НОВЫЕ МЕДИА

Качанов Денис Геннадьевич, комментатор, редактор телеканала «Матч ТВ», Москва, Россия; e-mail: kachanov_denis_123@mail.ru

НАРРАТИВ В МУЛЬТИМЕДИЙНОЙ ЖУРНАЛИСТИКЕ: АНАЛИЗ РОССИЙСКИХ И ЗАРУБЕЖНЫХ МЕДИАПРОЕКТОВ

В статье представлены результаты анализа нарративной техники в мультимедийных журналистских проектах. Исследование касается использования различных мультимедийных элементов для решения повествовательных задач в журналистике. В работе представлены результаты нарративного анализа и контент-анализ 30 мультимедийных журналистских проектов, опубликованных на сайтах различных СМИ в период с 2014 по 2019 гг. Сочетание количественных и качественных методов позволяет собрать два типа данных и сопоставить результаты их анализа для глубокого понимания изучаемого предмета. В ходе исследования предпринята попытка обнаружения некоторых общих закономерностей функционирования нарративной техники в мультимедийных журналистских проектах. Они рассматриваются с точки зрения функционала таких элементов, как текст, фотография, видео, анимация, иллюстрация, аудио, инфографика, карта, таймлайн, выносная цитата, дизайн и навигация. Наличие и использование данных элементов обусловлено их повествовательным потенциалом, который в данной работе представлен в виде семи нарративных категорий: рассказчик (точка повествования), предмет (тема), сюжет, время, пространство, персонажи (характеристика), конфликт. Использование повествовательной техники в цифровой среде связано с комбинированием различных знаковых систем, мультимедиа дают возможность детального и наглядного повествования. Аудиовизуальные элементы подключают различные каналы восприятия информации и несут смыслы, которые сложно достоверно передать вербальными средствами. В поликодовом повествовании авторы могут более детально и наглядно передать информацию; цифровой сторителлинг воздействует на разные органы чувств и обеспечивает аффективную связь с читателем; аудиовизуальные элементы помогают при создании образов, раскрытии идеи произведения, способствуют эмоциональному вовлечению пользователя. В ходе нарративного анализа выяснилось, что фотографии и видео – важнейший инструмент для описания персонажей и обстановки; карты и таймлайны способствуют нулевой фокусировке автора, визуализируют пространство и время истории; кумулятивный сюжет характерен для формата веб-докьюментари, а хроникальный – для лонгрида. Контент-анализ показал, что текст остается ведущим элементом и в мультимедийных проектах в среднем занимает половину пространства. При этом англоязычные материалы более визуально насыщены, чем русскоязычные, они разнообразнее с точки зрения дизайна и навигации.

Ключевые слова: *мультимедийный проект, мультимедийная журналистика, нарратив, повествование, мультимедиа, нарративный анализ, контент-анализ.*

Denis G. Kachanov, Commentator, Editor at the Match TV channel, Moscow, Russia; e-mail: kachanov_denis_123@mail.ru

NARRATIVE IN MULTIMEDIA JOURNALISM: AN ANALYSIS OF RUSSIAN AND FOREIGN MEDIA PROJECTS

The article presents the results of an analysis of narrative techniques in multimedia journalistic projects. The study concerns the way various multimedia elements serve narrative issues in journalism. It focuses on the results of the narrative analysis and content analysis of 30 multimedia journalistic projects published on the websites of various media outlets during the period from 2014 to 2019. A combination of quantitative and qualitative methods makes it possible to collect two types of data and compare them for a deep understanding of the subject under consideration. The study attempts to identify some general mechanisms of the narrative technique in multimedia journalistic projects. In the article, the author analyzes the presence of such elements as texts, photos, videos, animations, illustrations, audios, infographics, maps, timelines, quotes, design and navigation in multimedia projects and the way they function within the narrative. Seven narrative categories are used to examine the projects: narrator, subject (theme), plot, time, space, characters and conflict. The use of narrative techniques in the digital is related to the combination of different sign systems, the multimedia allows for detailed and visual storytelling. Audio-visual elements affect various perception channels and can transmit some aspects more correctly than verbal means. Authors in digital storytelling can transmit information in more detail and more visibly, it focuses on effective communication. Audio-visual elements help in creating images of the story, revealing the idea of the material and involve user in storytelling Narrative analysis has shown that photos and videos are the most important tools for describing characters and settings; maps and timelines contribute to the author's zero focalization, also they visualize the space and time of the story; a cumulative plot is typical for the web-documentary format, and a chronicle plot for long read. Content analysis has shown that text is the main element and on average occupies half of the space in multimedia projects. At the same time, English-language materials have more visual elements than Russian-language ones, and they are more diverse in terms of design and navigation.

