

МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
имени М.В.ЛОМОНОСОВА

---

ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛИСТИКИ

Кафедра новых медиа и теории коммуникации

Разнообразие жанров мультимедийных историй в СМИ

Выпускная квалификационная работа  
студентки бакалавриата IV курса  
дневного отделения (408 гр.)

Уховой            Кристины            Олеговны

Научный            руководитель            -  
кандидат            филологических            наук  
Кульчицкая Д. Ю.

Москва 2015

## **Оглавление**

### **Введение**

#### **Глава 1. Мультимедийная история в СМИ как новый тип журналистского медиатекста: особенности формата и жанров**

- 1.1. Понятия «мультимедийная история» и «жанр журналистского творчества»: терминологическая канва исследования
- 1.2. Предпосылки появления мультимедийных историй
- 1.3. Характеристика мультимедийной истории как медиатекста: структура, формат, платформа, материал и фактура
- 1.4. Жанровая классификация мультимедийных историй

#### **Глава 2. Анализ мультимедийных историй из российских и зарубежных СМИ: исследование жанрового разнообразия**

- 2.1 План анализа мультимедийных историй
- 2.2 Мультимедийные истории жанров рациональной журналистики
  - 2.2.1 Англоязычные мультимедийные истории
  - 2.2.2 Русскоязычные мультимедийные истории
- 2.3 Мультимедийные истории жанров эмоциональной журналистики
  - 2.3.1 Англоязычные мультимедийные истории
  - 2.3.2 Русскоязычные мультимедийные истории

### **Заключение**

### **Библиографический список**

## **Приложения**

## Введение

С изобретением и развитием интернета человеческая жизнь претерпела сильные изменения. Так, исчезла необходимость проводить часы в библиотеке в поисках нужной информации или посылать письмо, ответ на которое вернется к адресанту лишь спустя недели. Безусловно, изменения коснулись и средств массовой информации (СМИ), которые были вынуждены приспособиться к условиям зарождавшейся эпохи мультимедийной журналистики.

Помимо дизайнерских новшеств и развития технологий как таковых изменения коснулись и самого журналистского медиатекста. Он перестал существовать только в форме газетной статьи, или радиовыпуска, или телепрограммы. Появился такой формат журналистского медиатекста, как *мультимедийная история*. Это уже не просто текст или аудиовизуальный продукт, но их слияние, включающее в себя и элементы, которые вовсе не были доступны без интернета: например, интерактивную инфографику. **Мультимедийная история** – это «вершина деятельности конвергентной редакции, ее эталонный продукт»<sup>1</sup>.

Таким образом, **актуальность** исследования неоспорима – такие процессы, как формирование мультимедийной журналистики, до сих пор не завершены. Даже в настоящий момент не до конца понятно, к чему же приведет столь масштабное изменение традиционного формата СМИ: к большей заинтересованности аудитории в контенте или же к рассеянию внимания читателей из-за перегруженности материала мультимедийными элементами.

Говоря о **научной новизне** исследования, следует обратить внимание на то, что самому феномену мультимедийных историй нет и пяти лет.

---

1 Лукина М. М. Интернет-СМИ: Теория и практика. – С. 269.

Толчком для развития такого формата мультимедийной журналистики стал выход материала газеты *The New York Times* под названием *Snow Fall: The Avalanche at Tunnel Creek* («Снегопад: лавина в туннеле Крик»<sup>2</sup>), созданного в 2012 году. Он ознаменовал собой переход мультимедийных публикаций к новому формату, к которому сейчас и стремятся создатели мультимедийных историй. Более того – развитие формата и его популярность в медиасфере даже порой именуется «эффектом “Snow Fall”»<sup>3</sup>. Так как формат мультимедийной истории является совсем новым типом журналистского медиатекста, он практически не изучен. Еще менее изучены жанры данного формата, и особенно – их взаимосвязь с наполнением материала.

Таким образом, **степень изученности** как самих мультимедийных историй, так и, более того, их жанров невелика. В зарубежной практике изучением формата мультимедийной истории занимается центр Беркли по исследованию новых медиа, а также университет Глазго, в российской же – такие исследователи, как М. М. Лукина, Н. Г. Лосева, Д. Ю. Кульчицкая.

**Объектом** данного исследования является мультимедийная история в СМИ в своем многообразии жанров. **Предмет** исследования – 12 зарубежных и российских мультимедийных историй, созданных в период от 2013 до 2015 года следующими СМИ: *BBC*, *The New York Times*, *Forbes*, «Газета.Ру», «Коммерсантъ», «Комсомольская правда» и «Московские новости».

**Цель** данной выпускной квалификационной работы – изучить жанровое разнообразие мультимедийных историй и связь жанра с

---

2 Snow Fall: The Avalanche at Tunnel Creek. The New York Times. – URL: <http://www.nytimes.com/projects/2012/snow-fall/#/?part=tunnel-creek>

3 Rue J. The ‘Snow Fall’ effect and dissecting the multimedia longform narrative. – URL: <http://multimediashooter.com/wp/2013/04/21/the-snow-fall-effect-and-dissecting-the-multimedia-longform-narrative/>

особенностями наполнения мультимедийными и немультимедийными элементами.

В свою очередь, в **задачи** исследования входит:

1. *изучить* российские и зарубежные мультимедийные истории за указанный период;
2. *проанализировать* указанные мультимедийные истории по приведенному в первом параграфе второй главы данной работы «Плану анализа мультимедийных историй»;
3. *определить* жанры данных мультимедийных историй;
4. *выявить* закономерности между тем или иным жанром журналистского творчества и проявлением тех или иных характеристик в каждой конкретной мультимедийной истории;

По мнению автора, жанр мультимедийной истории влияет на тематику и, частично, на наполнение мультимедийной истории. В наполнение мультимедийной истории входят мультимедийные элементы (их количество и вид), текст и его объем, а также ее оформление. Данное исследование направлено на то, чтобы выяснить, какие именно параметры, относящиеся к наполнению мультимедийной истории, подвержены влиянию со стороны жанра. Таким образом, автор выдвигает следующую **гипотезу**: «Жанр мультимедийной истории влияет на количество и вид мультимедийных элементов, составляющих ее».

Также следует обратить внимание на связанные с гипотезой, но более узкие **положения, выдвигаемые на защиту**:

1. в мультимедийных историях жанров эмоциональной журналистики используется больше мультимедийных элементов,

чем в мультимедийных историях жанров рациональной журналистики;

2. в мультимедийных историях жанров эмоциональной журналистики чаще задействован слух, чем в мультимедийных историях жанров рациональной журналистики;
3. в мультимедийных историях жанров эмоциональной журналистики используется больше мультимедийных элементов, направленных на создание «эффекта присутствия» (аудио- и видеоиллюстрации со звуком или без), чем в мультимедийных историях жанров рациональной журналистики.

Основной **метод**, который будет использоваться в данной работе, – метод комплексного анализа медиатекста. С его помощью будет проводиться исследование мультимедийных историй и выявление в них жанрообразующих и иных характеристик материалов.

Стоит отметить и то, что данное исследование обладает определенной **практической значимостью**. Так, ВКР могла бы быть полезна не только в качестве ознакомительного материала, но и как некое руководство к действию: для какого жанра мультимедийной истории характерны какие элементы, в каких случаях стоит использовать формат лонгрида и т.д.

В **структуру** данной выпускной квалификационной работы входят введение, первая глава (теоретическая), вторая глава (практическая), а также заключение. Введение раскрывает актуальность работы, показывает степень изученности выбранной темы, определяет научную новизну и практическую значимость работы, а также выделяет объект и предмет исследования, его гипотезу, цель и задачу, и указывает, при помощи какого метода оно будет осуществлено. В первой главе представляются взгляды исследователей на мультимедийную историю как формат, описывается структура такого рода

материалов, а также рассматриваются различные жанровые классификации журналистских медиатекстов и выделяется классификация, которая впоследствии используется для исследования. Вторая глава представляет и анализирует результаты исследования российских и зарубежных мультимедийных историй разных жанров. Заключение подводит итоги исследования.

## **Глава 1. Мультимедийная история в СМИ как новый тип журналистского медиатекста: особенности формата и жанров**

### **1.1. Понятия «мультимедийная история» и «жанр журналистского творчества»: терминологическая канва исследования**

Существует множество определений термина *мультимедиа*. Стоит обратить внимание на справедливое замечание О. В. Шлыковой о том, что «чем больше появляется книг и исследований, посвященных мультимедиа, тем более загадочным, многообещающим, но несколько расплывчатым становится его содержание»<sup>4</sup>. В данной работе под «мультимедиа» понимается «информационное пространство, основанное на интеграции различных типов информации: слуховой, зрительной, вербальной и т.д.»<sup>5</sup>.

В связи с процессами, происходящими в журналистике и приводящими к возникновению мультимедийных статей, следует упомянуть и *конвергенцию* – «процесс сближения, подразумевающий появление у

---

4 Шлыкова О. В. Феномен мультимедиа. Технологии эпохи электронной культуры: Монография. – С. 5.

5 Шехтер Т. Е. Искусство мультимедиа. Мультимедиа и техника. – С. 8.



сходящихся сторон сходных признаков»<sup>6</sup>. *Конвергенция же в журналистике – это «сближение, слияние различных по природе средств массовой информации в единое целое – и по организационной структуре, и по технологии передачи взаимосвязанной, консолидированной информации»<sup>7</sup>. Процесс конвергенции способствует развитию *мультимедийной журналистики – журналистики, для которой характерно «слияние текста, изображения, звука, видео и графики для того, чтобы рассказать журналистскую историю»<sup>8</sup>.**

В результате конвергенции границы журналистского текста несколько размылись, и появилось такое явление, как *медiateкст*. Медiateкстом является «конкретный результат медиапроизводства, медиапродукт — сообщение, содержащее информацию и изложенное в любом виде и жанре медиа (газетная статья, телепередача, видеоклип, рекламное сообщение, фильм и пр.), адресованное массовой аудитории»<sup>9</sup>. Одним из видов медiateкста является и мультимедийная история (см. 1.3). Стоит обратить внимание на то, что медiateкстом не обязательно является журналистское произведение – также к нему относятся рекламные и PR-тексты<sup>10</sup>.

Сама же *мультимедийная история* – это «история, рассказанная с помощью нескольких мультимедийных средств, она собрана таким образом, что, с одной стороны, каждая мультимедийная составляющая дополняет и

---

6 Конвергенция. BusinessTimes. – URL: <http://btimes.ru/dictionary/konvergentsiya>

7 В. С. Хелемендик. К вопросу о понятиях «Взаимодействие СМИ» и «Конвергенция СМИ». – URL: <http://www.ipk.ru/index.php?id=2230>

8 Berkey-Gerard M. Assignment: What is Multimedia Journalism? – URL: <http://mbgjournalism.wordpress.com/2009/10/08/assignment-what-is-multimedia-journalism/>

9 Мельник Г. С. Медiateкст как объект лингвистических исследований. – URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/mediatekst-kak-obekt-lingvisticheskikh-issledovaniy>

10 Якуба Я. О. Изучение медiateкста в семиотике: методологические аспекты // Бизнес. Общество. Власть. №14. С. 55-63. – URL: <http://www.hse.ru/mag/27364712/2013-14/83292585.html>

развивает общий рассказ, с другой - недоступность или невозможность воспроизведения одного из элементов не искажает общий смысл сюжета»<sup>11</sup>.

В свою очередь, под *жанрами журналистского творчества* подразумеваются «устойчивые типы публикаций, объединенных сходными содержательно-формальными признаками»<sup>12</sup>.

Ознакомившись с необходимыми терминами, можно перейти к изучению предпосылок появления мультимедийной истории, а затем – ее уникальных особенностей как формата журналистского медиатекста.

## **1.2. Предпосылки появления мультимедийных историй**

На протяжении всей человеческой истории на жизнь общества оказывали огромное влияние актуальные для того или иного временного периода технологии. Безусловно, под их влиянием с течением времени развивалась и трансформировалась и журналистика. Так, с изобретением И. Гутенбергом печатного станка рукописные газеты стали печатными. М. Маклюэн характеризует данную эпоху, просуществовавшую до начала двадцатого века, как «галактику Гутенберга»<sup>13</sup> – то есть эру печатной журналистики. Однако же со временем, с появлением телеграфа, фотографии, пишущей машинки, телефона, и, наконец, радиоприемника и телевизора на смену печатной галактики пришла «электрическая галактика»<sup>14</sup> – то есть

---

11 Лукина М. М., Лосева Н. Г. Контент интернет-СМИ // Медиаконвергенция и мультимедийная журналистика: Материалы к обучающим семинарам / под ред. С. Д. Балмаевой. – С. 131.

12 Тертычный А. А. Жанры периодической печати. – URL: <http://www.evartist.narod.ru/text2/02.htm>

13 Маклюэн М. Трансформированная галактика, или Положение человека толпы в индивидуалистическом обществе // Галактика Гутенберга: Становление человека печатающего. – С. 452.

14 Маклюэн М. Указ. соч. – С. 476.

эпоха, в которой журналист начал производить не только текстовый контент, но и изобразительный, аудиальный, визуальный и аудиовизуальный. С возникновением же интернета можно говорить не просто об электрической галактике – но о галактике мультимедийной.

Интернет, самый новый канал информации, завоевывает все большую популярность аудитории наряду с традиционными каналами (телевидением, радио и печатью). Безусловно, поначалу на онлайн-СМИ было оказано влияние со стороны традиционных СМИ, и медиа в сети достаточно сильно напоминали оффлайн-медиа, разве что перемещенные в цифровой формат. Затем интернет, в свою очередь, «не только изменил характер и ритмику редакционной работы, но и в силу таких своих оригинальных качеств, как мультимедийность, интерактивность и гипертекст, оказал существенное влияние на контент»<sup>15</sup> СМИ. Также аудитория начала предъявлять новые требования к контенту: высокую «периодичность обновления, получение сообщений на разные носители, участие в производстве контента <...>, диверсификация медийных платформ и разнообразие их конфигураций»<sup>16</sup>.

В результате глобального процесса *дигитализации* («от англ. digitalization – оцифрование, преобразование данных в цифровую форму»<sup>17</sup>) появились, а впоследствии и распространились конвергентные редакции. Как пишет А. А. Амзин, ярким примером медиаконвергенции можно считать «новостной сайт, статьи на котором сопровождаются аудиоинтервью и видеороликами»<sup>18</sup>. Если сейчас такое положение дел кажется абсолютно

---

15 Лукина М. М., Лосева Н. Г. Контент интернет-СМИ // Медиаконвергенция и мультимедийная журналистика: Материалы к обучающим семинарам / под ред. С. Д. Балмаевой. – С. 112.

16 Лукина М. М., Лосева Н. Г. Контент интернет-СМИ // Медиаконвергенция и мультимедийная журналистика: Материалы к обучающим семинарам / под ред. С. Д. Балмаевой. – С. 112

17 Баранова Е. А. Конвергентная журналистика. – С. 7.

18 Амзин А. А. Новостная интернет-журналистика: Учебное пособие для студентов вузов. – С. 117.

естественным, то изначально же «представлялось, что радиостанцию нельзя скрестить с ежедневной прессой, а интернет не имеет ничего общего с деятельностью сотрудников телестудии»<sup>19</sup>. Такое понимание журналистики присутствовало не только у читателей СМИ, но и у самих журналистов. Поэтому путь к конвергентным редакциям оказался достаточно долгим и не самым простым. Приспосабливаясь к новым условиям, редакциям пришлось не только переводить печатный контент в цифровую форму, но и создавать уникальный мультимедийный контент для своих сайтов. Начав с новостных заметок, украшенных фотографиями и видеозаписями, редакции со временем стали выпускать и такие сложные в создании материалы, как мультимедийные истории.

