

Секция «Журналистика»

Развитие идеи мультимедийности в культуре и журналистике

Кульчицкая Диана Юрьевна

Аспирант

Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, журналистики,

Москва, Россия

E-mail: diana_ku@mail.ru

Введение

Развитие новых технологий в современной журналистике приводит к серьезным трансформациям как в системе СМИ в целом, так и в отдельно взятом журналистском произведении. Процесс конвергенции дал журналистам новые возможности в области создания текста. Сегодня широкое распространение получил мультимедийный контент, производимый с помощью средств, которые дают возможность рассказать о событии, используя информацию, выраженную в разных знаковых системах. Произведение объединяет такие компоненты, как аудио, видео, фотографии, словесный текст.

Означает ли это обстоятельство, что принцип мультимедийности появился только в конце XX века? Почему мультимедийные продукты настолько популярны? Ответы на эти вопросы позволят найти способы оптимального использования мультимедийных ресурсов, а также обогатить профессиональный опыт журналистики в целом.

Как показывает современная журналистская практика, в традиционных печатных СМИ встречается такая форма подачи материала, как «репортажное письмо». Это понятие не идентично понятию репортажа как жанра. Репортажное письмо, как и репортаж, предполагает использование в тексте «картинок», которые представляют событие глазами журналиста-очевидца [3,4]. Однако этот прием не привязан только к одному жанру, а может использоваться в журналистских текстах разных жанровых моделей.

Можно ли назвать текст, написанный с использованием репортажного письма, предтечей мультимедийного контента? В научной литературе пока нет ответа на этот вопрос, поэтому данная проблема представляет собой интересное поле для исследовательской деятельности. **Объектом** нашего исследования стали журналистские тексты традиционных и конвергентных СМИ. **Предметом** явилась взаимосвязь, существующая между мультимедийными и традиционными журналистскими материалами. Основная **цель** состоит в выявлении того, что роднит репортажное письмо и мультимедиа, и уяснении значения этих родственных черт.

Методы

В ходе работы были рассмотрены журналистские материалы, в которых используется репортажное письмо. Основной метод исследования – традиционный профессиональный анализ. Эмпирической базой послужили публикации еженедельных журналов «Русский Newsweek» и «Русский репортёр», которые были выбраны, потому что на их страницах довольно часто появляются материалы разных жанров с «вкраплениями» репортажного письма. Кроме того, «Newsweek» и «Русский репортёр» представляют две параллельно существующие традиции в современной российской журналистике: отечественную и американскую. Большую роль для исследования сыграл и метод сравнительного анализа, с помощью которого выяснялись черты сходства и различия в печатных и мультимедийных продуктах.

Результаты

В ходе исследования нам удалось установить несколько важных закономерностей.

Одна из них состоит в том, что идея объединения нескольких типов информации существовала в журналистике еще до возникновения компьютерных технологий. Из этого следует, что суть мультимедийных технологий не сводится только к технической стороне. Есть тут и другие составляющие. Неслучайно «старые» формы объединения нескольких типов информации и сейчас бытуют в газетах и журналах, а также в ТВ-передачах. Однако разница между ними и новыми, цифровыми средствами интеграции разных типов информации существенна. Она проявляется в интерактивности, которая возникает при взаимодействии пользователя с мультимедийным продуктом. [5]

Интересно, что в научной среде раздаются утверждения о том, что стремление к объединению нескольких видов информации издавна существовало не только в журналистике, но и в целом в культуре. Некоторые авторы связывают зарождение этого явления с китайской технологией создания силуэтов на фоне натянутого полотна с помощью фэйерверка. Это визуальное выступление проходило под музыкальный аккомпанемент. О той же тенденции говорит история цветомузыки.

Существенно, что технологии мультимедиа могут использоваться не только в развлекательных целях. Дело в том, что мультимедийные продукты направлены на всестороннее воздействие на органы чувств человека. Они способны создавать эффект мультисенсорного «переживания». Мир, в котором мы живем, составлен из разнородной информации (звуков, визуальных образов, тактильных ощущений, запахов, вкусов). Для восприятия этого разнообразного потока людям даны пять органов чувств. Поэтому правомерно говорить, с одной стороны, о таком явлении как «полифония действительности», а с другой стороны, - о такой особенности человека, как многоканальность восприятия им разнообразной информации о действительности. Имплицитно данное обстоятельство давно отражается в научных трудах, однако терминологически оно не закреплено. Попробуем дать определения этим понятиям.

Под термином «**полифония действительности**» мы понимаем *свойство объективного мира одновременно передавать информацию по разным каналам с помощью разных сигналов.*

Многоканальность восприятия можно определить как *способность человека получать информацию об окружающем мире с помощью всех рецепторов (слуховых, зрительных, вкусовых, обонятельных и осязательных), интегрируя ее в целостные представления о тех или иных фрагментах действительности.*

Психологи давно отметили эту особенность человеческого организма. Более того, они установили важную закономерность: «чем больше сигналов (зрительных, слуховых, осязательных и т. д.) поступает извне и чем больше органов чувств вовлечено в прием информации сообщения и обратной связи, тем быстрее и точнее восприятие». [1] Это обстоятельство стали широко использовать в практической деятельности разного рода.

В процессе исследования нам удалось установить, как данная закономерность проявляется в репортажном письме и как - в мультимедийных продуктах.

Репортажное письмо также передает полифонию действительности, но осуществляет это в пределах одной знаковой системы – языка. Это возможно благодаря тому, что оно представляет собой *синтез результатов специальной технологии*

“дотекстовой” журналистской деятельности, в которой главным методом является наблюдение, позволяющее «уловить» разные информационные сигналы, и лексико-синтаксической “оболочки”, т.е. репортажного стиля, ориентированного на то, чтобы эти разные сигналы воспроизвести.. Было установлено, что репортажное письмо позволяет показать процесс “добычи” информации. В тексте, написанном с помощью репортажного письма, всегда видна работа журналиста, что не является обязательным для мультимедийного текста.

[6].

Литература

1. К. К. Платонов, Г. Г. Голубев. Психология. – М.: Высшая школа, 1977. – С.93
2. Солганик Г.Я. Стиль репортажа. – М.: Изд-во МГУ, 1969.
3. Шостак М.И. “Репортёр: профессионализм и этика” – М.: Изд. РИП-холдинг, 2001.
4. Шостак М.И. Журналист и его произведение. – М., 1998.
5. Digital multimedia by Nigel Chapman and Jenny Chapman. Wiley, England, 2009.
6. Лазутина Г.В., Распопова С.С. Жанры журналистского творчества - М.: Аспект Пресс, 2011.