Key words: *multimedia project, multimedia journalism, narrative, narration, multimedia, narrative analysis, content analysis.*

DOI: 10.30547/vestnik.journ.1.2020.79101

Введение

В последней трети XX в. в гуманитарном знании происходит сдвиг. Он связан с выходом нарратологии за границы литературоведения в сторону самостоятельной науки. Именно в это время в работах М. Крейсворта (Kreisworth, 1992) возникает понятие *нарративный поворот*. Нарратив предстает междисциплинарным конструктом, имеющим отношение ко всем гуманитарным наукам. А. Макинтайр (Makintayr, 2000: 291–292) пишет, что «человек в своих действиях, на практике и в своих вымыслах представляет животное, которое повествует истории». Отталкиваясь от этих идей, У. Фишер (Fisher, 1984: 347) формулирует нарративную парадигму, в рамках которой любой коммуникационный процесс рассматривается как форма повествования, а люди – как рассказчики историй. Разнообразие форм и стилей нарратива и его многообразная культурная феноменология дает возможность присутствия его структур и элементов в других дискурсах: научном, правовом, историческом, религиозном, политическом. Повествовательные структуры проникают и в медиадискурс.

Развитие повествовательных теорий приводит к представлению о нарративе как о семиотической структуре, которая может быть выражена не только вербально, но и различными визуальными и аудиальными средствами. Сеймур Чатмэн (Chatman, 1990: 115) говорит о существовании нескольких видов нарративных текстов, и не все из них связаны с вербальной презентацией. Со временем это суждение становится актуальным и для медиапространства. Нарративная журналистика – направление, которое существует в практике не один десяток лет и уже получило некоторое теоретическое осмысление (Бозрикова, 2011). Но сегодня можно говорить о существовании мультимедийной нарративной журналистики – степень осмысления этого явления невысока.

Возникновение мультимедийного повествования связано с развитием Интернета как технологической основы существования данной формы коммуникации. В цифровом пространстве меняется само понятие журналистского текста – здесь чаще используют термин *медиатекст*. Под этим словом понимают интегративный многоуровневый знак, объединяющий в коммуникативное целое разные семиотические коды (вербальные, невербальные, медийные) и демонстрирующий принципиальную открытость текста на содержательно-смысловом, композиционно-структурном и знаковом уровнях (Казак, 2012).

Сочетание вербальных и аудиовизуальных средств передачи информации образует креолизованный, или поликодовый, текст. Взаимодействуя друг с другом, вербальный и иконический (изобразительный) тексты обеспечивают целостность и связность произведения, его коммуникативный эффект (Валгина, 2003: 127). Иконический компонент может быть представлен иллюстрациями, схемами, таблицами, символами, формулами и т. д. Вербальный и изобразительные элементы связаны на разных уровнях – содержательном, композиционном, языковом. При этом приоритетность того или иного типа связи может меняться в зависимости от коммуникативной задачи и функционального назначения текста в целом. Мультимедийные проекты являются креолизованными текстами, где письменное и устное слово, изображение, звук и дизайн обеспечивают целостность и связность произведения, т. е. создают необходимый коммуникативный эффект, максимально воздействуя на адресата сообщения.

В рамках мультимедийной журналистики зарождается новый вид нарратива, который сочетает в себе разные семиотические элементы и позволяет рассказать историю наиболее полно, максимально приближая читателя к описываемым событиям и персонажам. Эта новая нарративная техника отличается от традиционной выходом за рамки одной знаковой системы и возникновением особых смысловых связей между разными элементами повествования (текстом, звуком, фото, видео, инфографикой и т. д.). Трансформация упаковки текстов СМИ приводит к изменению восприятия их содержания (Hernandez, Rue, 2015: 8–30). В новых условиях текст, фотография, видео, аудиозапись, графика при сочетании друг с другом приобретают новые, отличные от изначальных функции, дополняют и расширяют друг друга. В наиболее полном виде различные семантические элементы и их сочетания существуют в мультимедийных проектах.

В медиапространстве нарратив становится коммуникативной техникой, одним из способов передачи информации. Причем новые медиа придают нарративу соответствующие свойства: гипертекстуальность, мультимедийность, интерактивность, что не только создает новые повествовательные возможности, но и предлагает читателю расширенные средства погружения в историю (Berning, 2011a). В рамках новых медиа мы можем говорить о существовании мультимедийного нарратива.

Обзор литературы

В 2012 г. американское издание «Нью-Йорк Таймс» выпустило материал *Snowfall*[1], и в нем присутствовали черты мультимедийного контента: модульность, интерактивность, гипертекстуальность, неиерархичность, комбинация целого ряда знаковых систем для комплексного воздействия на пользователя (Кульчицкая, 2012). Этот проект становится отправной точкой и в теоретическом осмыслении мультимедийного повествования. Так, Дж. Скэнлен (Scanlan, 2015) в работе, посвященной материалу «Нью-Йорк Таймс», пишет, что мультимедийный нарратив использует различные повествовательные формы и модели для того, чтобы рассказать историю комплексным способом через один или несколько цифровых носителей, при этом повествование не обязательно должно быть структурировано линейно. Исследователь добавляет, что синонимами мультимедийного нарратива можно считать конвергентное повествование, цифровой нарратив, цифровой сторителлинг, интерактивный нарратив, мультимодальный нарратив, углубленный сторителлинг, нарратив новых медиа и другие. Все это наименования одного и того же явления, которое связано с цифровой средой и поликодовым текстом. Термины *нарратив новых медиа (new media narrative)* и *новый нарратив (new narrative)* придают фундаментальности мультимедийному повествованию, описывая его как способ коммуникации, характерный для сетевого медиапространства.