Стоит указать, что на появление мультимедийных историй повлияло не только технологическое развитие общества как таковое и распространение интернета – в частности, но и вся история искусства. Мультимедиа стали «своего рода вершиной в развитии новых видов искусств, явившихся открытием XX века»<sup>20</sup>. Обусловлено же появление мультимедиа «общей логикой развития синтетических видов искусств в целом»<sup>21</sup>. Имеется в виду, что мультимедиа сочетают в себе все виды человеческого восприятия информации органами чувств – «зрение, слух, обоняние, вкус и кожную чувствительность»<sup>22</sup>, то есть стремятся к тому же, к чему стремились и синтетические искусства – театр, балет, цирк, эстрадное искусство и кинематограф.

---

19 Там же.

20 Шехтер Т. Е. Искусство мультимедиа: мультимедиа и техника. – С. 8.

21 Шехтер Т. Е. Указ. соч. – С. 8.

22 Константинов Ф.В. Философская энциклопедия. В 5-х т. – URL: [http://dic.academic.ru/dic.nsf/enc\\_philosophy/2902/%D0%9E%D0%A0%D0%93%D0%90%D0%9D%D0%AB](http://dic.academic.ru/dic.nsf/enc_philosophy/2902/%D0%9E%D0%A0%D0%93%D0%90%D0%9D%D0%AB)

Цель синтетических искусств – задействовать как можно больше органов чувств зрителей (т.е. каналов коммуникации) и наиболее полно погрузить их в атмосферу своего произведения искусства, вызывая «эффект присутствия». Такую же цель преследует и мультимедийная история – привлечь и зрение (фотографии, визуальное оформление, а также изображение в видео), и слух (аудиовставки или подкасты, а также звук в видео), и тактильные ощущения (использование сенсорного экрана на мобильных устройствах вроде смартфона или планшета, позволяющие буквально «прикоснуться» к описываемому объекту). В настоящее время ведутся и разработки, касающиеся обоняния: так, японская компания *ChatPerf* создала устройство, способное передавать запахи на расстоянии<sup>23</sup>. Конечно, все еще не задействован вкус, но, вероятно, это всего лишь вопрос времени.

Говоря о влиянии культуры, нельзя не упомянуть эпоху, наиболее сильно повлиявшую на появление мультимедиа вообще и мультимедийных историй в частности: то есть на эпоху постмодернизма, в рамках которой сейчас и развивается общество. Постмодернизм – это «особое видение мира, сложившееся и оформившееся как главенствующее течение в искусстве второй половины XX века»<sup>24</sup>. Трудно описать процессы, на которые повлияло это течение: в них входят не только изменения, касающиеся искусства и культуры, но и изменения самого сознания человека на рубеже XX и XXI века.

Основные характеристики постмодернизма таковы<sup>25</sup>: сближение элитарной и массовой культуры, активное смешение художественных языков,

---

23 Японцы научили iPhone передавать запахи. Комсомольская правда. – URL: <http://www.kp.ru/daily/26075/2981396/>

24 Олизько Н. С. Постмодернизм: к проблеме определения понятия // Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия: Лингвистика. № 6 (61). – С. 49.

25 Олизько Н. С. Указ. соч. – С. 52.

стилей и жанров, отношение к миру как к тексту, акцентированная поливариантность, цитатность как художественный принцип, приоритет игрового начала, повышенная ироничность и скептицизм, пристрастие к пародии и гротеску, размытость авторского начала. Многие из этих постмодернистских черт отразились и в формате мультимедийной истории: например, смешение языков, стилей и жанров (а также различных элементов в рамках мультимедийной истории); поливариантность (читатель вправе сам выбирать, в каком порядке он будет читать тот или иной мультимедийный материал); приоритет игрового начала (различные интерактивные элементы, которые и придают материалу игровое начало).

Итак, можно сказать, что и технологическое развитие, и развитие культуры повлияли на появление мультимедийных историй. Таким образом, можно говорить о том, что мультимедийная история – это не только очень продуманный и непростой технологически материал, но и в некотором роде произведение журналистского искусства. Для практической же журналистики мультимедийная история является форматом, в рамках которого можно выразить не только текстовую, фотографическую, аудио- или видеоинформацию, а также игровые элементы, но представить их синтез в одном мультимедийном материале.

### **1.3. Характеристика мультимедийной истории как журналистского медиатекста: структура, формат, платформа, материал и фактура**

Для того чтобы наиболее полно изучить мультимедийную историю, необходимо выделить ее отличия от традиционного журналистского медиатекста. Так как мультимедийная история является своего рода мультимедийным ресурсом, то для характеристики данного формата с некоторыми оговорками можно воспользоваться теорией О. В. Шлыковой.

Она выделяет следующие отличия мультимедийных ресурсов от немультимедийных<sup>26</sup>:

1. данные хранятся и обрабатываются в цифровой форме с применением компьютера;
2. они могут содержать различные виды информации (не только текстовую, но и звуковую, графическую, анимационную, видео и т.д.);
3. существенной особенностью данных является интерактивность;
4. наличие гипертекста.

Безусловно, нельзя говорить, что данные характеристики уникальны только для мультимедийных историй. Стоит сказать, что многие журналистские медиатексты в интернет-СМИ соответствуют по крайней мере одному-двум из этих параметров и, более того, даже некоторые материалы традиционных газет и журналов могут подойти по какой-то характеристике. Например, редакции создают материалы с использованием компьютера, а значит, тексты и иные данные хранятся и обрабатываются именно в цифровой форме. Однако именно сочетание всех четырех элементов рождает такой тип журналистского медиатекста, как мультимедийная история.

Следует подробнее остановиться на таком понятии, как «гипертекст», ведь характеристики гипертекста в полной мере присущи именно мультимедийным историям. Конечно, практически любой текст журналиста в интернете является не просто медиатекстом, но гипертекстом, так как содержит в себе некоторое количество гиперссылок, однако далеко не каждый из них действительно сочетает в себе все характеристики гипертекста. По мнению А. В. Поликахина, гипертекст является «информационным массивом, на котором заданы и автоматически поддерживаются связи между

---

<sup>26</sup> Шлыкова О. В. Феномен мультимедиа. Технологии эпохи электронной культуры: Монография. – С. 8.

выделенными элементами»<sup>27</sup>. Такое определение можно отнести и к мультимедийной истории. Однако намного полезнее для определения сущности формата мультимедийной истории изучить характеристики гипертекста. По мнению О. В. Соболевой, гипертекст обладает следующими характеристиками<sup>28</sup>:

1. нелинейность (отсутствие физической связи между страницами и приобретение страницами автономности, благодаря которой их можно прочесть в любой последовательности);
2. вариативность (соединение в пределах целостной структуры разного рода информации: аудио, визуальной и текстовой);
3. неиерархичность (возможность читать тексты в любой последовательности);
4. расширение границ текста (раскрытие смысла текста через гиперссылки в теле материала, а также за его пределами);
5. фрагментарность (существование текста как набора фрагментов);
6. бесконечность (отсутствие четко заданного центра);
7. интерактивность (возможность выбора способа и последовательности чтения текста).

Конечно, мультимедийная история нелинейна, неиерархична, фрагментарна и бесконечна – читатель вправе сам выбирать, какой из мультимедийных элементов достоин его внимания в первую очередь, и проектировать свое собственное прочтение каждой мультимедийной истории. Вариативность такого формата также не подлежит сомнению – ведь

---

27 Поликахин А. В. Гипертекст: сущность, состояние, проблемы, перспективы. – С. 20.

28 Соболева О. В. Понятие и основные характеристики гипертекста // Альманах современной науки и образования. № 12 (55). С. 163-164.



информация в виде мультимедийных элементов и является одной из главных особенностей данного формата. Интерактивность же мультимедийной истории заключается не только в приведенной О. В. Соболевой возможностью выбора, но и в возможности взаимодействовать с мультимедийными элементами: получать определенный результат на определенные действия (например, при наведении на фотографию статичное изображение анимируется). И, как и практически любой журналистский медиатекст в интернете, за счет гиперссылок мультимедийная история выходит за формат текста.

Если вернуться к отличиям мультимедийных историй от других форматов журналистских медиатекстов в интернете, то следует заметить, что **структура мультимедийной истории** также отличается от структуры любого другого журналистского медиатекста. Конечно, текст в интернете как таковой является неким синтезом: он зачастую включает в себя не только собственно текст, но и фотографии, видео- или аудиозаписи, инфографику, которые призваны проиллюстрировать его. Мультимедийная история же составлена с помощью иной структуры – так, она состоит из некоторого числа *элементов*, которые все вместе являют собой рассказанную историю. Конечно, помимо мультимедийных элементов, которые подробнее описаны немного ниже, присутствует и такой элемент, как *текст*. Но он, хотя и иногда является стержнем мультимедийной истории, тем не менее стал таким же элементом, как и фотографии, и видеозаписи, и аудиослайд-шоу. Если из журналистского медиатекста другого формата можно легко изъять видео или фото, и текст не потеряет в своем информационном плане практически ничего, то из мультимедийной истории нельзя изъять ее мультимедийные элементы – они не иллюстрируют историю, они сами по себе являются историей.

Итак, в структуру мультимедийной истории входят определенные мультимедийные элементы. М. М. Лукина и Н. Г. Лосева в работе «Контент

интернет-СМИ» выделяют перечень жанров, которые наиболее часто используются конвергентными редакциями<sup>29</sup>. Как кажется автору, данные жанры можно представить в том числе в качестве элементов мультимедийных историй, так как именно из таких материалов и состоит мультимедийная история.

Однако автор исключил из приведенного перечня жанров *потокосное видео, интерактивный видеомост, мультимедийное ток-шоу, доэфирный этап, прямой эфир и послеэфирный этап*, так как данные жанры относятся преимущественно к интернет-телевидению. Также был исключен жанр *карикатуры*, так как в мультимедийной истории карикатура может быть представлена в форме других элементов. За последнее время также набрали популярность такие элементы мультимедийной истории, как *2D- и 3D-панорамы*, а также *анимированная иллюстрация*, так что и они включены в данный перечень. Некоторыми изданиями используются также такие типы мультимедийных элементов, как *3D-модель* (см. – конец материала)<sup>30</sup>, а также – *трансляция постов из Twitter* (см. – #Ebola in Guinea: "This is the most deadly strain of Ebola virus. It kills 9 out of 10 patients."<sup>31</sup>), поэтому приведены и они.

Таким образом, в структуру мультимедийной истории могут входить такие мультимедийные элементы, как:

1. статичная иллюстрация (отражает суть происходящего, расширяет информацию, помогает выстроить визуальный ряд; может быть точкой

---

29 Лукина М. М., Лосева Н. Г. Контент интернет-СМИ // Медиаконвергенция и мультимедийная журналистика: Материалы к обучающим семинарам / под ред. С. Д. Балмаевой. – С. 125-130.

30 Norway the Slow Way. The New York Times. – URL: <http://www.nytimes.com/interactive/2014/09/19/travel/reif-larsen-norway.html>

31 How Ebola Roared Back. The New York Times. – URL: <http://www.nytimes.com/2014/12/30/health/how-ebola-roared-back.html>

входа на другие, более сложно устроенные иллюстрации, или же быть их частью – например, стоп-кадр из видео);

2. фотоленты, фоторепортажи, фотогалереи (фоторассказ о событии, выстроенный либо в хронологическом порядке, либо как микс различных иллюстраций, относящихся к общей теме);
3. слайд-шоу (фоторассказ, в котором изображения сменяют друг друга в самом теле иллюстрации);
4. подкаст (звуковой файл, передача, законченный сюжет);
5. аудиоиллюстрация (фрагмент аудиозаписи, относящийся к определенной части текста, который призван проиллюстрировать ту часть сообщения, в которой звуковая составляющая несет некую смысловую или же эмоциональную нагрузку);
6. аудиоверсия текста (начитанный диктором текст сообщения);
7. аудиосюжет (законченное аудиосообщение, являющееся компиляцией из начитанного текста и/или аудиоцитат);
8. видеоиллюстрация (фрагмент видео, относящийся к определенной части материала, выступающий в качестве иллюстрации – в том числе в качестве главной иллюстрации);
9. видеосюжет (законченное видеосообщение, имеющее свою завязку, кульминацию и развязку);
10. видеоколонка, видеоочерк, видеокomentarий (видеозапись с «говорящей головой»);
11. аудиослайд-шоу (фотоистория, поданная в виде flash или silver light, в которую помимо самих фотографий могут быть включены инфографика, карикатуры, карты, а также копии документов.

Особенностью данного типа слайд-шоу является то, что оно обладает звуковым сопровождением – музыкой, интершумом или начитанным автором либо диктором текстом);

12. интерактивная видеоклонка, интерактивный видеосюжет (видеозапись, в тело которой встроены ссылки на другие мультимедийные элементы – например, иконки или мини-баннеры, предлагающие перейти на другие расширения, связанные с данным видео по контексту);
13. мультискрипт (формат подачи информации, упрощающий навигацию по материалам большого объема, который позволяет оперативно и с высокой точностью выбрать интересующий фрагмент видеозаписи);
14. инфографика:
  - a. статичная инфографика (схема, карта, простой график или диаграмма);
  - b. простая динамичная инфографика (в нее включены стандартные интерактивные элементы: слайд-шоу, аудиокomentarий, видеоролик и т.д.);
  - c. модульная схема (динамическая схема, основанная на модульном методе);
  - d. оперативная 3D-реконструкция (видеоролик, основанный на 3D-технологиях);
  - e. сложная статичная схема (схема, содержащая несколько сложных иллюстративных объектов);
  - f. сложная динамическая схема (схема, способная содержать в себе весь спектр мультимедийных данных);

- g. полнофункциональная 3D-реконструкция (видеоролик высокого качества, основанный на 3D-технологиях);
  - h. flash-заметка (сборный модуль, состоящий из текста, видео, фотографий и других элементов);
15. информационные игры (интерактивный инфотеймент):
- a. викторины (уместны как элемент информационной картины дня, а также способны играть существенную роль в формировании лояльности пользователя к изданию, увеличении времени пребывания на сайте, увеличении времени pageview);
  - b. турниры (продолжение викторин, которые могут проходить в несколько серий, а также выявлять победителя);
  - c. flash-игры (сюжет игры и ее этапы раскрывают информацию, которая близка к информационному тренду или долгоиграющей актуальной теме);
16. 2D-панорама (двумерная панорама, входит в тело материала);
17. 3D-панорама (трехмерная панорама, вероятнее всего, в отдельном окне);
18. 3D-модель (изображение, переданное в трехмерной форме);
19. анимированная иллюстрация (иллюстрация, которая анимирована либо сама по себе, либо меняется при наведении или нажатии на нее);
20. трансляция постов из Twitter (плашка с твитами).

Говоря о структуре мультимедийной истории, также следует отметить, что очень важно «гармонично сочетать элементы, не перегружая лишней

информацией, которая подобрана исключительно для увеличения линейки элементов»<sup>32</sup>. Эта рекомендация также подтверждает тезис автора о том, что текст не является главным элементом мультимедийной истории. Безусловно, он является неким связующим звеном, которое объединяет части материала между собой и дает некий контекст, однако он все еще является таким же элементом, как другие элементы мультимедийной истории, даже в виде лонгрида (см. ниже).

Исследуя категорию **формата** мультимедийной истории, следует начать с обозначения понятия «формата» как такового. В современной журналистике до сих пор существует некоторое непонимание того, что именно является форматом, а что – жанром. Так, в журналистском сообществе распространено понимание мультимедийной истории как жанра, а не как формата. Однако в теории журналистики уже существуют достаточно четкие и подробные описания того, чем именно является «формат» в журналистике. Так, Г. В. Лазутина выделяет шесть вариаций использования термина «формат»<sup>33</sup>:

1. формат как совокупность внешних характеристик предмета коммуникации, которые передают его размер и особенности формы;
2. формат как «тип издания»;
3. формат как «род творчества»;
4. формат как «вид творчества»;
5. формат как «вид коммуникационного канала»;
6. формат как «способ подачи».

