: Uchebnoe posobie. — M.: Aspekt Press, 2011. — 320 s.
7. Gatov V. Budushchee zhurnalistiki // Kak novye media izmenili zhurnalistiku. 2012—2016 pod nauch. red. S. Balmaevoy i M. Lukinoj. — Ekaterinburg: Gumanitarnyj universitet, 2016. — 304 s.
8. Tertychnyj A.A. Osobennosti zhanroobrazovaniya v Internet-SMI // Nauchnye vedomosti M. gos. un-ta im. Lomonosova. Seriya: Gumanitarnye nauki, 2013. №6 (149). — Vyp.17. S.172-179.
9. Kaminskij P.P. Zhanrovye formy publicistiki S. Zalygina, V. Astaf'eva i V. SHukshina: problemy tipologii // Vest. Tomskogo gos. un-ta. Filologiya. - 2012. - №4 (20).
10. Kim M.N. Tekhnologiya sozdaniya zhurnalistikogo proizvedeniya. — SPb.: Izd-vo Mihajlova V.A., 2001. — 320 s.