Смысл в мультимедийном нарративе может зависеть от комбинации различных элементов, а может быть независим в каждой отдельной форме. Видео, например, может сопровождать, дополнять, углублять рассказываемое в тексте, а может существовать как полноценное самостоятельное мини-произведение внутри мультимедийного проекта. Как отмечает Е. В. Прасолова (2015), «нарративность мультимедийной истории определяется ее прочными причинно-следственными связями, пространственно-временными параметрами хронотопа и субъективностью». Ученый считает, что мультимедийная нарративность характерна в том числе и для информационной заметки, так как содержит занимательную историю с конфликтом, сюжетом, системой персонажей.

Нарративная теория функционирует на разных лингвистических уровнях: на семантическом в области сюжета или истории, на синтаксическом в сфере дискурса, на прагматическом в изучении способов рассказывания историй и роли человека в них. Как от-

мечает Мари-Лаура Райан (Ryan, 2004), цифровые технологии и новые медиа – как их следствие – влияют на каждую точку соприкосновения нарративной теории и языкознания. На прагматическом уровне возникают новые методы пользовательского участия в повествовании и возможности изменения историй в реальном времени; на дискурсивном – новые способы презентации истории; на семантическом – поиск оптимального сочетания между средством сообщения, формой и содержанием нарратива.

Ричард Кочи Эрнандес и Джереми Ру (Hernandez, Rue, 2015) предлагают треугольную модель мультимедийного нарратива. Она базируется на интерактивности, то есть зависит от степени взаимодействия пользователя и нарратива. По их представлениям, непрерывные истории *(continuous)* характеризуются линейным повествованием; комплексные *(comprehensive)* разбиты на разделы с уникальными сегментами истории, а пользователь свободно перемещается по ней, выбирая тот или иной сегмент; иммерсивные *(immersive)* создают полноэкранную среду, которую исследует пользователь, за счет этого и разворачивается повествование. При этом все эти виды на практике пересекаются и образуют комбинации, что дает большое количество уникальных мультимедийных историй той или иной степени интерактивности. К. Картвейт (Kartveit, 2016) немного трансформирует эту схему, добавляя в нее, помимо пользовательского, еще и авторское начало. Таким образом, изменяются углы треугольника и выделяются: встроенные линейные истории (последовательно интегрированное повествование), отдельные структурированные истории (тематические сегменты с самостоятельными нарративными структурами и набором медийных средств), эргодические структурированные истории (случайные, в высокой степени интерактивные, нехронологические).

Другой подход к классификации мультимедийных нарративов предлагает Лизбет Торласиус (Thorlacius, 2009). Она представляет навигационную модель, в которой основным критерием является способ перемещения по проекту, и выделяет четыре вида повествовательных структур в визуальной коммуникации: последовательная *(sequence structure)* – хронологический или логический ряд элементов, выстроенных линейно с минимальными отступлениями; решеточная (сеточная) *(grating structure)* – разделение на равнозначные категории и навигация посредством меню; иерархичная *(hierarchy structure)* – разделение на категории в определенном

порядковом и логическом расположении; гиперсеть *(hypernet structure)* – отражение ассоциативных способов перемещения по уровням как на веб-сайте, так и за его пределами. Торласиус утверждает, что визуальная коммуникация должна помогать раскрывать содержание, относиться к целевой аудитории, отражать отправителя сообщения и обозначать жанр.

Американский исследователь Сьюзан Джейкобсон (Jacobson, Marino, E Gutsche, 2015) считает, что мультимедийная журналистика стала «новой волной» литературной журналистики. Вместе с коллегами она обнаруживает связь с новой журналистикой, объясняя, как принципы, которые были заложены в «гонзо-журналистике» Томаса Вулфа, раскрываются через мультимедийные элементы: текст, фото, видео, аудио, цитаты, статистическую и интерактивную инфографику, карты, анимацию, иллюстрации, слайд-шоу и др.

В работе по исследованию нарративной техники в мультимедийном пространстве финский ученый Туомо Хиппала (Hiippala, 2017) говорит, что интеграция технологий в разворачивающемся повествовании реконструировала традиционные методы нарративной журналистики, поэтому мультимедиа – это не просто визуальная оболочка лонгрида, а «сердце» его нарративной структуры. В мультимедийных проектах он выделяет 9 семиотических элементов: текст, фотография, видео, карта, дизайн, анимация, динамическая иллюстрация, статическая иллюстрация, рисунок-комикс; и 6 типов их демонстрации: кнопка-гиперссылка, плавное растворение (микшер), скроллинг, наезд (паралакс-скроллинг), зумирование, статика (начало и конец текста). Сочетание элементов и их презентации и создают повествовательную структуру.

Описание мультимедийных элементов во взаимосвязи и их анализ с точки зрения нарративного подхода – это то, что остается вне фокуса при изучении мультимедийной журналистики. Эти особенности мультимедийных нарративных произведений в последние годы активно изучаются англоязычными учеными, в среде российских медиаисследователей многие вопросы мультимедийного повествования в журналистике остаются открытыми.