---

32 Лукина М. М. Интернет-СМИ: Теория и практика. – С. 271.

33 Лазутина Г. В. Жанр и формат в терминологии современной журналистики // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. № 6. – С. 20-21.

Исходя из указанного перечня, можно прийти к выводу, что для исследования мультимедийной истории необходимо воспользоваться первым определением – то есть формата как совокупности «внешних характеристик предмета коммуникации, передающих его размер и особенности формы»<sup>34</sup>. Остальные пять определений в той или иной степени определяют форматы как типы журналистских медиатекстов либо же способы их подачи в определенных средствах массовой информации. Мультимедийные истории же, естественно, не привязаны к какому-то определенному СМИ. В свою очередь, они действительно именно по форме отличаются от других журналистских медиатекстов (то есть по уже исследованной структуре), а также по размеру – мультимедийные истории по объему намного больше, чем большинство других материалов, и в том числе требуют больше сил и времени на подготовку. Таким образом, мультимедийная история сама по себе является форматом журналистского медиатекста, как уже было сказано выше.

Также у мультимедийных статей можно выделить собственные виды. Например, М. М. Лукина выделяет следующие типы мультимедийных историй<sup>35</sup>:

- 1) html-статья;
- 2) инфографическая статья;
- 3) «мультимедийная коробочка» (статья в формате плеера).

Итак, основа мультимедийной *html-статьи* – это вербальный текст. Также куски текста могут быть «подводкой или презентацией к релевантным тому или иному абзацу мультимедийным элементам»<sup>36</sup>. Мультимедийные и

---

34 Лазутина Г. В. Указ. соч. – С. 20.

35 Лукина М. М. Интернет-СМИ: Теория и практика. – С. 271 – 273.

36 Лукина М. М., Лосева Н. Г. Контент интернет-СМИ // Медиаконвергенция и мультимедийная журналистика: Материалы к обучающим семинарам / под ред. С. Д. Балмаевой. – С. 132.

текстовые материалы должны быть распределены равномерно. Необходимо следить и за тем, чтобы сплэшка видеофрагмента отличалась от первого кадра слайд-шоу. Справочная и бэкграундная информация вводятся в текст с помощью гиперссылок.

Иначе обстоит дело с *инфографической статьей* – в ней «визуальное, графическое преобладает над текстом»<sup>37</sup>. Главная задача, стоящая перед создателями такого материала, – сделать так, чтобы он был изучен аудиторией от начала до конца. Однако пользователь должен обладать возможностью изучения истории в альтернативной последовательности, а не только следовать по пути, предложенному редакцией. Авторам рекомендуется «не прятать “самое интересное” в глубину, не проанонсировав наличие этого “самого”»<sup>38</sup>. Важно также не перегружать читателя информацией.

Для формата «*мультимедийной коробочки*» характерно безусловное доминирование фото-, видео- и аудиоэлементов. Материал представлен в виде плеера. У текста сохраняется лишь функция оформления – с его помощью создаются заголовки, подписи, сжато представляется какая-либо информация.

В рамках обозначения формата мультимедийной истории следует также обратить внимание на такой термин, как *лонгрид* (в англоязычной теории журналистики – “longform”). Это понятие можно отождествить с понятием “html-статьи”, так как по своему существу они описывают один и тот же формат. Нетрудно догадаться, что кириллизированный термин «лонгрид» происходит от английской фразы “long read”, что дословно означает «долгое/длительное чтение». Лонгрид – это «новый формат подачи текстовой информации в Интернете»<sup>39</sup>, в основе которого – текст большого объема и аудиовизуальные компоненты. Можно говорить о том, что лонгрид

---

37 Лукина М. М., Лосева Н. Г. Указ соч. – С. 133.

38 Лукина М. М., Лосева Н. Г. Указ соч. – С. 134.



представляет собой своеобразное полотно текста с подверстанными мультимедийными элементами. Д. Доулинг и Т. Воган в статье “Can We “Snowfall” This?” («Можем ли мы “заснегопадать” это»?) называют уже упомянутый “Snow Fall” не первой мультимедийной историей, но первым «цифровым лонгридом»<sup>40</sup>. Сам же формат берет начало от крупных журнальных материалов.

Основные признаки лонгрида были упомянуты в его определении – это наличие текста большого объема и разделяющих его мультимедийных элементов. Основной характеристикой такого формата является “long” – то есть в буквальном смысле длина материала, количество экранов при прокручивании вниз. В отличие от мультимедийных историй других форматов, лонгриды обычно наиболее качественны и продуманы в плане текстовой составляющей. Однако некоторые журналисты жертвуют качеством ради количества, и на это обращают внимание Д. Доулинг и Т. Воган. Они пишут, что лонгрид – это просто «оспариваемый и символически перегруженный термин, которые некоторые называют просто модным словечком, которое позволяет цифровым изданиям гнаться за “длиной”, а не выпускать тщательно проработанный контент, который требует длительной подготовки»<sup>41</sup>. Безусловно, это вина не самих лонгридов, а журналистов, которые предпочитают издать материал модного формата, но не самого высокого качества.

Сравнивая мультимедийные истории и другие журналистские медиатексты, следует также упомянуть, какие технологические **платформы** используются для данных материалов. Так, для текстов традиционных

---

39 Что такое лонгрид? Журнал «Современная библиотека». – URL: [http://sbiblioteka.blogspot.ru/2014/11/blog-post\\_57.html](http://sbiblioteka.blogspot.ru/2014/11/blog-post_57.html)

40 Dowling D., Voganb T. Can We “Snowfall” This? - URL: <http://dx.doi.org/10.1080/21670811.2014.930250>

41 Dowling D., Voganb T. Указ. соч. – URL: <http://dx.doi.org/10.1080/21670811.2014.930250>

средств массовой информации платформами являются типичные для данных СМИ каналы информации (то есть телевидение и радио для телевизионных и радиальных СМИ и т.д.), для других же журналистских медиатекстов в интернете – html-страница на сайте издания. Для мультимедийных же историй каналами информации могут стать<sup>42</sup>:

- 1) текст на простой html-странице, в который встроены мультимедийные элементы;
- 2) сложная интерактивная инфографика;
- 3) плеер, созданный с помощью flash или silver light.

Нельзя не заметить, что и другие журналистские медиатексты в интернете могут быть созданы на html-странице с мультимедийными элементами (например, фотографией), а также могут являться инфографикой, в том числе интерактивной. Тем не менее, платформа-плеер – это абсолютно новая платформа для интернет-журналистики. Также, хотя платформы и могут в чем-то совпадать, по иным характеристикам, которые указаны выше, мультимедийную историю все равно можно отличить от других журналистских медиатекстов. Классификация платформ – скорее, вспомогательная категория, служащая не столько выделению отличий, сколько характеристике самих мультимедийных материалов.

Говоря о платформах, важно обратить внимание и на то, с каких устройств воспроизводятся мультимедийные истории и другие журналистские медиатексты в интернете. Если материалы других форматов можно воспроизводить с самых разных устройств и при этом они не потеряют в качестве (разве что в удобстве прочтения), то мультимедийные истории называют «материалами, созданными для планшета»<sup>43</sup>.

---

42 Лукина М. М., Лосева Н. Г. Указ. соч. – С. 131-132.

43 Dowling D., Voganb T. Указ. соч. – URL: <http://dx.doi.org/10.1080/21670811.2014.930250>

Действительно, именно с экрана планшета можно наиболее полно воспринять все, что хотели донести авторы материала. Связано это с тем, что в непосредственной близости от планшета, на весь экран которого развернут материал, читатель может достичь наибольшего «эффекта присутствия» или, в зависимости от тематики материала, соучастия. Удобно читать мультимедийные истории именно с планшетов и потому, что таким образом все мультимедийные элементы находятся в одинаковой доступности – достаточно лишь дотянуться до них пальцем, когда указатель мышки нужно специально доводить до нужного объекта.

Также необходимо отметить, что для создания мультимедийных историй требуются особенные **материал** и **фактура**. М. М. Лукина и Н. Г. Лосева выделяют следующие признаки, которыми должны обладать материал и фактура для мультимедийных историй<sup>44</sup>:

- 1) развивающийся во времени сюжет;
- 2) какие-либо эпизоды сюжета можно описать словом «самый»;
- 3) наличие в сюжете деталей, которые разумнее изобразить графически, а не описывать их внешний вид и цвет словами;
- 4) большое количество фактуры для видео;
- 5) большое количество бэкграундной и справочной информации;
- 6) потенциальное развитие сюжета с помощью пользовательского контента.

Если же говорить о материале для других журналистских текстов, то для них, как кажется автору, наиболее важными характеристиками являются актуальность и новизна материала, а не его развитие во времени. Конечно, для аналитических материалов сюжет, который развивается, не менее важен,

<sup>44</sup> Лукина М. М., Лосева Н. Г. Указ. соч. – С. 131-132.

чем для мультимедийных историй, но если мультимедийная история может существовать без привязки к некому инфоповоду и быть самодостаточна, то для журналистских медиатекстов других форматов такой возможности зачастую нет. Для других текстов также не так важно, чтобы материал можно было описать словом «самый». Если же рассматривать детали, которые следует изобразить графически, а также большое количество фактуры для видео, то эти характеристики уместны и для материалов других журналистских медиатекстов – если они являются инфографикой или же видеоматериалом. Мультимедийная история же сочетает их в себе.

Бэкграундная и справочная информация также важны и для иных журналистских медиатекстов, однако вопрос стоит в объеме. В рамках мультимедийной истории журналисты могут использовать действительно очень много дополнительной информации, размещая ее в тех или иных частях своего материала. Журналист же, пишущий другой медиатекст, зачастую ограничен редакционной политикой, традиционными представлениями о формате или же банально – объемом полосы. Пользовательский же контент в последнее время получает все большее внимание у интернет-СМИ: создаются подборки комментариев пользователей о каком-либо событии, «репортажи из *Instagram*» (*TJournal*) и т.д. Безусловно, для мультимедийных историй пользовательский контент также обладает большим значением, поскольку формат мультимедийной истории предполагает наибольшую интерактивность.

К сожалению, сейчас мультимедийные истории – это далеко не самый распространенный тип подачи контента в онлайн-медиа, но за последний год он стал более популярным, чем раньше. На момент весны 2015 года к такому типу изложения информации чаще всего обращаются следующие СМИ: *The New York Times*, *The Guardian* из зарубежных СМИ и *Forbes*, *Слон* и *Коммерсантъ* – из российских. В других же крупных СМИ видна тенденция к использованию мультимедийных элементов – например, объемной

интерактивной инфографики, – но тенденция к созданию мультимедийных историй хотя и имеется, но на данный момент недостаточно ярко выражена. Возможно, это связано с тем, что производство мультимедийных историй очень затратно как во временном, так и в денежном плане, а также требует высокой квалификации журналистов, редакторов и дизайнеров.

Также не исключено, что некоторые редакции сознательно отказались от использования формата мультимедийной истории. Несмотря на все достоинства, у мультимедийных статей все же имеются и некоторые недостатки, которые связаны не только с их непосредственным производством, но и с размещением и распространением. Необходимо учитывать поисковую оптимизацию, которая очень важна для успешного продвижения сайта СМИ, и совместимость браузеров – некоторые браузеры и сейчас не готовы воспроизводить мультимедийные истории в большом количестве. Также стоит иметь в виду, что мультимедийные истории, в составе которых есть Flash-файлы, «снижают скорость загрузки страницы из-за своего относительно большого размера»<sup>45</sup>.

#### **1.4 Жанровая классификация мультимедийных историй**

---

45 Thurman N., Lupton B. Convergence Calls: Multimedia Storytelling at British News Websites. – URL: <http://con.sagepub.com/content/14/4/439>

Говоря же непосредственно о жанрах мультимедийных историй, следует отметить, что на данный момент не создано какой-либо единой классификации. Это объяснимо тем, что, как уже было сказано выше, мультимедийные истории – это сравнительно новое явление, практически не исследованное.

Итак, существует достаточно много классификаций жанров журналистского творчества как такового: например, труды А. А. Тертычного, А. В. Колесниченко, Г. В. Лазутиной и С. С. Распоповой. Если классификация А. А. Тертычного относится непосредственно к газетным материалам, то классификации других исследователей могут быть применимы и к журналистским медиатекстам в интернете, в том числе – к мультимедийным историям. К сожалению, мультимедийная история все же является таким форматом, для которого необходим особый подход, и без определенных корректировок нельзя переложить предложенные типологии на формат мультимедийной истории. Поэтому авторское видение жанров мультимедийных историй, которое основывается на данных классификациях и их жанрообразующих признаках, может быть несколько субъективно, однако обосновано.

Итак, А. А. Тертычный в своей работе «Жанры периодической печати» выделяет следующую типологию жанров<sup>46</sup>:

1. *информационные жанры* (заметка, информационная корреспонденция, информационный отчет, информационное интервью, блиц-опрос, вопрос-ответ, репортаж, некролог);
2. *аналитические жанры* (аналитический отчет, аналитическая корреспонденция, аналитическое интервью, аналитический опрос, беседа, комментарий, социологическое резюме, анкета, мониторинг,

---

46 Тертычный А. А. Жанры периодической печати. – URL: <http://www.evartist.narod.ru/text2/01.htm>

рейтинг, рецензия, статья, журналистское расследование, обозрение, обзор СМИ, прогноз, версия, эксперимент, письмо, исповедь, рекомендация (совет), аналитический пресс-релиз);

3. *художественно-публицистические жанры* (очерк, фельетон, памфлет, пародия, сатирический комментарий, житейская история, легенда, эпитафия, эпиграф, анекдот, шутка, игра).

Как видно из данной классификации, она достаточно обширная и включает в себя все возможные жанры печатных средств массовой информации. Данная типология актуальна и сейчас, но только применительно к периодической печати, хотя некоторые жанры (например, репортаж, статья) вполне уверенно себя чувствуют и в рамках онлайн-СМИ. Однако в полной мере данная классификация не может быть переложена на мультимедийные истории, хотя может использоваться в качестве дополнительной.

Также следует обратить внимание и на жанровую классификацию Г. В. Лазутиной и С. С. Распоповой<sup>47</sup>:

- 1) *новостная журналистика* (краткая новостная заметка, расширенная новостная заметка, репортаж, критическая заметка);
- 2) *проблемно-аналитическая журналистика* (статья, персонифицированная и деловая корреспонденции, комментарий, обозрение);
- 3) *очерковая журналистика* (очерк, эссе);
- 4) *смеховая журналистика* (юмористика, сатирическая заметка, фельетон, памфлет);
- 5) *культурно-просветительская журналистика* (анонс, аннотация, рецензия, обозрение, искусствоведческая статья, творческий

---

<sup>47</sup> Лазутина Г. В., Распопова С. С. Жанры журналистского творчества.

портрет, научно-популярная статья, научно-популярный очерк, пропагандистская статья, полемическая статья, рекомендация, культурно-исторический очерк);

б) *интерактивная журналистика* (обзор писем, вопрос-ответ, отчет, литературная запись, интервью, беседа, блиц-опрос, круглый стол, ток-шоу).

Данная классификация также является обширной и всеобъемлющей, однако и она, к сожалению, больше характеризует традиционные средства массовой информации: не только печать, но и телевизионные, радиальные жанры. Однако ее можно будет использовать в качестве вспомогательной типологии.

В свою очередь, А. В. Колесниченко в учебном пособии «Практическая журналистика» также предлагает свою классификацию жанров<sup>48</sup>, которая относится уже не к печатной, телевизионной или радиальной журналистике, но к практической, прикладной:

1. *новостные жанры* (короткая новость, расширенная новость, «песочные часы», информационное интервью);
2. *жанры рациональной журналистики* (ньюс-фиче, комментарий, аналитическая статья, экспертное интервью);
3. *жанры эмоциональной журналистики* (репортаж, фиче, личностное интервью, портрет).

