

УДК 004.738.52 + 070

ББК Ч603.25

МУЛЬТИМЕДИЙНАЯ ЗАМЕТКА КАК ВЕДУЩИЙ ЖАНР ИНТЕРНЕТ-САЙТОВ РЕГИОНАЛЬНЫХ ТЕЛЕКОМПАНИЙ

О.С. Шаманова

Тенденция трансформации, цель которой – изменение формы, характеристик трансформируемого предмета, становится ведущей в процессе становления жанровой системы СМИ. Перестают существовать в чистом виде такие жанры как статья, обзор, комментарий и др. Под влиянием процесса конвергенции традиционные жанры вынуждены адаптироваться к интернет-пространству. В результате чего создаются новые жанры, структура которых усложняется за счет взаимодействия текста с фотографией, аудио- и видеоматериалами. Такое взаимодействие порождает функциональные, структурно-композиционные и жанровые изменения, в результате чего на информационных сайтах создается мультимедийная заметка.

Ключевые слова: журналистика; жанр; мультимедийная заметка; региональная телекомпания.

В широком понимании мультимедийная заметка – это журналистское единство, в состав которого входят разные виды контента (видео-, аудио-, фото- и текстовая информация). Чаще всего текстовая информация на ин-

тернет-сайтах региональных телекомпаний относится к жанру «заметка» по объему информации, степени аналитичности, сложности структуры и творческо-производственным характеристикам. Она занимает первое место по популярности среди информационных жанров журналистики. А.А. Тертычный в учебном пособии «Жанры периодической печати» дает следующее определение данному жанру: «Жанровое определение “заметка” соотносится с типом материала, отличающегося небольшими <...> размерами, в котором излагаются результаты определенного изучения предмета выступления (знакомства с этим предметом)» [3]. Исследователь отмечает, что для заметки также характерно указание источника информации, отсутствие эмоций автора. Цель заметки – краткое изложение событий.

Обычно заметка строится по принципу перевернутой пирамиды, где верх – это обозначение факта события, а низ – это дополнительная информация об этом событии, расположенные от наиболее значимых к наименее значимым. Это удобно в том плане, что информация на интернет-сайтах часто размещается в двух вариантах: коротком и полном. Имея форму перевернутой пирамиды, текст возможно сокращать без ущерба смыслу. Классическая структура заметки имеет следующие элементы: заголовок + лид-абзац + зачин + подробности. В этой структуре лид-абзац – первый абзац текста, где отражена основная мысль текста; зачин – первое предложение, которое призвано не только сообщить информацию, но и привлечь внимание читателя к нему; подробности – детальное раскрытие сюжетной линии. Заключение в информационной заметке может не быть, т.к. оно не является обязательным элементом.

Мультимедийная заметка (или статья) – это «журналистский материал, в котором тема раскрыта с помощью различных медийных платформ – вербального текста, фотографии, аудио-, видео, графики, анимации и др. производных от них форм» [1]. По мнению М. Лукиной такая заметка является вершиной деятельности конвергентной редакции. Среди основных ее характеристик исследователь отмечает: гармоничное сочетание элементов; отсутствие лишней информации; результат коллективной работы; открытая для развития во времени (могут добавиться другие элементы); редактор статьи должен видеть продукт глазами аудитории, чувствовать ее потребности [2]. Если переложить эти критерии на текстовый контент интернет-сайтов, то можно заметить некоторые различия, что наделает региональную мультимедийную заметку особыми характеристиками.

Текст не является основным элементом таких мультимедийных заметок. Это скорее сопутствующая информация, сопровождающая основной видеоряд и позволяющая читателю сайта бегло познакомиться с темой материала. Но, несмотря на это мультимедийная заметка была бы неполной без текста. Он – связующее звено, «клей» статьи, который объединяет все виды контента в единое целое.

Видеоряд или совокупность сменяющих друг друга картинок является основным продуктом производства региональных телекомпаний и цен-

тральным элементом мультимедийной заметки. Интернетизация привела к тому, что структурно-функциональные характеристики видеоряда изменились. В ряду функций, присущих традиционному телевизионному сюжету, у видеоряда интернет-сайтов первое место занимают коммуникативная и информационная функции. При этом меняется и цель размещения видеоряда в контентной модели интернет-сайта. Если эфирное телевидение подразумевает главным образом информирование аудитории, то интернет-сайт телекомпании размещает видеоряд с целью выйти на контакт со своим зрителем, используя технические возможности интернета.

Классическая схема видеосюжета выглядит следующим образом: Закадровый текст + Синхрон + Закадровый текст + Stand-up. В результате анализа структуры телевизионных сюжетов региональных телекомпаний, размещенных на интернет-сайтах и входящие в состав мультимедийной заметки, мы пришли к выводам, что видеосюжеты в основном – это телевизионные сюжеты, перекочевавшие с экрана телевизора в интернет; структура журналистских видеосюжетов логична, официальна, стандартизована и частично соответствует классической схеме: закадровый текст + синхрон + закадровый текст, где stand-up отсутствует; любительский видеоряд на региональных интернет-сайтах не популярен, профессиональные видеосюжеты преобладают. При этом видеоряд является целевым продуктом телекомпаний и основой для производства фотографий.

Фотография на интернет-сайтах телекомпаний выполняет информационную, информационно-дополняющую и иллюстрирующую функции. Что обусловлено ее способностью сообщать информацию, дополнять основную информацию или истолковывать ее. В связи с этим тематическая рубрикация будет идентична рубрикации видеоряда, т.к. и фото- и видеоинформация являются частями единой мультимедийной заметки.

Первичным для региональных сайтов телекомпаний является видеосюжет, а текст, размещенный на интернет-сайте – вторичен. Структура информационного текста – гибридна: совмещает элементы телевизионного информационного сюжета и информационной заметки печатного издания. Лид-абзац представляет собой сообщение, отвечающее на вопросы «кто участник» и «что произошло» и раскрывающее основную мысль, заявленную в заголовке. Обязательным является членение текста на абзацы. Это способствует легкому усваиванию информации и визуальному членению на смысловые блоки. Заключение для информационных текстов является не обязательным элементом. При этом особенностью информационного сообщения на интернет-сайтах телекомпаний является то, что текстовая информация является одним из обязательных элементов мультимедийной заметки.

Изучив такие элементы мультимедийной заметки, как видеоряд, фотография и аудиоматериалы, на данном этапе мы можем классифицировать мультимедийные заметки региональных интернет-сайтов телекомпаний, по компонентному составу: видеоряд + фотография + текст; видеоряд + текст; фотография + текст.

Библиографический список

1. Лукина, М. Словарь конвергентной журналистики / М. Лукина // Медиаконвергенция и мультимедийная журналистика: материалы к обучающим семинарам / сост. С. Балмаева. – Екатеринбург: Изд-во Гуманитарного университета; Кабинетный ученый, 2011. – С. 145.
2. Лукина, М. Контент интернет-СМИ / М. Лукина, Н. Лосева // Медиаконвергенция и мультимедийная журналистика: материалы к обучающим семинарам / сост. С. Балмаева. – Екатеринбург: Изд-во Гуманитарного университета, Кабинетный ученый, 2011. – С. 130–132.
3. Тертычный, А.А. Жанры периодической печати / А.А. Тертычный. – URL: http://evartist.narod.ru/text2/04.htm#з_01 .