Примером изучения функционирования нарративной техники в традиционной вербальной журналистике является исследование Норы Бернинг *Narrative Means to Journalistic Ends: A Narratological Analysis of Selected Journalistic Reportages* (Berning, 2011). Данная ра-

бота представляет собой нарративный анализ 25 журналистских репортажей. Бернинг систематизирует структурные элементы повествования, объединяя идеи теоретиков нарратологии Женетта, Яна, Штанцеля, Чатмена, Пфистера и др. При этом она проводит четкую границу между нарративами в литературоведении и журналистике, отмечая существование особых маркеров, которые указывают на фиктивный, вымышленный характер мира художественных произведений. В нарративном анализе она выделяет пять категорий (голос, настроение, временной порядок, нарративное пространство, характеристика) и, отталкиваясь от этого, приходит к ряду результатов, например: «Определенные нарративные категории не только доминируют в том или ином материале, но и являются конструирующими для некоторых репортажей».

Методология

В рамках данной работы нам необходимо понять, как преобразуются повествовательные структуры в поликодовом пространстве медиатекста и какие нарративные возможности дают мультимедийные элементы в журналистском материале. Нас интересует именно журналистика, а не все примеры мультимедийной коммуникации. Кроме того, мы рассматриваем не все направления мультимедийной журналистики, а только те, в которых максимально полно проявлено нарративное начало. Большая часть таких материалов представлена в форме линейного мультимедийного лонгрида. При этом существуют и другие мультимедийные форматы, в которых есть нарративные элементы: веб-докьюментари с разветвленным повествованием, интерактивный сторителлинг с увеличенной ролью реципиента в развитии истории и пр. Ввиду разнообразия внутри данного формата, для его обозначения мы используем понятие *мультимедийный проект*, или *мультимедийная история*.

Для изучения мультимедийных материалов применялся анализ, предполагающий рассмотрение идейно-тематических и структурно-композиционных особенностей произведения, в числе которых выразительные средства различных знаковых систем: вербальной, визуальной, звуковой. Ключевые методы в исследовании функционирования нарративной техники в мультимедийной журналистике – нарративный анализ и контент-анализ.

Нарративный анализ – интерпретация сочетания элементов мультимедийных проектов в журналистике, описание повествовательных характеристик конкретных материалов и объяснение роли мультимедийных элементов в них. Каждый журналистский материал рассматривается с точки зрения наличия и функционирования 7 нарративных категорий и принадлежности того или иного проекта к подкатегориям. В данном исследовании мы выделяем следующие категории нарративного анализа: рассказчик/автор (нулевая, внутренняя, внешняя фокусировка), предмет/тема (событие, проблемная ситуация, личность, система, место), сюжет (хроникальный, концентрический, кумулятивный), время (хронологический, нехронологический порядок), пространство (фреймовое, тематическое), персонажи (авторская, фигуральная, опосредованная характеристика), конфликт (внутренний, герой-герой, герой-общество, герой-обстоятельства, конфликт систем). Мы рассматриваем эти элементы через призму цифрового повествования и определяем, как они выражаются с помощью мультимедийных элементов.

Контент-анализ – выявление закономерностей через подсчет присутствующих элементов в мультимедийных проектах. Единицами анализа являются следующие семиотические элементы: текст, фотографии, видео, иллюстрации, анимации, аудио, инфографика, карты, таймлайны, выносные цитаты. При подсчете каждый из этих элементов учитывался отдельно, исключение – вербальная составляющая, которая была обозначена через текстовые блоки, за единицу измерения которых принят абзац. Также в качестве важных мультимедийных элементов мы выделяем дизайн и навигацию, но не учитываем их при контент-анализе, потому что они не поддаются подсчету, при этом обращаем на них внимание при нарративном анализе.

Нам представляется целесообразным сочетание количественных и качественных методов, так как оно позволяет собрать два типа данных и сопоставить результаты их анализа для глубокого понимания изучаемого предмета. Но необходимо отметить, что приоритет отдан качественному анализу, что связано с уникальностью каждого мультимедийного проекта. При этом в ходе исследования мы предпринимаем попытку обнаружить и некоторые общие закономерности функционирования нарративной техники в мультимедийных журналистских проектах.

Эмпирическую базу составили 30 мультимедийных проектов, опубликованных в период с 2014 по 2019 г. Из исследуемых материалов 15 взяты из российских СМИ, 15 из англоязычных – такой отбор нам видится уместным ввиду разности в медийном подходе, культурном и языковом коде. Рассмотрение примеров из разных языковых сред позволит взглянуть на вопрос существования нарратива в мультимедийных проектах несколько шире и понять, насколько высоко влияние вербальной составляющей в мультимедийных произведениях, связано ли оно с различными языковыми пространствами.

Мультимедийный журналистский проект – продукт уникальный и в определенной степени самостоятельный, зачастую не связанный содержательно и стилистически с тем СМИ, которое его выпускает. Поэтому нам представляется уместным рассмотрение каждого такого материала отдельно. Отбор же проектов был обусловлен тремя критериями: наличие повествовательной (нарративной) техники, соответствие журналистским принципам выбора темы и методам ее реализации (материалы не относились к рекламе или *PR*, а представляли собой именно журналистское произведение), признание материалов журналистским сообществом как качественных (победы и номинации в премиях, участие в фестивалях и т. д.).