Данная типология жанров более универсальна, чем представленные А. А. Тертычным и Г. В. Лазутиной и С. С. Распоповой, так как не ограничена традиционными СМИ (что нисколько не умаляет достоинств работы других исследователей в рамках типологии жанров традиционных СМИ).

---

<sup>48</sup> Колесниченко А. В. Практическая журналистика. Учебное пособие. – С. 11.



Однако следует обратить внимание на то, что А. В. Колесниченко, как и другие исследователи, выделяет группу «новостных» (или, как у А. А. Тертычного), «информационных» жанров. Мультимедийные истории же требуют больших затрат и времени, и ресурсов, поэтому новостных жанров в рамках данного формата пока не существует. Безусловно, довольно распространенным явлением являются мультимедийные хроники или мультимедийные репортажи (например, «Марш миллионов» 6 мая в Москве. Хроника событий»<sup>49</sup>) и даже мультимедийные новости (“Vanuatu Cyclone Pam: President appeals for 'immediate' help”<sup>50</sup>). Однако трудно поспорить с тем, что такие материалы трудно назвать мультимедийными историями, поскольку они являются совокупностью коротких текстовых сообщений и мультимедийных материалов в режиме live-трансляции. Мультимедийная история же – это куда более тщательно проработанный и сверстаный материал, который несет в себе цель не только сообщить о каком-либо факте, но и рассказать историю.

Резюмируя вышесказанное, для работы с мультимедийными историями автор предлагает взять за основу типологию жанров А. В. Колесниченко. Причиной такого решения является то, что данная классификация наиболее универсальна. В отличие от типологии А. А. Тертычного, ориентированную преимущественно на печатную прессу, а также классификации Г. В. Лазутиной и С. С. Распоповой, которая также создана для традиционных СМИ, классификацию А. В. Колесниченко с некоторыми оговорками можно почти полностью использовать и для мультимедийных историй.

Однако стоит обратить внимание, что новостные мультимедийные истории – явление, которое на данный момент очень трудно воплотить в

---

49 «Марш миллионов» 6 мая в Москве. Хроника событий. РИА Новости. – URL: <http://ria.ru/society/20120506/642656551.html>

50 Vanuatu Cyclone Pam: President appeals for 'immediate' help. BBC News. – URL: <http://www.bbc.com/news/world-asia-31866783>

жизнь. Главные характеристики новости – актуальность и новизна, а редакционный процесс создания мультимедийной истории, к сожалению, очень продолжителен, и за это время новость успевает устареть и потерять свою актуальность. Однако такова ситуация на данный момент, что не отрицает того, что впоследствии, при наличии удобных платформ для создания мультимедийных историй, новостные материалы такого формата могут стать очень популярными и использоваться повсеместно. Поэтому для исследования приводятся только две группы жанров, выделенных А. В. Колесниченко: жанры рациональной журналистики и жанры эмоциональной журналистики.

Также необходимо расширить категорию жанров эмоциональной журналистики жанром очерка (используется в классификациях А. А. Тертычного и Г. В. Лазутиной и С. С. Распоповой), поскольку полного аналога данного жанра в классификации нет. Некоторые исследователи (например, И. С. Тимченко<sup>51</sup>) считают фиче помесью очерка и репортажа, однако на данный момент это утверждение является спорным. Фиче, по определению А. В. Колесниченко, является текстом, который написан от третьего лица, но позволяет пережить случившиеся. Очерк же, не являясь ни репортажем, ни фиче, может быть написан и от первого лица, а также с использованием репортажной техники<sup>52</sup>, что часто применяется в мультимедийных историях.

Таким образом, для анализа мультимедийных историй предлагается следующая классификация:

1. *жанры рациональной журналистики* (нюс-фиче, комментарий, аналитическая статья, экспертное интервью);

---

51 Тимченко И. С. Теория и практика международной журналистики. План лекционных занятий. – URL: <http://jf.spbu.ru/stu/5179/5193-2242.html>

52 Кульчицкая Д. Ю. Репортажные техники в журналистике.

2. *жанры эмоциональной журналистики* (эмоциональный репортаж, фиче, личностное интервью, портрет, очерк).

К материалам жанров **рациональной журналистики** относятся аналитические тексты, призванные сравнивать или пояснять те или иные события и явления, а также комментировать их. Итак, **нюс-фиче** представляет собой «рассказ о тенденции, которую автор увидел за событиями»<sup>53</sup>. **Комментарием** называется материал, который расширяет новость путем ее объяснения и оценки. В свою очередь, **аналитическая статья** – это текст, в котором «тема раскрывается посредством столкновения тезиса и антитезиса с последующим уточнением тезиса без высказывания журналистом своего мнения»<sup>54</sup>. И **экспертное интервью** – это итог беседы журналиста с авторитетным профессионалом в своей области, который вписывает некое событие в контекст.

Жанры же **эмоциональной журналистики** – это те жанры, которые призваны получить какой-то эмоциональный отклик от читателя, вызвать в нем те или иные чувства. **Репортаж** – это «рассказ очевидца, составленный так, чтобы дать возможность читателю самому почувствовать себя на месте события»<sup>55</sup>. **Фиче** – «история, написанная от третьего лица, но также дающая возможность пережить случившееся»<sup>56</sup>. **Личностным интервью** называется такое интервью, которое «ставит целью раскрыть человека через суждения и рассказанные им эпизоды из жизни». И **портрет** – это жанр, который предполагает «раскрытие человека, но не только через беседу, но и через поведение персонажа в характерных для него жизненных ситуациях». Также необходимо определить **очерк** – это материал, в котором «соединяется

---

53 Колесниченко А. В. Практическая журналистика. Учебное пособие. – С. 9.

54 Колесниченко А. В. Указ. соч. – С. 9.

55 Колесниченко А. В. Указ. соч. – С. 11.

56 Там же.

репортажное (наглядно-образное) и исследовательское (аналитическое) начало»<sup>57</sup>.

Также для определения жанров будут использоваться **жанрообразующие признаки**<sup>58</sup>, выделенные А. В. Колесниченко: предмет («что отображается?»), метод («как отображается?») и функция («с какой целью отображается?»). С таблицей жанрообразующих признаков (кроме новостных жанров) можно ознакомиться в Приложении (см. Таблица 1).

Итак, мультимедийная история – новый и уникальный формат для современной интернет-журналистики. Являясь форматом, мультимедийные истории могут представлять собой материалы различных жанров.

## **ГЛАВА 2. АНАЛИЗ МУЛЬТИМЕДИЙНЫХ ИСТОРИЙ ИЗ РОССИЙСКИХ И ЗАРУБЕЖНЫХ СМИ**

### **2.1 План анализа мультимедийных историй**

Для анализа выбранных российских и зарубежных мультимедийных историй используется определенный план, который включает в себя характеристики мультимедийной истории как формата в привязке к тому или иному жанру каждой мультимедийной истории. Исследуется, какие именно структурные элементы, дизайн и другие особенности мультимедийных историй характерны для определенных жанров мультимедийных статей. Используется метод комплексного анализа.

Итак, мультимедийные истории будут анализироваться по следующему **плану**:

1. краткая информация о СМИ (если СМИ упоминается впервые);

---

<sup>57</sup> Тертычный А. А. Жанры периодической печати. – URL: <http://evartist.narod.ru/text2/06.htm>

<sup>58</sup> Колесниченко А. В. Указ. соч. – С. 6.

2. тема и краткое содержание мультимедийной истории;
3. тип мультимедийной истории;
4. жанр мультимедийной истории:
  - а) предмет,
  - б) метод,
  - в) функция;
5. структура мультимедийной истории:
  - а) композиция материала,
  - б) типы мультимедийных и немультимедийных (текст) элементов,
  - в) количество мультимедийных элементов и объем текста (с пробелами),
  - г) взаиморасположение элементов;
6. оформление материала:
  - а) дизайн,
  - б) цветовые характеристики,
  - в) характеристики выделения текста;
7. задействованные органы чувств.

По итогам анализа каждого материала составляется таблица с краткой информацией по представленному плану, а также в конце исследования представляются сводная таблица с характеристиками мультимедийных историй разных жанров, созданная на основе анализа выбранных мультимедийных историй, и диаграммы.

## **2.2 Мультимедийные истории жанров рациональной журналистики**

### **2.2.1 Англоязычные мультимедийные истории**

#### ***How Ebola Roared Back*<sup>59</sup> – *The New York Times***

*The New York Times* (NYT) – одна из самых популярных и старейших (осн. в 1851 году)<sup>60</sup> ежедневных американских газет. Как уже было сказано,

---

59 How Ebola Roared Back. The New York Times. – URL:  
<http://www.nytimes.com/2014/12/30/health/how-ebola-roared-back.html>

60 The New York Times. New York Times Article Archive. – URL:  
<http://www.nytimes.com/ref/membercenter/nytarchive.html>

*NYT* стала первым изданием, в котором был опубликован лонгрид – *Snow Fall: The Avalanche at Tunnel Creek*<sup>61</sup>.

В данной мультимедийной истории рассказывается про вспышку вируса Эбола весной-летом 2014 года. В ней делается акцент на том, что вирус можно было бы остановить, если бы первые сообщения об участившихся случаях заболевания не были практически проигнорированы, и на них последовала бы быстрая реакция властей и медицинских организаций.

Типом мультимедийной истории можно назвать лонгрид (html-статья), поскольку материал размещен на одной странице, а акцент в нем делается не на мультимедийные материалы, как в инфографической статье, а на текст.

Говоря о жанре данного лонгрида, необходимо выделить его жанрообразующие признаки. Итак, предметом материала, несомненно, является изображение связи события (первые вспышки лихорадки) с другими событиями (появление и развитие эпидемии). Хотя в мультимедийной истории присутствуют описания поведения людей в тяжелой ситуации, ее методом все же является логический анализ, поскольку журналист анализирует, что именно привело к таким трагическим последствиям и как их можно было избежать. Функцией материала в какой-то степени является вызов эмоциональной реакции читателя, однако лишь потому, что текст с такой тематикой в принципе мало кого может оставить равнодушным. В более глобальном смысле функцией становится вписывание события в контекст – то есть вновь изображение того, к чему привела невнимательность к первым случаям лихорадки. Непосредственным же жанром является аналитическая статья, поскольку проблема показана с разных точек зрения.

Далее необходимо исследовать структуру мультимедийного лонгрида, и начать следует с композиции. Она является хроникальной, поскольку

---

61 The New York Times. *Snow Fall: The Avalanche at Tunnel Creek*. – URL: <http://www.nytimes.com/projects/2012/snow-fall/?forcedirect=yes#/?part=tunnel-creek>

повествование раскрывается в хронологическом порядке: от первых случаев заболевания к его последствиям спустя несколько месяцев. В материале использованы не только немультимедийные (текст), но и следующие мультимедийные элементы:

1. статичная иллюстрация (14);
2. статичная инфографика (5):
  - а) график (2),
  - б) карта (3);
3. видеосюжет (3);
4. трансляция постов из Twitter (2).

Таким образом, всего используется 24 мультимедийных элемента, среди которых – 3 видеосюжета. Стоит обратить внимание на то, что они использованы не в качестве иллюстрации, а как источник дополнительной информации. Однако наиболее важным источником информации является текст, объем которого составляет 47 641 знак. Мультимедийные элементы расположены по мере повествования текста, дополняя и иллюстрируя его.

Оформление мультимедийного лонгрида достаточно минималистичное: черный и серый текст на белом фоне, изредка также встречаются полноформатные фотографии на всю ширину окна. Стоит обратить внимание на шрифтовое оформление данной мультимедийной истории. Большую роль здесь играют фирменные шрифты издания: *NYT Cheltenham* и *NYT Franklin*. Они используются для особого оформления текста. *NYT Cheltenham* применяется для оформления заголовка (черный полужирный шрифт 69px), подзаголовка (серый шрифт 21px), заголовка к видеосюжетам и инфографике (черный полужирный шрифт 20px), а также для подписей к фотографиям (серый шрифт 13px). *NYT Franklin*, в свою очередь, используется для



подписей к инфографике (серый шрифт 12px) и внутри инфографики (белые, черные и серые шрифты, в том числе полужирные, от 11px до 34px). Для основного текста материала используется серый шрифт *Georgia* 19px.

В данной мультимедийной истории задействованы как зрение (текст, фотографии, инфографика и т.д.), так и слух (видеосюжеты).

### **Анализ мультимедийной истории *How Ebola Roared Back***

<b>Черты мультимедийной истории</b>	<b><i>How Ebola Roared Back</i></b>
Тип мультимедийной истории	лонгрид (html-статья)
Жанр мультимедийной истории	аналитическая статья
Мультимедийные элементы и их количество	статичная иллюстрация (14); статичная инфографика (5): график (2), карта (3); видеосюжет (3); трансляция постов из Twitter (2).
Суммарное количество мультимедийных элементов	24
Объем текста	47 641 знак
Оформление материала	единый стиль – белый фон, черный и серый шрифт и цветные иллюстрации; черный и серый шрифты <i>NYT Cheltenham</i> , <i>NYT Franklin</i> , <i>Georgia</i> (в том числе полужирные)

***The Secret Life of Passwords*<sup>62</sup> – *The New York Times***

В данной мультимедийной истории рассказывается про значимость паролей, про то, что они защищают не просто абстрактные данные, но и надежды и мечты человека, а также про то, какие пароли выбирают пользователи интернета и почему. Мультимедийную историю открывает рассказ об исполнительном директоре финансовой фирмы, во время терактов 11 сентября 2001 года утратившего большинство своих сотрудников. Однако от шока мужчина в первую очередь подумал не о трагедии пострадавших людей, а об утрате доступа ко многим ресурсам, поскольку пароли были неизвестны тем, кто выжил.

Типом мультимедийной истории можно назвать лонгрид (html-статья), потому что материал расположен в рамках одной страницы и, в то же время, в центре внимания находится текст, а не мультимедийные элементы.

Для определения жанра необходимо обратиться к жанрообразующим признакам. Так, предметом материала является изображение того, как сложность или, напротив, недоступность паролей может повлиять на другие события (использование информации недоброжелателями – с одной стороны, и невозможность обратиться к собственным данным – с другой). Можно говорить о методе логического анализа, поскольку журналист получает информацию как от экспертов, так и от своих знакомых, обрабатывает ее и выдает в виде текста. Функция лонгрида – показать важность такой, казалось бы, незначительной вещи, как пароль – в том числе за счет вписывания этой идеи в определенный контекст, как в истории про теракт. Итак, материал можно отнести к тексту жанра рациональной журналистики. Жанром же

---

62 The Secret Life of Passwords. The New York Times. – URL:

<http://www.nytimes.com/2014/11/19/magazine/the-secret-life-of-passwords.html>

можно назвать аналитическую статью: хотя журналист рассказывает истории конкретных людей (например, Рейчел Мелис), они используются не для того, чтобы показать человека в драматической ситуации, а для того, чтобы выявить и прокомментировать те или иные тенденции, а также определить мотивацию людей в выборе пароля.

Композицию материала можно назвать прямой, поскольку повествование разворачивается от теракта 2001 года до настоящего времени, когда журналист подводит итоги. Для создания мультимедийной истории использовались текст и следующие мультимедийные элементы:

1. аудиоиллюстрация с анимированным изображением (9);
2. статичная иллюстрация (1).

Таким образом, всего используется 10 мультимедийных элементов. Это довольно небольшое количество, однако следует отметить появление такого мультимедийного элемента, как аудиоиллюстрация с анимированным изображением. Это можно назвать более продуманным в оформлении и дизайне аудиослайд-шоу, однако, в любом случае, это новаторство *NYT*. Главным в материале является текст, который несет в себе основную информацию. Его объем составляет 30 915 знаков. Мультимедийные элементы расположены рядом с тематически близким повествованием и дополняют его.

Оформление материала очень минималистично – однотонный белый фон, серый шрифт. Однако следует вновь отметить анимированные изображения для аудиоиллюстрации – они представлены как черные силуэты людей, однако при наведении они становятся цветными. Возможно, это использовано потому, что тематика материала – защита данных, и под силуэтом подразумевается человек, который скрывает и защищает свой внутренний мир. Для шрифтового оформления вновь используются уже

знакомые фирменные шрифты *NYT Cheltenham* (подзаголовок – серый шрифт 27px) и *NYT Franklin* (подписи под аудиоиллюстрациями – серый шрифт 14px), а также используется еще один шрифт издания – *NYT Stymie* (заголовок – серый полужирный шрифт 82px, цитаты и заголовки для аудиоиллюстраций – серый полужирный шрифт 34px, начало новой части повествования – серый полужирный шрифт 14px). В качестве шрифта для основного текста вновь используется шрифт *Georgia* (серый шрифт 16px).

В данной мультимедийной истории задействовано не только зрение (текст, статичная иллюстрация, анимированные изображения), но и слух (аудиоиллюстрации).

### **Анализ мультимедийной истории *The Secret Life of Passwords***

<b>Черты мультимедийной истории</b>	<b><i>The Secret Life of Passwords</i></b>
Тип мультимедийной истории	лонгрид (html-статья)
Жанр мультимедийной истории	аналитическая статья
Мультимедийные элементы и их количество	аудиоиллюстрация с анимированным изображением (9); статичная иллюстрация (1).
Суммарное количество мультимедийных элементов	10
Объем текста	30 915 знаков

Оформление материала	единый стиль – белый фон, серый шрифт и цветные иллюстрации; серые шрифты <i>NYT Cheltenham</i> , <i>NYT Franklin</i> , <i>NYT Stymie</i> , <i>Georgia</i> (в том числе полужирные)
Задействованные органы чувств	зрение, слух

### ***Arms wide open*<sup>63</sup> – BBC**

*British Broadcasting Corporation (BBC)* – британская общественная медиакорпорация, осуществляющая телевизионное, радио- и интернет-вещание<sup>64</sup>. *BBC* была создана в 1922 году как лондонская радиостанция<sup>65</sup>.

В данной мультимедийной истории журналист рассказывает о значении бразильской статуи Христа-Искупителя. Для кого-то она является религиозным символом, для кого-то же – просто приманкой для туристов. Помимо приведения и анализа всех точек зрения, журналист также обращается к истории создания статуи, к проблемам, связанным с ее расположением, а также к ее нынешнему состоянию.

Типом указанной мультимедийной истории является лонгрид (html-статья), поскольку вся информация выставлена на одной странице, а также доминирующим элементом является текст.

Предметом данного лонгрида становится изображение различных точек зрения на функцию и значение статуи Христа-Искупителя. Вряд ли можно говорить о том, что изображается связь одного события с другими, однако же

<sup>63</sup> Arms wide open. BBC. – URL:

[http://www.bbc.co.uk/news/special/2014/newsspec\\_7141/index.html](http://www.bbc.co.uk/news/special/2014/newsspec_7141/index.html)

<sup>64</sup> The BBC's programmes and services in the UK and around the world. BBC. – URL:

<http://www.bbc.co.uk/aboutthebbc/insidethebbc/whatwedo>

<sup>65</sup> History of the BBC - 1920s. BBC. – URL: <http://www.bbc.co.uk/timelines/zxqc4wx>

явно показывается связь мнения с другими мнениями. Можно говорить о методе логического анализа, поскольку журналисты для подготовки материала явно провели исследование – и теоретическое, изучая литературу по теме, и практическое – общаясь с экспертами (например, с архитектором Марсией Брага). Материал же является результатом данного исследования. Также можно упомянуть и то, что функцией хотя и не является напрямую вписывание какого-либо события в контекст других, однако отношение к статуе показано в связи с неким контекстом (к примеру, зависимость отношения к монументу от места проживания). Таким образом, материал относится к рациональной журналистике. Жанром же данного лонгрида можно назвать аналитическую статью, поскольку журналист отталкивается от различных точек зрения и выстраивает материал, исходя из этого.

Композиция материала является клиповой, потому что почти все его главы можно расположить в каком-то ином порядке (кроме ретроспективной главы, в которой журналист рассказывает об истории возведения монумента). Структурно мультимедийная история состоит из текста, а также из таких мультимедийных элементов, как:

1. статичная иллюстрация (21);
2. статичная инфографика (1): схема (1).

Таким образом, всего используется 22 мультимедийных элемента. Стоит отметить, что используются преимущественно фотографии, однако для материала жанра рациональной журналистики достаточно типично не использовать излишних иллюстративных элементов. Объем текста, доминирующего в этом материале, также достаточно невелик – всего 13 885 знаков. Однако это не строгая необходимость, которая восходит к жанру материала, а, скорее, интенция редакции, решившей создать именно такой материал. Мультимедийные элементы расположены так, чтобы иллюстрировать те части повествования, к которым относятся.

Материал оформлен в типичном для лонгридов *BBC* стиле: белый фон с темно-серым текстом, а между главами или композиционными частями текста – цветные широкоформатные фотографии, размещенные на всю ширину экрана. Для текста использован шрифт *Helvetica*: белый для заголовка (полужирный шрифт 100px), подзаголовка (27px) и названия глав (полужирный шрифт 56px) и серый для основного текста (18px), а также серый полужирный шрифт (18px) – для своеобразных «лидов» в начале глав.

В данной мультимедийной истории среди органов чувств задействовано только зрение (текст, фотографии, инфографика).

### **Анализ мультимедийной истории *Arms wide open***

<b>Черты мультимедийной истории</b>	<b><i>Arms wide open</i></b>
Тип мультимедийной истории	лонгрид (html-статья)
Жанр мультимедийной истории	аналитическая статья
Мультимедийные элементы и их количество	статичная иллюстрация (21); статичная инфографика (1): схема (1).
Суммарное количество мультимедийных элементов	22
Объем текста	13 885 знаков
Оформление материала	единый стиль – белый фон и цветные иллюстрации, белый и серый шрифт <i>Helvetica</i> (в том числе полужирный)
Задействованные органы чувств	зрение

## 2.2.2 Русскоязычные мультимедийные истории

### «Америка закованных небоскребов»<sup>66</sup> – «Комсомольская правда»

«Комсомольская правда» – российская ежедневная газета, являющаяся одной из самых популярных и старейших (газета издается с 1925 года)<sup>67</sup> общественно-политических газет страны. Сайт издания (<http://kp.ru>) – «лидер по посещаемости среди сайтов категории “СМИ и Новости”»<sup>68</sup>.

Тема данной мультимедийной истории – состояние американской экономики и ее влияние на состояние российской. Материал построен на нескольких интервью с экспертами, среди которых – как преподаватели экономики американских университетов, так и практики (вице-президент банка).

Тип данного материала – лонгрид (html-статья), поскольку весь материал расположен на одной странице, и главный его элемент – текст.

Следует отметить многожанровость данного материала, поскольку присутствует не только аналитика в виде экспертных интервью и авторских

---

66 Америка закованных небоскребов. Комсомольская правда. – URL: <http://www.kp.ru/daily/real-usa/?view=desktop>

67 РИА Новости. «Комсомольская правда»: история и нынешний день газеты. – URL: <http://ria.ru/spravka/20100524/236957896.html>

68 Издательский дом «Комсомольская правда». Media Guide. – URL: [http://mediaguide.ru/?p=house&house\\_id=04](http://mediaguide.ru/?p=house&house_id=04)



комментариев, но и репортажные заметки о его путешествии. Однако предметом материала является все же не изображение человека за событиями, а необходимость показать связь события с другими событиями (например, влияние кризиса в Америке на российскую экономику). Методом также является логический анализ – как экспертов, так и самого автора. Функцией же материала становится исследование предпосылок и последствий кризиса, то есть вписывание события в контекст. Итак, жанр материала – экспертное интервью, поскольку именно они стали его основой, но можно говорить и о признаках очерка (авторские заметки), однако они выражены не так явно.

Композиционно материал представляет собой серию экспертных интервью, связанных между собой авторскими комментариями. В его структуру входят как текст, так и следующие мультимедийные элементы:

1. статичная иллюстрация (15);
2. статичная инфографика (5):
  - а) карта (4),
  - б) простой график (1);
3. фотогалерея (3);
4. анимированная иллюстрация (1);
5. видеосюжет (1).

Всего используется 25 мультимедийных элементов. Объем же текста – 34 116 знаков. Мультимедийные элементы и текст соразмерны друг другу и расположены последовательно, кроме видеосюжета, расположенного уже после материала. Так, следует обратить внимание на то, что главной целью авторов было показать 23-минутный видеосюжет (обозначен как

«документальный фильм») и раскрыть и дополнить его мультимедийным лонгридом.

Материал достаточно минималистичный и выполнен преимущественно в черно-белой гамме, однако присутствуют и цветные иллюстрации. Однако можно отметить большое разнообразие текстовых выделений. В основном используется шрифт черный шрифт *PT Serif Regular* разного размера (для основного текста – 16px, для лидов – 20px, для бэкграундов – 13px), а также *PT Serif Italic* (для курсива), *PT Serif Bold* (для полужирного шрифта) или *PT Serif Italic Bold* (для полужирного курсива) для выделения – смыслового (начало абзаца) или технического (отделение вопросов интервью от ответов). Для заголовка и названий глав используется шрифт *Code Pro Bold*: для заголовка – белый (87px), а для названий глав – черный (59px).

В данном примере из органов чувств задействовано преимущественно зрение (текст, иллюстрации, инфографика), однако в некоторой степени задействован и слух (видеорепортаж).

### **Анализ мультимедийной истории «Америка закованных небоскребов»**

<b>Черты мультимедийной истории</b>	<b>«Америка закованных небоскребов»</b>
Тип мультимедийной истории	лонгрид (html-статья)
Жанр мультимедийной истории	экспертное интервью
Мультимедийные элементы и их количество	статичная иллюстрация (15); статичная инфографика (5): карта (4),

простой график (1); фотогалерея (3); анимированная иллюстрация (1); видеосюжет (1).

Суммарное количество 25  
мультимедийных элементов

Объем текста 34 116 знаков

Оформление материала единый стиль – черно-белое оформление и цветные иллюстрации; черный и белый шрифты *PT Serif Regular* (также *Italic* или *Bold*) и *Code Pro Bold*

Задействованные органы чувств зрение, слух

### **«Черноморский экстрим»<sup>69</sup> – Forbes**

*Forbes* – один из самых авторитетных в мире американских финансово-экономических журналов, основанный еще в 1917 году<sup>70</sup>. Наиболее знаковым для журнала стал ежегодно публикуемый им список ведущих предпринимателей. Российская версия журнала издается с 2004 года<sup>71</sup>.

В данном материале раскрывается состояние экономики Абхазии – от предпосылок в ее развитии в виде российских инвестиций до настоящего состояния и прогнозов на будущее. Состояние экономики раскрывается с помощью не только статистических сведений, но и анализа экономической деятельности отдельных персоналий.

---

69 Черноморский экстрим. Forbes. – URL: [http://www.forbes.ru/sp\\_data/abkhazia/index.html](http://www.forbes.ru/sp_data/abkhazia/index.html)

70 Газета.Ру. Forbes. – URL: <http://www.gazeta.ru/tags/forbes.shtml>

71 Там же.

Тип приведенной мультимедийной истории – лонгрид (html-статья), так как материал представлен в одном окне, и в центре – текст. Однако следует обратить внимание на наличие «содержания», благодаря которому можно переключаться между главами. Также нужно заметить, что в материале присутствуют элементы, на которые нужно переходить с помощью гиперссылок (рассказы о персоналиях), однако читатель остается на той же странице.

Говоря о жанре, необходимо начать с жанрообразующих признаков. Можно говорить о принадлежности жанра к рациональной журналистике, поскольку предметом действительно является связь события (инвестиции России) с другими событиями (развитие экономики). В то же время материал написан методом логического анализа (с помощью экспертов), а функцией его является разобраться в происходящем и вписать его в некий контекст. Непосредственным же жанром является аналитическая статья, поскольку здесь приводятся и анализируются различные точки зрения на проблему.

Композиция материала хроникальная: повествование восходит от предпосылок текущего состояния экономики к настоящему времени, а в итоге – к прогнозам на будущее. Стоит также обратить внимание на то, что композиционно материал состоит из нескольких разделов, каждый из которых содержит в себе некую тему, выделенную названием раздела (например, «Деньги Абхазии»), и персоналию (например, Алхас Аргун) представленную в форме некой номинации («Самый технологичный»). Те или иные персоналии иногда участвуют в создании нескольких тематических разделов.

Безусловно, структурно в материале есть не только текст, но и определенные мультимедийные элементы:

1. статичная иллюстрация (9);

2. анимированная иллюстрация (5);
3. фотогалерея (5).

Таким образом, всего в материале 19 мультимедийных элементов. Статичные изображения служат больше для иллюстрации, поэтому расположены между разделами. Анимированные же иллюстрации и фотогалереи необходимы для неких условных «профилей» персоналий. Объем текста составляет 26 637 знаков – довольно немного для аналитического материала, однако текст, хотя и лаконичный, все же достаточно полно раскрывает проблему.

Оформление достаточно сложное, но не избыточное: использованы анимированные изображения, а также изображения, полнее раскрывающиеся при прокрутке. Основные задействованные цвета – белый и черный, однако изображения цветные. Весь текст представлен с помощью черного шрифта *Palatino Linotype*. Текстовые выделения не используются в основном тексте (18px) и заголовке (48px), однако используются для выделения подзаголовка (курсивный шрифт 24px); названий глав (курсивный шрифт 32px) и «профилей» персоналий (полужирный шрифт 24px).

Единственный задействованный орган чувств – это зрение (текст, статичные и анимированные иллюстрации, фотогалерея). Возможно, это связано с серьезной аналитической тематикой материала, не требующей достижения «эффекта присутствия».

### **Анализ мультимедийной истории «Черноморский экстрим»**

<b>Черты мультимедийной истории</b>	<b>«Черноморский экстрим»</b>
Тип мультимедийной истории	лонгрид (html-статья)
Жанр мультимедийной истории	аналитическая статья

Мультимедийные элементы и их количество	статичная иллюстрация (9); анимированная иллюстрация (5); фотогалерея (5).
Суммарное количество мультимедийных элементов	19
Объем текста	26 637 знаков
Оформление материала	единый стиль – черно-белое оформление и цветные иллюстрации; черный и белый шрифт <i>Palatino Linotype</i> (также курсив или полужирный)
Задействованные органы чувств	зрение

### **«Не место для бизнеса»<sup>72</sup> – *Forbes***

Поводом для создания этой мультимедийной истории стала выставка декораций для Олимпийских игр, проведенная на ВДНХ в декабре 2014 года. Журналист анализирует это событие в контексте других изменений, которые произошли с выставочным комплексом с весны прошлого года, когда ВДНХ перешла в собственность Москвы.

Тип мультимедийной истории – лонгрид (html-статья), поскольку материал расположен на одной странице, и его основа – текст.

Для выявления жанра данного материала необходимо сначала выделить его жанрообразующие признаки. Итак, предметом материала, несомненно, является связь события (выставка декораций) с другими событиями (переход ВДНХ в собственность города). Текст в мультимедийной

<sup>72</sup> Не место для бизнеса. Forbes. – URL: [http://www.forbes.ru/sp\\_data/2015/vdnh/index.html](http://www.forbes.ru/sp_data/2015/vdnh/index.html)

истории создан методом логического анализа, поскольку автор исследует, что именно произошло с выставкой (реконструкция, строительство новых объектов). Функцией же материала стало именно вписывание события в контекст других аналогичных событий. Данные жанрообразующие признаки характерны для рациональной журналистики. Непосредственным жанром является комментарий, поскольку данный материал расширяет информацию о событии путем объяснения предпосылок, а также вполне очевидного оценивания.