Результаты анализа

После анализа 30 мультимедийных журналистских проектов можно сделать некоторые выводы о существовании нарративной техники в данном формате. Для этого рассмотрим каждую нарративную категорию через частоту проявления ее разновидностей в материалах выборки и способах проявления в поликодовой сфере.

Большая часть исследуемых проектов имеет нулевую фокусировку (17 проектов из 30). Рассказчик располагается над миром повествования, знает все о его персонажах, свободно перемещается в пространстве и времени для реализации нарративных задач. Такая точка повествования особенно характерна для материалов, в которых ключевым элементом являются карты («Когда пришел Наполеон», *The Four days in 1968...*), для реализации такого типа рассказчика используются и таймлайны, которые дают полное представление о последовательности событий («Тридцать лет без права строить»).

Таблица 1

Позиция рассказчика (тип фокусировки) в мультимедийных проектах	Кол-во
Нулевая	17
Внутренняя	6
Внешняя	7

В большинстве проектов рассказчик является наблюдателем, а не участником, чему способствуют фотографии и видео («Зона отчуждения», *Inside the battle of Marawi*). В некоторых мультимедийных проектах часть функций рассказчика переходит пользователю (читателю-зрителю), это связано в первую очередь с ответвлениями в сюжете и доступом к дополнительным линиям, для чего используется возможности навигации *(The Waypoint, The last generation)*.

Приблизительно равное количество проектов из выборки в качестве предмета повествования рассматривают проблемную ситуацию (9 проектов), событие (8 проектов) и место (8 проектов). Первые два предмета обусловлены журналистским началом и ориентацией на актуальные, общественно значимые стороны действительности. Это в большей степени характерно для англоязычных мультимедийных проектов, которые через фотографии, видео и инфографику рассказывают об актуальном событии или проблеме *(Lucky 13, Fleeing Boko Haram, Unbroken)*.

Таблица 2

Предмет (тема) в мультимедийных проектах	Кол-во
Событие	8
Проблемная ситуация	9
Личность	3
Система	2
Место	8

Из 15 анализируемых русскоязычных проектов к тем, что связаны с актуальной повесткой, можно с определенной долей условности отнести три материала. Возможно, такая ситуация связана с технологическими возможностями российских медиа, скоростью создания мультимедийных проектов, которые ориентированы в первую очередь на вневременное знакомство с рассказываемыми в них

историями. Место – наиболее подходящий для визуализации предмет повествования. Его раскрытию помогают фотографии («Коса и камень»), видео *(Return to Mosul)*, карты *(A Voyage to Antarctica)*.

11 проектов имеют хроникальный сюжет, 13 – концентрический, 6 – кумулятивный. Последний особенно характерен для формата веб-докьюментари, в котором реализуется разветвленное повествование, – проект представляет собой совокупность историй, связанных общей темой («Кремлевские звезды», «жилибыли»).

Таблица 3

Тип сюжета в мультимедийных проектах	**Кол-во**
Хроникальный	11
Концентрический	13
Кумулятивный	6

Хроникальные сюжеты, в которых физическое время играет важную роль, по форме соответствуют лонгриду с линейным повествованием (*Unbroken*, «Невольник чести»). При этом некоторые из них имеют не вертикальную навигацию, а горизонтальную, что добавляет хроникальному сюжету направление движения: не вниз, а вперед или в сторону *(How the Rohingya Escaped)*. Концентрические сюжеты, как правило, связаны с раскрытием системы, проблемой ситуации или места. Они используются при рассмотрении предмета повествования с разных сторон, при комплексном его изучении, поэтому такие проекты часто используют инфографику, систематизирующую знания («Тунгусский метеорит», «Буран. Разбор полета», *Lucky 13*).

Две трети изучаемых материалов имеют преимущественно хронологический временной порядок, события идут последовательно. В некоторых проектах таймлайн, как основной мультимедийный элемент, визуализирующий время, проходит сквозь все повествование и иногда является элементом навигации *(20 years 20 titles, Finding home...)*. Из 10 проектов с нехронологическим порядком 9 имеют концентрические или кумулятивные сюжеты.

Таблица 4

Временной порядок в муллтимедийных проектах	**Кол-во**
Хронологический	20
Нехронологический	10

В большинстве материалов (22 проекта) пространство играет важную роль, оно влияет на поведение персонажей и становится одним из объектов повествования. Динамические и статические карты систематизируют пространство («Когда пришел Наполеон», «Крымско-татарское эго»), а фотографии и видео, особенно интерактивные в формате 360 градусов, погружают в пространство, создавая эффект присутствия («Коса и камень», *After the storm*).

Таблица 5

Пространство в мультимедийных проектах	**Кол-во**
Фреймовое	8
Тематическое	22

Фотографии и видео становятся важнейшим инструментом для описания персонажей, через них более точно и документально, чем через текст, передается информация о лицах, фигуре, движении, голосе, мимике, одежде героев. В некоторых ситуациях через фотографию автор представляет действующих лиц, и фотоизображение человека становится центральным элементом нарратива (*Fleeing Boko Haram*..., «Наши люди»). В других ситуациях рисованные иллюстрации и анимации переводят документальное в художественное (*Branded and beaten*, «жилибыли»); как правило, это имеет метафорический смысл и одновременно помогает избежать трудности в изображении незащищенных социальных групп или людей, не желающих показывать свои лица, при этом визуальная связь с героями сохраняется.