Композиция данной мультимедийной истории является обратной, поскольку материал начинается с событий относительно недавнего прошлого, а затем автор обращается к истории ВДНХ и изменениям, произошедшим с ней за последние годы. Также, говоря о структуре, необходимо выделить в материале текст и такие мультимедийные элементы, как:

1. фотогалерея (4);
2. простая динамичная инфографика (1): схема (1);
3. слайд-шоу (1);
4. статичная иллюстрация (1).

Таким образом, всего в материале использовано 7 мультимедийных элементов. Это довольно немного, особенно в сравнении с другими мультимедийными историями, однако они достаточно трудоемки и всеобъемлющи: присутствует несколько фотогалерей, а также динамичная инфографика и слайд-шоу. Объем текста – 18 743 знака, что вполне достаточно для жанра комментария. Почти все мультимедийные элементы расположены рядом с теми моментами повествования, которые они иллюстрируют, а слайд-шоу присутствует на фоне постоянно.

Следует отметить, что данный материал оформлен более продуманно, чем предыдущий. Так, на фоне постоянно присутствует слайд-шоу из фотографий ВДНХ, однако поверх нее расположены однотонные белые формы с текстом материала – материал одновременно и выглядит украшенным, и достаточно удобен в прочтении. Как и в предыдущей истории, используется белый (для заголовка, подзаголовка и названий глав) и черный (во всех остальных случаях) шрифт *Palatino Linotype* разных размеров и оформления: заголовков – полужирный шрифт, 80px; подзаголовков – курсивный шрифт, 24px; названия глав – полужирный шрифт, 50px; заглавие инфографики – полужирный шрифт, 25px; текст инфографики – курсивный шрифт, 16px; обычный текст – 16px. Таким образом, в каком-то смысле такое оформление является знаковым для *Forbes* – использование одного шрифта разных размеров с различными текстовыми выделениями.

В данной мультимедийной истории задействовано только зрение (текст, фотогалереи, слайд-шоу и т.д.). Возможно, это тоже можно назвать неким стилем *Forbes* в создании мультимедийных лонгридов. В то же время, для аналитического текста не требуется создание атмосферы и погружения в нее при помощи аудиоматериалов, поэтому это оправданно.

### **Анализ мультимедийной истории «Не место для бизнеса»**

<b>Черты мультимедийной истории</b>	<b>«Не место для бизнеса»</b>
Тип мультимедийной истории	лонгрид (html-статья)
Жанр мультимедийной истории	комментарий
Мультимедийные элементы и их количество	фотогалерея (4); простая динамичная инфографика (1): схема (1); слайд-шоу (1); статичная иллюстрация (1).
Суммарное	количество 7



мультимедийных элементов

Объем текста

18 743 знака

Оформление материала

единый стиль – слайд-шоу на фоне, поверх него – однотонное белое поле; черный и белый шрифт *Palatino Linotype* (также курсив или полужирный)

Задействованные органы чувств

зрение

## 2.3 Мультимедийные истории жанров эмоциональной журналистики

### 2.3.1 Англоязычные мультимедийные истории

#### *The Women of West Point*<sup>73</sup> – *The New York Times*

В данной мультимедийной истории рассказывается про шестерых выпускниц американской военной академии. Цель материала – показать повседневную жизнь девушек во время учебы: как у них проходили занятия, учения, чем и где они питались, а также – как прошел их выпускной день.

Тип мультимедийной истории – инфографическая статья, поскольку, хотя весь материал располагается на одной странице, его основу составляют мультимедийные элементы (фотографии), а не вербальный текст.

Предметом данного материала стало желание показать повседневную жизнь выпускниц военной академии (т.е. показать человека, а не событие). Методом нельзя в полной мере назвать «описание людей в драматических ситуациях»<sup>74</sup>, поскольку обучение в военной академии является не столько драматической ситуацией, сколько необычной. Однако, безусловно, указанный метод ближе материалу, чем метод логического анализа. Также стоит отметить, что методом в любом случае является описание человека, а не анализ тех или иных нематериальных тенденций. Функцией же мультимедийной истории также стал вызов эмоционального отклика читателя, поскольку приведенные материалы очень яркие и образные (не постановочные фотографии, создающие определенное настроение). Таким образом, материал относится к эмоциональной журналистике.

---

<sup>73</sup> The Women of West Point. The New York Times. – URL: <http://www.nytimes.com/interactive/2014/09/04/magazine/women-of-west-point.html>

<sup>74</sup> Колесниченко А. В. Практическая журналистика. Учебное пособие. – С. 6.

Непосредственными же жанрами можно назвать «портрет» или «портретный очерк», поскольку текст действительно раскрывает персонажей и через беседу, и через изображение их поведения.

Говоря о структуре мультимедийной истории, стоит начать с его композиции. Так, ее можно назвать обратной, поскольку материал начинается с церемонии выпускного, а затем повествование переходит к событиям за несколько недель до него, в хронологическом порядке раскрываясь вплоть до дня выпускного. Для раскрытия темы используются текст и такие мультимедийные элементы, как:

1. статичная иллюстрация (26);
2. аудиоиллюстрация (3);
3. видеоиллюстрация (1).

Итак, всего в мультимедийной истории используется 30 мультимедийных элементов. Следует отметить, что основную роль в материале играют статичные иллюстрации – фотографии. Они являются основой мультимедийной истории, поскольку именно с их помощью показана жизнь студенток. Текст же выполняет больше техническую функцию – он представлен в предыстории в самом начале материала, а также – в виде подписей к иллюстрациям. Объем текста также очень мал и составляет всего 9 311 знака.

Мультимедийная история оформлена в монохромной гамме – цветными (синими) являются только плееры для проигрывания аудиоиллюстраций (но, скорее, это постоянный стиль плееров, чем намеренное выделение их цветом). Фотографии и видеоиллюстрация также черно-белые. Следует отметить, что *The New York Times* очень внимательно подходит к оформлению шрифтов. Так, в особых случаях используется эксклюзивный шрифт издания *NYT Cheltenham*: для заголовка (белый полужирный шрифт 67px) и

подзаголовок (белый шрифт 22px) материала, для названий глав (черный полужирный шрифт 67px), а также для оформления цитат (черный шрифт 16px). Для подписей под фотографиями также используется особенный шрифт издания – *NYT Franklin* (серый шрифт 14px). Для основного текста, который, правда, занимает очень малый объем, применяется черный шрифт *Georgia* 19px с полужирным выделением в начале абзаца.

Данная мультимедийная история задействует не только зрение (текст, фотографии, видеоиллюстрация), но и слух (аудиоиллюстрации).

### **Анализ мультимедийной истории *The Women of West Point***

<b>Черты мультимедийной истории</b>	<b><i>The Women of West Point</i></b>
Тип мультимедийной истории	инфографическая статья
Жанр мультимедийной истории	портрет, портретный очерк
Мультимедийные элементы и их количество	статичная иллюстрация (26); аудиоиллюстрация (3); видеоиллюстрация (1).
Суммарное количество мультимедийных элементов	30
Объем текста	9 311 знака
Оформление материала	единый стиль – черно-белый минимализм; черный, белый и серый шрифты <i>NYT Cheltenham</i> , <i>NYT</i>

*Franklin*, а также *Georgia* (также курсив или полужирный)

Задействованные органы чувств                      зрение, слух

### ***Norway the Slow Way*<sup>75</sup> – *The New York Times***

В мультимедийной истории рассказывается о путешествии по Норвегии. Журналист не только описывает свои впечатления от «самой прекрасной в мире поездки»<sup>76</sup>, но и размышляет об особенностях медленного темпа жизни в Норвегии (например, о норвежском телевидении – *Slow TV*). Стоит заметить, что Норвегия для журналиста – не просто незнакомая северная страна, но родина его бабушки – коренного норвежца, бежавшего в Америку во время Второй мировой войны. Его историей он также делится с читателями.

Тип данной мультимедийной истории – лонгрид (html-статья), потому что материал не только расположен в рамках одной страницы, но и главное место в нем занимает вербальный текст.

Предметом мультимедийной истории является изображение человека – причем в большей степени самого журналиста, его чувств, эмоций. Также рассказана история его бабушки и показаны образы других норвежцев. Сам журналист отмечает, что метод его материала – это изображение того, как люди находят в себе силы пережить «дуалистические отношения с солнцем»<sup>77</sup> (т.е. полярную зиму, длящуюся полгода). Функцией же вновь становится

---

<sup>75</sup> Norway the Slow Way. The New York Times. – URL: <http://www.nytimes.com/interactive/2014/09/19/travel/reif-larsen-norway.html>

<sup>76</sup> Norway the Slow Way. The New York Times. – URL: <http://www.nytimes.com/interactive/2014/09/19/travel/reif-larsen-norway.html>

<sup>77</sup> Там же.

вызов эмоциональной реакции читателя – на красоту норвежских пейзажей, быт норвежцев, размышления журналиста и историю его дедушки. Следовательно, материал относится к эмоциональной журналистике. Жанром же является очерк, поскольку художественная выразительность его очень высока: образный язык («в поисках призрака моего дедушки и едва уловимого проблеска полуденного солнца»<sup>78</sup>), а также очень атмосферные фотографии и видеоиллюстрации. Также можно отметить репортажный метод.

Композицию можно назвать клиповой – хотя повествование выстроено в хронологическом порядке, оно часто перемежается воспоминаниями автора, его размышлениями, наблюдениями. Повествование очень подробное, располагающее для медленного чтения, а не быстрого проглядывания ключевых слов. Подобная обстоятельность характерна в том числе для норвежского образа жизни. Такой умиротворяющий эффект достигается не только с помощью текста, но и таких мультимедийных элементов, как:

1. видеоиллюстрация (9);
2. простая динамичная инфографика (3):
  - а) карта (2),
  - б) схема (1);
3. статичная иллюстрация (3);
4. 3D-модель (1);
5. статичная инфографика (1): график (1).

Всего использовано 17 мультимедийных элементов, больше половины которых – видеоиллюстрации. Также стоит отметить 3D-модель – очень

---

<sup>78</sup> Там же.

трудоемкий и нетипичный мультимедийный элемент. Однако они действительно всего лишь иллюстрируют повествование в соответствующих моментах и создают определенную атмосферу. Основную же роль в мультимедийной истории играет текст – его объем 19 699 знаков.

Говоря об оформлении, стоит вновь упомянуть особый стиль *The New York Times*. Хотя этот материал не черно-белый, как предыдущий, здесь заметны пастельные, мягкие цвета на фотографиях, а текст и фон оформлены так же минималистично – белый фон и темно-серый или черный текст. Иногда на фоне расположены видеоиллюстрации, поверх которых появляется анимированный текст. Вновь стоит упомянуть фирменные шрифты *The New York Times*: *NYT Cheltenham* (используется в подзаголовке – черный анимированный шрифт 86px и в инфографике – серый шрифт 16px) и *NYT Franklin* (применяется в начале условных глав – серый шрифт 17px; в подписях к иллюстрациям – серый шрифт 11px; в анимированном тексте на фоне видеоиллюстраций – черный шрифт 18px). Для основного текста используется серый шрифт *Georgia* 19px.

В данной мультимедийной истории задействовано только зрение (фотографии, видеоиллюстрации, текст и т.д.), что довольно нетипично для произведения жанра эмоциональной журналистики. Однако, возможно, беззвучность использована как художественный прием для подчеркивания атмосферы Норвегии или же по техническим причинам – страница и без того перегружена 3D-моделью.

### **Анализ мультимедийной истории *Norway the Slow Way***

**Черты мультимедийной истории**                      *Norway the Slow Way*

Тип мультимедийной истории                      лонгрид (html-статья)

Жанр мультимедийной истории	очерк с использованием репортажного метода
Мультимедийные элементы и их количество	видеоиллюстрация (9); простая динамичная инфографика (3): карта (2), схема (1); статичная иллюстрация (3); 3D-модель (1); статичная инфографика (1): график (1).
Суммарное количество мультимедийных элементов	17
Объем текста	19 699 знаков
Оформление материала	единый стиль – черно-белый минимализм и цветные иллюстрации; черный и серый шрифты <i>NYT Cheltenham, NYT Franklin, Georgia</i>
Задействованные органы чувств	зрение

### ***Gunther, Christine and Otto*<sup>79</sup> – BBC**

В данной мультимедийной истории рассказывается история 76-летнего Гюнтера Холторфа, в течение 26 лет путешествовавшего по всему миру на автомобиле по имени «Отто». Г. Холторф побывал в 177 странах и проехал на автомобиле 884 000 км. Сначала он путешествовал с женой Кристиной, а потом – с сыном.

---

<sup>79</sup> Gunther, Christine and Otto. BBC. – URL: [http://www.bbc.com/news/special/2014/newsspec\\_8703/index.html](http://www.bbc.com/news/special/2014/newsspec_8703/index.html)



Тип мультимедийной истории – лонгрид (html-статья), так как материал располагается на одной странице и, несмотря на большое количество мультимедийных элементов, текст – это главный источник информации.

Предметом данного лонгрида является жизнь Г. Холторфа на фоне его множественных путешествий. Несмотря на богатый описаниями рассказ о событиях, в центре все равно находится история человека, со всеми его решениями и поступками. Методом вновь является не столько описание человека в драматической ситуации, сколько – в необычной. Жизнь в кругосветном путешествии в принципе можно назвать необычной, а особенно - когда путешественник передвигается на автомобиле. Функцией же является вызов эмоциональной реакции читателя. Стоит отметить, что она может быть неоднозначной, поскольку не все поступки Г. Холторфа можно интерпретировать однозначно положительно (так, ради путешествий они с женой оставили ребенка в интернате и навещали его раз в несколько месяцев). Таким образом, жанр лонгрида относится к эмоциональной журналистике. По мнению автора, материал можно отнести к жанру портретного очерка, поскольку, как уже было сказано, путешествие – это лишь фон к жизнеописанию Г. Холторфа.

Композиция материала является кольцевой, поскольку материал начинается и заканчивается в настоящем времени (итоги путешествия Г. Холторфа, его планы). Внутри же этого «кольца» повествование разворачивается в хронологическом порядке: от встречи с Кристиной до последних путешествий. Помимо текста, как уже было сказано, в данном лонгриде присутствует очень много мультимедийных элементов, хотя и не самых разнообразных:

1. статичная иллюстрация (61);
2. видеосюжет (2);

### 3. простая динамичная инфографика: карта (1).

Таким образом, всего использовано 64 мультимедийных элемента. Это очень большое число элементов, даже если учесть, что 61 из них – это статичные иллюстрации (фотографии). Мультимедийные элементы служат иллюстрацией и дополнением к тексту, объем которого – 38 215 знаков.

Оформление материала одновременно продуманное, но не перегруженное. Так, стоит отметить широкоформатные фотографии, растянутые на всю ширину экрана, которые часто выступают в качестве фона. Однако они встречаются не так часто и придают некий особенный шарм материалу. Также необходимо заметить, что сам фон является просто белым, без каких-либо узоров. Использованный в материале шрифт – Helvetica белого и черного цвета (в зависимости от фона) и разных размеров с разным оформлением. Так, для заголовка используется белый полужирный шрифт 70px; для подзаголовка – белый шрифт 27px; для обозначения глав – белый шрифт 84px. Для основного же текста используется черный шрифт 18px без выделений.

В данном материале среди задействованных органов чувств – как зрение (фотографии, карта), так и слух (видеорепортажи). Использование слуха достаточно характерно для жанров эмоциональной журналистики.