Таблица 6

Характеристика персонажей в мультимедийных проектах	**Кол-во**
Авторская	14
Фигуральная	8
Опосредованная	8

В мультимедийных проектах из нашей выборки чаще встречаются авторские характеристики персонажей (14 проектов). Как правило, они носят вербальный характер. Реже остальных используют опосредованные характеристики героев (7 проектов, из них 5 англоязычные). В таком случае часто используются фотографии

без подписей или «немые» видео – без комментариев и закадрового голоса, только с интершумом (*Inside the buttle of Marawi*, «Кремлевские звезды»). Эти элементы помогают автору отстраниться от оценок героев и их поведения, при этом передать информацию о них и дать возможность читателю-зрителю самому сформулировать отношение к персонажам.

Таблица 7

Тип конфликта в мультимедийных проектах	**Кол-во**
Внутренний	4
Герой - герой	1
Герой - общество	5
Герой - обстоятельства	12
Конфликт систем	8

Самым распространенным типом конфликта в нашей выборке является противостояние героя и обстоятельств (12 проектов), чуть меньше материалов с конфликтом систем (8 проектов). Это связано с социальной направленностью мультимедийных проектов. На раскрытие этих противоречий работает вся совокупность мультимедийных элементов. Только в одном проекте был определен конфликт герой-герой («Когда пришел Наполеон»), что можно объяснить концентрацией на социальных отношениях в большей части материалов из выборки. Это же касается и внутреннего конфликта (4 проекта), который часто реализуется через монологи персонажей, в том числе и через видео (*After the storm*, «Людикудамы»).

Сравнивая проекты российских и англоязычных медиа, можно заметить текстоцентричность российских мультимедийных нарративов. В большинстве исследуемых русскоязычных материалов текст является основой повествования, а остальные элементы становятся эмоционально-визуальной надстройкой, создающей атмосферу, погружающей в повествование. В англоязычных проектах диапазон нарративного использования мультимедийных элементов шире. В 8 проектах из 15 текст является второстепенным элементом, который помогает в детализации каких-то моментов, а историю рассказывают фотографии, видео, иллюстрации, карты, таймлайны. Англоязычные мультимедийные нарративы весьма изобретательны в плане верстки, дизайна и навигации, что делает их более интерактивными в сравнении с российскими аналогами.

Таблица 8

Среднее количество мультимедийных элементов в русскоязычных и англоязычных проектах

Элемент	Русскоязычные проекты	Англоязычные проекты	Все проекты
Текст	81,9	63	72,5
Фотографии	39,9	24,46	32,18
Видео	3,26	14,2	8,73
Анимации	2,6	0,7	1,65
Иллюстрации	13,1	5,1	9,1
Аудио	3,1	5,3	4,2
Инфографика	3,5	1,5	2,5
Карты	2,3	3	2,65
Таймлайн	0,3	0,7	0,5
Выносные цитаты	12,9	8,6	10,75
Всего	**162,9**	**126,5**	**144,7**

Ориентация российских материалов на текст заметна после сравнительного контент-анализа проектов из разных языковых сред. Из нашей выборки в 15 русскоязычных проектах в среднем используется 81,9 текстового блока, в англоязычных – 63 таких единицы. Другой преимущественно вербальный элемент – выносные цитаты – также чаще встречается в российских мультимедийных материалах: 12,9 единиц на проект против 8,6 в англоязычных.

Но самый большой контраст связан с видео. Российские медиа в случае мультимедийных нарративов в среднем используют 3,26 видеофрагмента, а англоязычные – 14,2. В 4 проектах англоязычных СМИ видео является основным повествовательным элементом. Из 15 исследуемых материалов, только в двух не обнаружены видео (в российских – 5 таких случаев), при этом в 8 материалах присутствуют более 10 самостоятельных видеофрагментов (в российских – только в одном более 10 видео). В англоязычных проектах чаще используется и аудио (в среднем 5,3 фрагмента против 3,1 в российских). Такие тенденции можно объяснить стремлением иностранных журналистов, дизайнеров, редакторов использовать все мультимедийные возможности цифровой коммуникации, способствующие подключению различных кана-

лов восприятия информации за счет использования различных семиотических языков. Это также может быть связано с частными случаями: технические возможности редакций и сайта издания, наличие видеоредакторов и т. д.

Что касается статичных изображений, то здесь в частоте использования преимущество у российских медиа: в среднем 39,9 фотографий против 24,46; 13,1 иллюстрация против 5,1. Это может свидетельствовать о сохранении связи с традиционной печатной журналистикой и об ориентации российских медиа преимущественно на читателя, а не на зрителя, обращение к пользователю, который будет «пролистывать» материал, цепляя различные его элементы глазами, а не погружаться в него максимально, подключая все возможные органы чувств. Использование же информационно-графических элементов в российских и англоязычных проектах разнится незначительно. В среднем на русскоязычный проект приходится 3,5 единицы инфографики, на англоязычный – 1,5. В картах и таймлайнах обратное соотношение: 2,3 карты против 3 и 0,7 таймлайнов против 0,3 при преимуществе англоязычных материалов.