### **Анализ мультимедийной истории *Gunther, Christine and Otto***

<b>Черты мультимедийной истории</b>	<b><i>Gunther, Christine and Otto</i></b>
Тип мультимедийной истории	лонгрид (html-статья)
Жанр мультимедийной истории	портрет
Мультимедийные элементы и их статичная иллюстрация	(61);

количество	видеосюжет (2); простая динамичная инфографика: карта (1).
Суммарное количество мультимедийных элементов	64
Объем текста	38 215 знаков
Оформление материала	единый стиль – белый фон и цветные иллюстрации в качестве фона; черный и белый шрифт <i>Helvetica</i> (также полужирный)
Задействованные органы чувств	зрение, слух

### 2.3.2 Русскоязычные мультимедийные истории

«Земля отчуждения»<sup>80</sup> – «Коммерсантъ»

---

<sup>80</sup> Земля отчуждения. Коммерсантъ. – URL: <http://kommersant.ru/projects/chernobyl>

«Коммерсантъ» – ежедневная российская общенациональная деловая газета, основанная одноименным издательским домом в 1989 году<sup>81</sup>. Издание распространяет информацию о мировом и российском бизнесе, а также сообщает финансовые, деловые и политические новости<sup>82</sup>.

Данная мультимедийная история подготовлена к трагичной годовщине аварии на Чернобыльской АЭС – материал вышел 26 апреля 2014 года, ровно через 28 лет после аварии. В нем рассказывается про состояние пораженной местности в настоящее время, про саму аварию (например, приводится хроника событий) и ее последствия, рассказываются истории жителей, которые до сих пор проживают в «зоне отчуждения».

Тип данной мультимедийной истории – лонгрид (html-статья), так как для нее не выделено какого-то специального окна – вся информация представлена в формате мультимедийного лонгрида, и его основа – текст.

Для определения жанра этого материала необходимо сначала выделить жанрообразующие признаки. Так, предмет данной мультимедийной истории – не просто авария и ее последствия, но ее последствия для людей, которые в ней пострадали, а также тех, которые проживают на пораженной территории и сейчас. Методом также можно назвать «описание людей в драматических ситуациях»<sup>83</sup>, так как приводится история 83-летней Ганны, проживающей в Чернобыле со своей сестрой. Функцией же мультимедийной истории является, несомненно, желание авторов вызвать у читателя некий эмоциональный отклик. Таким образом, жанр данной истории относится к жанрам эмоциональной журналистики.

---

81 Издательский дом «Коммерсантъ». РИА Новости. Справка. – URL: <http://ria.ru/spravka/20060831/53355088.html>

82 «Коммерсантъ»:  
Ежедневная общенациональная деловая газета. Коммерсантъ.ру. – URL: <http://kommersant.ru/about/kommersant>

83 Колесниченко А. В. Практическая журналистика. Учебное пособие. – С. 6.

Непосредственный же жанр материала – очерк, который написан репортажным методом. Так, в данной мультимедийной истории не только приводится обширный фактический материал (например, пресловутая хроника аварии, статистические данные о «Чернобыле-2», справочная информация про ЧАЭС и т.д.) и представляется очень сильная художественная составляющая (пугающие и завораживающие фотоснимки Припяти, образный язык – «Сегодня природа захватывает территорию заброшенного города — кажется, что это дома «выросли» в лесу»), но и очень сильный «эффект присутствия» – вместе со всеми звуками тревоги, видеозаписями, фотографиями и другими мультимедийными и текстовыми приемами.

Говоря о структуре мультимедийной истории, следует начать с композиции. Ее можно назвать в какой-то степени кольцевой: сначала рассказывается про современное состояние и жителей Чернобыля, затем – про историю создания АЭС, про аварию, ликвидацию последствий, а после этого повествование вновь возвращается к настоящему времени (Припять, МТС Копачи, лагерь «Изумрудный», «Чернобыль-2», Куповатое). В то же время авторы описывают не только состояние этих мест в настоящее время, но и рассказывают про их прошлое, в том числе – про состояние во время аварии.

В данной истории присутствуют как мультимедийные элементы, так и текст. Для создания материала использованы следующие мультимедийные элементы:

1. видеоиллюстрация(9);
2. статичные иллюстрация (9);
3. фотогалерея (9);
4. видеосюжет (4);

5. статичная инфографика (4):
  - а) карта (2),
  - б) схема (1),
  - в) график (1);
6. аудиоиллюстрация (2);
7. 3D-панорама (1);
8. полнофункциональная 3D-реконструкция (1).

Таким образом, в данной мультимедийной истории использовано 39 мультимедийных элементов, причем лидируют не только статичные иллюстрации, но и видеоиллюстрации, а также фотогалереи – то есть элементы, достаточно трудоемкие в исполнении. Однако стоит обратить внимание, что приводятся не только авторские материалы, но и другие видеоиллюстрации с YouTube по теме истории. Объем же текста, в свою очередь, составляет 30 416 знаков. Мультимедийные элементы расположены последовательно, по мере развития сюжета в тексте – в качестве иллюстраций или дополнения к сказанному.

Несмотря на тематику мультимедийной истории, цвет фона – кажущийся жизнерадостным желто-зеленый оттенок. Однако на фоне мрачных фотографий, «затухающих» по мере прокрутки вниз, он не выглядит уместно. Для материала характерно стилевое единство: заголовок – белый шрифт *Arial* 16px; основной текст – черный шрифт *Georgia* 20px; бэкграунд – серый шрифт *Georgia* 17px, отделенный квадратной скобкой слева; названия глав – белый шрифт *Georgia* 80px на фоне статичной иллюстрации; подзаголовки – черный шрифт *Georgia* 34px; подписи на иллюстрациях – белый шрифт *Georgia* 18px на фоне полупрозрачной черной плашки.

В данной мультимедийной истории задействованы такие органы чувств, как зрение (фото, видеоиллюстрации, видеосюжеты, 3D-реконструкция и т.д.), слух (аудиоиллюстрации, видеоиллюстрации, видеосюжеты и т.д.).

### **Анализ мультимедийной истории «Земля отчуждения»**

<b>Черты мультимедийной истории</b>	<b>«Земля отчуждения»</b>
Тип мультимедийной истории	лонгрид (html-статья)
Жанр мультимедийной истории	очерк с использованием репортажного метода
Мультимедийные элементы и их количество	видеоиллюстрация (9); статичная иллюстрация (9); фотогалерея (9); видеосюжет (4); статичная инфографика (4): карта (2), схема (1), график (1); аудиоиллюстрация (2); 3D-панорама (1); полнофункциональная 3D-реконструкция (1)
Суммарное количество мультимедийных элементов	39
Объем текста	30 416 знаков
Оформление материала	единый стиль – сочетание мрачных фотографий и желто-зеленого фона;

шрифты – *Georgia* и *Arial*, черные и белые

Задействованные органы чувств                      зрение, слух

### «Беслан»<sup>84</sup> – Газета.Ru

«Газета.Ru» – российское общественно-политическое онлайн-издание, основанное в 1999 году<sup>85</sup>. В 2008 году «Газета.Ru» была названа «самым цитируемым интернет-СМИ (по данным «Яндекса»)»<sup>86</sup>.

В данной мультимедийной истории рассказывается о трагедии 1 сентября 2004 – захвате заложников в бесланской школе №1. Авторы выявляют предпосылки и некоторые последствия этой трагедии, приводят хронику событий, однако в основном материал построен на интервью с прямыми (заложниками) или косвенными (участники организаций) пострадавшими.

Тип мультимедийной истории – лонгрид, или html-статья, поскольку для истории выделена одна страница, и доминирует в нем текст.

Говоря о жанрообразующих признаках мультимедийной истории, можно утверждать, что предметом материала является не только сама трагедия, но люди, которых она так или иначе затронула, поскольку материал преимущественно состоит из интервью с ними. Как и в предыдущем примере, методом, несомненно, является описание людей и их поведения в тяжелых ситуациях, что видно из интервью с пострадавшими. В свою очередь, функция мультимедийной истории – «вызов эмоциональной реакции

---

84 Беслан. Газета.Ru. – URL: <http://www.gazeta.ru/social/beslan/>

85 10 лет «Газете.Ru». Газета.Ru. – URL: [http://10.gazeta.ru/history/3235566\\_.shtml](http://10.gazeta.ru/history/3235566_.shtml)

86 Там же.



читателей»<sup>87</sup>. Следовательно, жанр материала относится к эмоциональной журналистике.

Если говорить о непосредственном жанре, то в данном материале можно говорить о смеси личностного интервью, обрамленным очерковыми заметками. Основу материала составляют именно интервью, раскрывающие воспоминания и мысли героев о произошедшем кошмаре. Однако интервью обрамлены и разделены очерком, в том числе – очерком с использованием репортажного метода.

Композицию данного материала можно назвать хроникальной, поскольку хронология повествования не инвертирована. Однако стоит вновь обратить внимание на то, что личностные интервью в основе материала оказываются обрамлены очерковым повествованием в начале и конце мультимедийной истории, а также разделены им в середине. Также следует отметить наличие в материале хроники событий.

В данной мультимедийной истории используются следующие мультимедийные элементы:

1. статичная иллюстрация (11);
2. видеоиллюстрация (5);
3. статичная инфографика: схема (2).

Таким образом, всего в материале использовано 18 мультимедийных элементов, подавляющее большинство из которых – статичные иллюстрации. Однако основу данного лонгрида составляют не мультимедиа, а текст, объем которого – 111 276 знаков. Это, вероятно, связано с необходимостью рассказать истории людей, а не достичь «эффекта присутствия» с помощью различных мультимедийных средств. Мультимедийные элементы

---

<sup>87</sup> Колесниченко А. В. Практическая журналистика. Учебное пособие. – С. 6.

расположены последовательно и служат больше украшением, чем дополнением материала.

Дизайн мультимедийной истории очень лаконичен и минималистичен. Она выполнена в черно-белой гамме, уместной для описания такой страшной трагедии. Цветными в материале являются только фотографии и видеозаписи. Шрифтовое оформление очень разнится в зависимости от типа текста, однако выполнено в едином стиле. Так, шрифт заголовка материала – белый на черном фоне *Corsica Rambler LX* 30px. В остальных же случаях используется шрифт *PT Serif Caption*: для очерковых вставок – черный (20px); для подзаголовка интервью – белый (30px), для его лида – темно-серый (20px), а сам для текста интервью – светло-серый (12px). Цитаты же оформлены при помощи темно-серого шрифта *PT Sans* 24px и выделены курсивом.

В мультимедийной истории задействуется преимущественно зрение (текст, статичные иллюстрации, видеоматериалы), так как отсутствуют какие-либо аудиоматериалы. Однако слух также используется – благодаря видеоматериалам, но не столь масштабно, поскольку текст видеозаписей продублирован записями интервью.

### **Анализ мультимедийной истории «Беслан»**

<b>Черты мультимедийной истории</b>	<b>«Беслан»</b>
Тип мультимедийной истории	лонгрид (html-статья)
Жанр мультимедийной истории	личностное интервью; очерк
Мультимедийные элементы и их статичная иллюстрация	(11);

количество	видеоиллюстрация (5); статичная инфографика (2); схема (2).
Суммарное количество мультимедийных элементов	18
Объем текста	111 276 знаков
Оформление материала	единый стиль – черно-белое оформление и цветные фото- и видеоматериалы; шрифты – <i>Corsica Rambler LX, PT Sans Caption, PT Serif Caption</i> и <i>PT Sans</i> , черные, белые и серые
Задействованные органы чувств	зрение, слух

**«Сталин. Проводы: Как хоронили вождя и почему он до сих пор не «похоронен»»<sup>88</sup> – «Московские новости»**

«Московские новости» – ежедневная российская общественно-политическая газета. Данное СМИ создает серьезные аналитические материалы, а также тексты о жизни города<sup>89</sup>.

Тема и идея данной мультимедийной истории видны из ее заголовка. Итак, в материале рассказывается не только про непосредственные похороны Сталина (с воспоминаниями очевидцев), но и про то, почему в идеологическом плане он до сих пор не «похоронен» и период его правления и сейчас является предметом споров.

---

<sup>88</sup> Сталин. Проводы: Как хоронили вождя и почему он до сих пор не похоронен. Московские новости. – URL: <http://www.mn.ru/files/stalin/index.html>

<sup>89</sup> Газета The Moscow News ("Московские новости"). РИА Новости. Справка. – URL: <http://ria.ru/spravka/20100314/213774243.html>

Тип данной мультимедийной истории – также лонгрид (html-статья). Такой формат является наиболее приемлемым для тех материалов, основная информация в которых передана в виде текста.

Следует отметить многожанровость данной мультимедийной истории. Несмотря на явные признаки жанра эмоциональной журналистики (предмет – человек за событием: как непосредственно Сталин, так и очевидцы, посетившие его похороны; метод – описание людей в тяжелых ситуациях: происшествия с очевидцами; функция – вызов эмоционального отклика), здесь имеются также и черты аналитического материала (экспертные интервью с историками, анализ отношения к Сталину раньше и сейчас). Поэтому, по мнению автора, общим жанром этого материала мог бы стать проблемный очерк, который может включать в себя так же и черты аналитики. Также здесь присутствуют личные и экспертные интервью, однако в качестве дополнения.

Если говорить о структуре, то композиционно материал разделен на две части – похороны Сталина и воспоминания о них (а также хроника похорон) и анализ причин и последствий культа его личности. Для раскрытия темы используются текст и такие мультимедийные элементы, как:

1. статичная иллюстрация (19);
2. анимированная иллюстрация (7);
3. видеоиллюстрация (3);
4. простая динамичная инфографика: схема (1);
5. статичная инфографика: график (1).

Таким образом, среди 31 мультимедийных элементов наиболее используемыми оказались статичные и анимированные иллюстрации, однако и видеоиллюстрации достаточно эмоциональные для того, чтобы внести свою

лепту в повествование. Тем не менее, основа данного лонгрида – текст, объем которого достигает 91 117 знаков. Мультимедийные элементы расположены последовательно, по мере развития повествования, иллюстрируя его.

Данная мультимедийная история уже не такая минималистичная, как предыдущая (присутствуют анимированные изображения, порой даже немного излишне быстро меняющиеся), однако она создана на основе той же монохромной гаммы. В этом материале много текстовых выделений: курсива, жирного шрифта, а также заметно многообразие размеров шрифтов, хотя сам шрифт остается неизменным – *PT Serif Caption*, как и его цвета – черный или белый, в зависимости от цвета контрастного фона. Так, заголовок представлен в виде черного шрифта на фоне серой анимации (48px), а подзаголовки – (18px); названия глав – белый или черный шрифт (14px); основной текст – белый или черный шрифт (18px); лиды – белый или черный шрифт (32px); подписи к воспоминаниям – белый или черный шрифт (20px); статистические данные – шрифт 60px, 24px или 14px с подчеркиванием или курсивом и т.д.

В данной мультимедийной истории также задействовано преимущественно зрение (текст, статичные изображения, анимированные изображения и т.д.). Слух также задействован (видеоиллюстрации), но в меньшей степени.

### **Анализ мультимедийной истории «Сталин. Проводы: Как хоронили вождя и почему он до сих пор не “похоронен”»**

**Черты мультимедийной истории «Сталин. Проводы: Как хоронили вождя и почему он до сих пор не “похоронен”»**

Тип мультимедийной истории	лонгрид (html-статья)
Жанр мультимедийной истории	очерк; личностное интервью
Мультимедийные элементы и их количество	статичная иллюстрация (19); анимированная иллюстрация (7); видеоиллюстрация (3); простая динамичная инфографика (1); схема (1); статичная инфографика (1); график (1).
Суммарное количество мультимедийных элементов	31
Объем текста	91 117 знаков
Оформление материала	единый стиль – черно-белое оформление; шрифт – <i>PT Serif Caption</i> , черный и белый
Задействованные органы чувств	зрение, слух

## Заключение

В данной дипломной работе были исследованы мультимедийные истории в своем многообразии жанров. Целью анализа являлось изучение «жанровое разнообразие мультимедийных историй и связь жанра с

особенностями наполнения мультимедийными и немультимедийными элементами» (см. Введение). Данная цель была выполнена в ходе практической работы, с учетом выведенных во Введении задач – так, материалы были изучены, проанализированы по специальному плану, автором были определены их жанры, а также выявлены закономерности. Результаты исследования представлены ниже, а также в сводной таблице и диаграммах в Приложении.