Если рассматривать средние показатели во всех 30 проектах выборки, то можно обнаружить, что информационно-графические элементы используются реже остальных: 2,5 единицы инфографики на проект, 2,65 карты, 0,5 таймлайна. Это можно объяснить их синтетической природой (они могут одновременно включать текст, фото, видео, иллюстрации, цитаты), информационной насыщенностью, сложной технологией создания и невысоким нарративным потенциалом в сравнении с другими элементами. Как правило, инфографика, карта или таймлайн подчеркивают некоторые аспекты повествования, являются наглядным примером и только в редких случаях становятся стержневым элементом нарратива. Наличие таймлайна зависит от сюжета, некоторые истории не нуждаются в нем.

Приблизительно на том же уровне частоты использования в мультимедийном повествовании и анимации (в среднем – 1,65). Они находятся на границе видео и иллюстрации, и авторы чаще выбирают именно один из этих элементов: более реалистичное в сравнении с анимацией видео или статичные рисунки, на восприятие и создание которых требуется меньше времени.

Очевидный приоритет текстовых блоков (72,5 единицы на проект) в сравнении с другими элементами не обязательно свидетель-

ствует о том, что вербальная сторона играет ведущую роль в мультимедийных проектах. Это скорее говорит о большем функционале и нарративном потенциале текста, который практически всегда сопровождает другие элементы, поясняя, что они обозначают, что на них изображено, для чего они в этой части истории. При этом фотографии (32,18 на проект) или иллюстрации (9,1 на проект) способны нести смыслы, которые сложно передать вербально; инфографика, карты и таймлайн отнимают больше времени при восприятии, чем текст; видео (8,73 на проект) обладают характеристикой хронометража, возможностями монтажа, что делает сравнение этого элемента с текстом не совсем корректным, поскольку одна единица видео может длиться более 10 минут и рассказывать о большем количестве событий и фактов, в то время как текст из 10 абзацев расскажет только о содержании одной минуты того же видео.

Обсуждение результатов и выводы

Мы рассматривали нарративные категории через призму цифрового повествования и определяли, как они выражаются с помощью мультимедийных элементов. После анализа 30 мультимедийных журналистских проектов можно сделать некоторые выводы о существовании нарративной техники в данном формате:

- аудиовизуальные элементы подключают различные каналы восприятия информации и несут смыслы, которые сложно достоверно передать вербальными средствами описания действительности;
- в мультимедийных журналистских проектах за счет навигационных возможностей часть функций рассказчика переходит пользователю (читателю-зрителю), история становится более интерактивной в сравнении с традиционной журналистикой;
- формат мультимедийного лонгрида, как правило, имеет хронологический временной порядок, а события в нем – последовательную структуру;
- формат веб-докьюментари представляет собой разветвленное повествование и способствует развитию истории с несколькими сюжетными линиями (кумулятивные сюжеты);
- фотографии и видео – наиболее точные и достоверные элементы, передающие характеристики персонажей, обстанов-

ку событий, документальные детали; они помогают автору отстраниться от оценок и использовать опосредованные характеристики;
- таймлайны и карты визуализируют время и пространство, позволяют целостно оценить эти категории;
- аудиовизуальные элементы помогают при создании образов, раскрытии идеи произведения, способствуют эмоциональному вовлечению пользователя.

Мультимедийные проекты помогают «упаковать» знания, информацию, истории в привлекательные форматы. Если мы говорим о мультимедийном нарративе, то здесь вслед за захватом внимания через аудиовизуальный ряд может срабатывать и интерес к развитию истории, ведь в качественном мультимедийном нарративе каждая фотография и каждое видео, каждый элемент дизайна и инфографики связаны друг с другом, связаны с текстом, в этом синтезе они и продвигают историю, выстраивают сюжет.

В мультимедийных журналистских историях смысл постигается одновременно путем эстетического и рационального познания, чувственного и логического восприятия. За счет этого и создается целостное представление о произошедших событиях. Если для других способов коммуникации существует свой специфический язык (изображение, речь, письменность и т. д.), то особенность мультимедиа в сочетании различных языков.

Сегодня мультимедиа – не просто оболочка для журналистского материала, это структура, которая имеет двойную зависимость: с одной стороны, необходима глубокая история; с другой – у нее должен быть потенциал визуализации. Смысл в мультимедийном нарративе может зависеть от комбинации различных элементов, а может быть независим в каждой отдельной форме. В мультимедийном нарративе каждый его элемент в идеале должен не дублировать то, что передает какой-то другой элемент (например, когда видео или фото содержат информацию, детально описанную текстом), а двигать историю: развивать фабулу и/или углублять сюжет, представлять другой ракурс объекта, давать дополнительные детали.