В ходе исследования гипотеза, выдвигаемая автором, подтвердилась. Она звучала следующим образом: «Жанр мультимедийной истории влияет на количество и вид мультимедийных элементов, составляющих ее». Подробные **выводы** представлены в анализе положений, выдвигаемых на защиту.

В первом положении утверждалось, что «в мультимедийных историях жанров эмоциональной журналистики используется больше мультимедийных элементов, чем в мультимедийных историях жанров рациональной журналистики». Действительно, в мультимедийных историях жанров эмоциональной журналистики в среднем используется ~33,17 мультимедийных элемента (минимум – 17, максимум – 64), а в мультимедийных историях жанров рациональной журналистики в среднем ~17,83 (минимум – 7, максимум – 25). Это связано с тем, что материалы эмоциональной журналистики обычно украшаются куда более тщательно, чем рациональной, поскольку их цель – не только донести информацию, но и поразить воображение читателя ее представлением в тех или иных формах, а также вызвать у него определенные чувства, на что в меньшей степени способен обычный текст.

Во втором положении говорилось о том, что «в мультимедийных историях жанров эмоциональной журналистики чаще задействован слух, чем в мультимедийных историях жанров рациональной журналистики». Действительно, среди исследованных мультимедийных историй 83,33%

материалов жанров эмоциональной журналистики задействуют слух, тогда как среди материалов жанров рациональной журналистики всего 50% используют слух. Это связано не только с использованием «эффекта присутствия», характерным более для эмоциональной, чем для рациональной журналистики, но и с тем, что рациональная журналистика работает с фактами и мнениями, которые необходимо представлять наиболее наглядно для читателя.

В свою очередь, третье положение утверждало, что «в мультимедийных историях жанров эмоциональной журналистики используется больше мультимедийных элементов, направленных на создание «эффекта присутствия» (аудио- и видеоиллюстрации со звуком или без), чем в мультимедийных историях жанров рациональной журналистики». Данное предположение также подтвердилось: в материалах жанров эмоциональной журналистики 83,33% используют аудио- или видеоиллюстрации, тогда как среди материалов жанров рациональной журналистики таких примеров всего 16,67%. Стоит обратить внимание на то, что создание «эффекта присутствия», очевидно, куда важнее для жанров эмоциональной журналистики, чем рациональной.

В ходе исследования также было выявлено отсутствие прямого влияния жанра мультимедийной истории на ее оформление и объем текста. Оформление мультимедийных историй разных жанров обычно либо частично или полностью едино для данного издания (*BBC*, *The New York Times* и т.д.), либо целиком прорабатывается для данного материала, с учетом его тематики и особенностей («Коммерсантъ», «Московские новости» и т.д.). Если же говорить об объеме текста, то хотя по средним показателям и можно вычленить некую зависимость между группой жанров и объемом (материалы жанров эмоциональной журналистики – ~ 50 005,67 знаков; материалы жанров рациональной журналистики – ~ 28 856,17 знаков), но по абсолютным показателям она отсутствует (материалы жанров эмоциональной



журналистики: минимум – 9 311 знаков, максимум – 111 276 знаков; материалы жанров рациональной журналистики: минимум – 13 885 знаков, максимум – 47 641 знака). Таким образом, объем текста зависит от предпочтений выпускающей редакции.

Во время анализа были выделены и наиболее часто используемые мультимедийные элементы для разных групп жанров. Так, для жанров рациональной журналистики такими мультимедийными элементами стали статичная иллюстрация (53,04% от всех мультимедийных элементов группы жанров), статичная инфографика (18,26%) и фотогалерея (10,43%). Это можно объяснить тем, что, как уже было сказано, для рациональной журналистики важно передать информацию и ее интерпретацию в большей степени, чем для эмоциональной, и для этого вполне подходят представленные мультимедийные элементы. Статичные иллюстрации же являются наиболее доступным элементом, поэтому часто используются не только в качестве дополнения материала, но и как фон.

В эмоциональной же журналистике лидерами среди мультимедийных элементов стали статичная иллюстрация (64,18% от всех мультимедийных элементов группы жанров), видеоиллюстрация (14,43%) и фотогалерея (4,48%). Это связано с тем, что видео- и статичные иллюстрации и фотогалереи все в той или иной степени служат «эффекту присутствия» (т.к. в основном статичные иллюстрации в материалах данной группы жанров – это фотографии), который необходим для группы жанров эмоциональной журналистики.

Более наглядные результаты исследования в виде сводной таблицы и диаграмм представлены в Приложении (см. Таблица 2, Диаграммы 1-8).

## **Библиографический список**

## На русском языке

### Монографии, многотомные издания, сборники

1. Амзин А. А. Новостная интернет-журналистика: Учебное пособие для студентов вузов / А. Амзин. – 2-е изд., испр. и доп. М., 2012.
2. Баранова Е. А. Конвергентная журналистика. Теория и практика: учеб. пособие для бакалавриата и магистратуры. М., 2014.
3. Колесниченко А.В. Практическая журналистика. Учебное пособие. М., 2008.
4. Константинов Ф. В. Философская Энциклопедия. В 5-х т. — М.: Советская энциклопедия, 1960—1970. [Электронный ресурс]. URL: [http://dic.academic.ru/dic.nsf/enc\\_philosophy/](http://dic.academic.ru/dic.nsf/enc_philosophy/)
5. Кульчицкая Д. Ю. Репортажные техники в журналистике. М., 2014.
6. Лазутина Г. В., Распопова С. С. Жанры журналистского творчества: Учебное пособие. М., 2011.
7. Интернет-СМИ: Теория и практика: Учеб. пособие для студентов вузов / Под ред. М. М. Лукиной. М., 2010.
8. Лукина М. М., Лосева Н. Г. Контент интернет-СМИ // Медиаконвергенция и мультимедийная журналистика: Материалы к обучающим семинарам / под ред. С. Д. Балмаевой. Екатеринбург, 2010.
9. Маклюэн М. Трансформированная галактика, или Положение человека толпы в индивидуалистическом обществе // Галактика Гутенберга: Становление человека печатающего / Перевод И. О. Тюриной. М., 2005.
10. Поликахин А. В. Гипертекст: сущность, состояние, проблемы, перспективы. М., 1993.

11. Тертычный А. А. Жанры периодической печати: Учебное пособие. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.eartist.narod.ru/text2/01.htm>
12. Шехтер Т. Е. Искусство мультимедиа. Мультимедиа и техника. СПб., 2010.
13. Шлыкова О. В. Феномен мультимедиа. Технологии эпохи электронной культуры: Монография. М., 2003.

#### **Публикации в периодических изданиях**

14. Лазутина Г. В. Жанр и формат в терминологии современной журналистики // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. № 6. С. 14-21. М., 2010.
15. Мельник Г. С. Медиатекст как объект лингвистических исследований // Журналистский ежегодник. №1. СПб, 2012. [Электронный ресурс]. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/mediatekst-kak-obekt-lingvisticheskikh-issledovaniy>
16. Олизько Н. С. Постмодернизм: к проблеме определения понятия // Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия: Лингвистика. № 6 (61). С. 49-52. Челябинск, 2006.
17. Соболева О. В. Понятие и основные характеристики гипертекста // Альманах современной науки и образования. № 12 (55). С. 163-164. Тамбов, 2011.
18. Хелемендик В. С. К вопросу о понятиях «Взаимодействие СМИ» и «Конвергенция СМИ» // Вестник электронных и печатных СМИ. №16. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.ipk.ru/index.php?id=2230>
19. Якуба Я. О. Изучение медиатекста в семиотике: методологические аспекты // Бизнес. Общество. Власть. №14. С. 55-63. М., 2013. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.hse.ru/mag/27364712/2013-14/83292585.html>

## Интернет-ресурсы

20. 10 лет «Газете.Ru». Газета.Ru. URL:  
[http://10.gazeta.ru/history/3235566\\_.shtml](http://10.gazeta.ru/history/3235566_.shtml)
21. Америка закованных небоскребов. Комсомольская правда. URL:  
<http://www.kp.ru/daily/real-usa/?view=desktop>
22. Беслан. Газета.Ru. URL: <http://www.gazeta.ru/social/beslan/>
23. Газета The Moscow News ("Московские новости"). РИА Новости. Справка. – URL: <http://ria.ru/spravka/20100314/213774243.html>
24. Земля отчуждения. Коммерсантъ. URL:  
<http://kommersant.ru/projects/chernobyl>
25. Издательский дом «Коммерсантъ». РИА Новости. Справка. URL:  
<http://ria.ru/spravka/20060831/53355088.html>
26. Издательский дом «Комсомольская правда». Media Guide. URL:  
[http://mediaguide.ru/?p=house&house\\_id=04](http://mediaguide.ru/?p=house&house_id=04)
27. «Комсомольская правда»: история и нынешний день газеты. РИА Новости. URL: <http://ria.ru/spravka/20100524/236957896.html>
28. «Коммерсантъ»: Ежедневная общенациональная деловая газета. Коммерсантъ.ru. URL: <http://kommersant.ru/about/kommersant>
29. Конвергенция. BusinessTimes. [Электронный ресурс]. – URL:  
<http://btimes.ru/dictionary/konvergentsiya>
30. Не место для бизнеса. Forbes. URL:  
[http://www.forbes.ru/sp\\_data/2015/vdnh/index.html](http://www.forbes.ru/sp_data/2015/vdnh/index.html)
31. Сталин. Проводы: Как хоронили вождя и почему он до сих пор не похоронен. Московские новости. URL:  
<http://www.mn.ru/files/stalin/index.html>
32. Тимченко И. С. Теория и практика международной журналистики. План лекционных занятий. URL: <http://jf.spbu.ru/stu/5179/5193-2242.html>

33. Черноморский экстрим. Forbes. URL:  
[http://www.forbes.ru/sp\\_data/abkhazia/index.html](http://www.forbes.ru/sp_data/abkhazia/index.html)
34. Что такое лонгрид? Журнал «Современная библиотека».  
[Электронный ресурс]. URL: [http://sbiblioteka.blogspot.ru/2014/11/blog-post\\_57.html](http://sbiblioteka.blogspot.ru/2014/11/blog-post_57.html)
35. Японцы научили iPhone передавать запахи. Комсомольская правда. –  
URL: <http://www.kp.ru/daily/26075/2981396/>
36. Forbes. Газета.Ru. [Электронный ресурс]. URL:  
<http://www.gazeta.ru/tags/forbes.shtml>

### **На английском языке**

#### **Публикации в периодических изданиях**

37. Dowling D., Voganb T. Can We “Snowfall” This? [Electronic resource].  
URL: <http://dx.doi.org/10.1080/21670811.2014.930250>
38. Rue J. The ‘Snow Fall’ effect and dissecting the multimedia longform narrative. [Electronic resource]. URL:  
<http://multimediasooter.com/wp/2013/04/21/the-snow-fall-effect-and-dissecting-the-multimedia-longform-narrative/>
39. Thurman N., Lupton B. Convergence Calls: Multimedia Storytelling at British News Websites. [Electronic resource]. URL:  
<http://con.sagepub.com/content/14/4/439>

#### **Интернет-ресурсы**

40. Arms wide open. BBC. URL:  
[http://www.bbc.co.uk/news/special/2014/newsspec\\_7141/index.htm](http://www.bbc.co.uk/news/special/2014/newsspec_7141/index.htm)
41. Berkey-Gerard M. Assignment: What is Multimedia Journalism? URL:  
<http://mbgjournalism.wordpress.com/2009/10/08/assignment-what-is-multimedia-journalism/>

42. Gunther, Christine and Otto. BBC. – URL:  
[http://www.bbc.com/news/special/2014/newsspec\\_8703/index.html](http://www.bbc.com/news/special/2014/newsspec_8703/index.html)
43. History of the BBC - 1920s. BBC. URL:  
<http://www.bbc.co.uk/timelines/zxqc4wx>
44. How Ebola Roared Back. The New York Times. URL:  
<http://www.nytimes.com/2014/12/30/health/how-ebola-roared-back.html>
45. Multimedia. Oxford Dictionaries. URL:  
<http://www.oxforddictionaries.com/definition/english/multimedia>
46. New York Times Article Archive. The New York Times. URL:  
<http://www.nytimes.com/ref/membercenter/nytarchive.html>
47. Norway the Slow Way. The New York Times. URL:  
<http://www.nytimes.com/interactive/2014/09/19/travel/reif-larsen-norway.html>
48. Snow Fall: The Avalanche at Tunnel Creek. The New York Times URL:  
<http://www.nytimes.com/projects/2012/snow-fall/?forcedirect=yes#/?part=tunnel-creek>
49. The BBC's programmes and services in the UK and around the world. BBC. URL: <http://www.bbc.co.uk/aboutthebbc/insidethebbc/whatwedo>
50. The Secret Life of Passwords. The New York Times. URL:  
<http://www.nytimes.com/2014/11/19/magazine/the-secret-life-of-passwords.html>
51. The Women of West Point. The New York Times. – URL:  
<http://www.nytimes.com/interactive/2014/09/04/magazine/women-of-west-point.html>

## Приложения

**Таблица 1. Характеристики жанров**

<b>Группа жанров</b>	<b>Предмет</b>	<b>Метод</b>	<b>Функция</b>
Жанры рациональной журналистики	Связь события с другими событиями	Логический анализ	Вписывание события в контекст
Жанры эмоциональной журналистики	Человек событием	за Описание людей в драматических ситуациях	Вызов эмоциональной реакции читателей

Источник: Колесниченко А. В. Практическая журналистика. – С. 6.

**Таблица 2. Соотнесение групп жанров и характеристик мультимедийных историй**

<b>Характеристики мультимедийных историй</b>	<b>Мультимедийные истории рациональной журналистики</b>	<b>Мультимедийные истории эмоциональной журналистики</b>
<b>Количество мультимедийных историй</b>	~17,83	~33,17

**элементов в среднем  
(кол-во  
мультимедийных  
элементов)**

<b>Количество мультимедийных элементов по абсолютным показателям (кол-во мультимедийных элементов)</b>	минимум: 7,  максимум: 25	минимум: 17,  максимум: 64
--	---------------------------------	----------------------------------

<b>Наиболее используемые мультимедийные элементы* (тип мультимедийного элемента; %)</b>	<b>часто</b>   <b>(тип</b>	статичная иллюстрация 53,04%), инфографика (18,26%), фотогалерея (10,43%)	статичная иллюстрация (64,18%), видеоиллюстрация фотогалерея (14,43%), (4,48%)
---	-------------------------------------	--	---

<b>Количество материалов задействованным слухом (%)</b>	50%	83,33%
---	-----	--------

<b>Количество материалов с аудио- и видеиллюстрациями со звуком или без (%)</b>	16,67%	83,33%
---	--------	--------

<b>Объем текста в</b>	28 656,17	50 005,67
-------------------------------	-----------	-----------





**Диаграмма 6. Объем текста в материалах разных групп жанров по абсолютным показателям**

**Диаграмма 7. Частота использования мультимедийных элементов в материалах жанров рациональной журналистики (от общего количества мультимедийных элементов в группе жанров)**

**Диаграмма 8. Частота использования мультимедийных элементов в материалах жанров эмоциональной журналистики (от общего количества мультимедийных элементов в группе жанров)**