Традиционный вербальный нарратив существует в рамках одной семиотической системы – текстового повествования; и смыслы, которые возникают в процессе знакомства с таким произведением, зависят от читателя, его воображения, психологического состояния. В поликодовом повествовании авторы могут более де-

тально и наглядно передать информацию. Это особенно важно для журналистских материалов, в которых достоверность и фактографичность являются приоритетными ценностями.

Использование повествовательных техник в цифровой среде связано с комбинированием различных знаковых систем на одной платформе. Цифровой сторителлинг воздействует на разные органы чувств и ориентируется на аффективную связь с читателем. Искусство повествования заключается в организации пространства рассказа. Нарративность позволяет при ограниченном количестве информации удерживать внимание адресата. В мультимедиа это свойство реализуется еще эффективнее за счет аудиовизуальной формы.

Примечания

[1] *Snow Fall: The Avalanche at Tunnel Creek*. Режим доступа: http://www.nytimes.com/projects/2012/snow-fall/#/?part=tunnel-creek (дата обращения: 29.01.2020).

Библиография

Бозрикова С. А. Нарративная журналистика как явление // Вестник. Наука и практика, 2011. Режим доступа: http://конференция.com.ua/pages/view/247 (дата обращения: 29.01.2020).

Валгина Н. С. Теория текста: учебник для вузов. М.: Логос, 2003.

Казак М. Ю. Специфика современного медиатекста // Лингвистика речи. Медиастилистика: колл. моногр. Москва: Флинта: Наука, 2012. С. 320–334.

Кульчицкая Д. Ю. Мультимедиа и СМИ // Вопросы теории и практики журналистики. 2012. № 2. С. 100–105.

Макинтайр А. После добродетели: Исследования теории морали / пер. с англ. *В. В. Целищева*. М.: Академический Проект; Екатеринбург: Деловая книга, 2000. С. 285–291.

Прасолова Е. В. К вопросу о нарративности мультимедийной истории как нового жанра интернет-СМИ // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. 2015. № 11 (2). С. 253–256.

Berning N. (2011a) Narrative Journalism in the Age of the Internet: New Ways to Create Authenticity in Online Literary Reportages. *Textpraxis* 3. Available at: http://www.uni-muenster.de/textpraxis/nora-berning-narrative-journalism-in-the-age-of-the-internet (accessed: 29.01.2020).

Berning N. (2011b) *Narrative means to journalistic ends: A narratological analysis of selected journalistic reportages*. DOI: 10.1007/978-3-531-92699-5.

Chatman S. (1990) *Coming to Terms: The Rhetoric of Narrative in Fiction and Film*. Ithaca: Cornell University Press. DOI: 10.1353/mfs.0.0752

Fisher W. R. (1984) Narration as Human Communication Paradigm: The Case of Public Moral Argument. *Communication Monographs* 51: 1–22. DOI: https://doi.org/10.1080/03637758409390180

Hernandez R., Rue J. (2015) *The Principles of Multimedia Journalism: Packaging Digital News*. New York; London: Routledge. Pp. 8–30.

Hiippala T. (2017) The multimodality of digital longform journalism. *Digital Journalism* 5: 420–442. DOI: https://doi.org/10.1080/21670811.2016.1169197

Jacobson S., Marino J., and E Gutsche R. Jr (2015) The Digital Animation of Literary Journalism. *Journalism* 17 (4): 1–20. DOI: https://doi.org/10.1177/1464884914568079

Kartveit K. (2016) *Multimedia Journalism and Narrative Flow*. PhD dis. ... serien for Det Humanistiske Fakultet, Aalborg Universitet. DOI: https://doi.org/10.5278/vbn.phd.hum.00041

Kreisworth M. (1992) Trusting the Tale: the Narrativist Turn in the Human Sciences. *New Literary History* 23 (3): 629–657. DOI: 10.2307/469223

Ryan M. L. (2004) Will New Media Produce New Narratives? In M. L. Ryan (ed.) *Narrative Across Media: the Languages of Storytelling. University of Nebraska Press.* Pp. 337–359.

Scanlan J. (2015) *Navigating the New Narrative: a case study of "Snow Fall"*. A thesis presented to the Faculty of the Graduate School at the University of Missouri–Columbia. Available at: https://mospace.umsystem.edu/xmlui/handle/10355/49748 (accessed: 29.01.2020).

Thorlacius L. (2009) *Visuel kommunikation på websites* [Visual Communication on Websites]. Fredriksberg: Roskilde Universitetsfõrlag. (In Dansk)

Notes

Snow Fall: The Avalanche at Tunnel Creek. Available at: http://www.nytimes.com/projects/2012/snow-fall/#/?part=tunnel-creek (accessed: 29.01.2020).

References

Bozrikova S. A. (2011) Narrativnaya zhurnalistika kak yavlenie. *Vestnik. Nauka i praktika*. Available at: http://konferentsiya.com.ua/pages/view/247 (accessed: 29.01.2020). (In Russian)

Berning N. (2011a) Narrative Journalism in the Age of the Internet: New Ways to Create Authenticity in Online Literary Reportages. *Textpraxis* 3. Available at: http://www.uni-muenster.de/textpraxis/nora-berning-narrative-journalism-in-the-age-of-the-internet (accessed: 29.01.2020).

Berning N. (2011b) *Narrative means to journalistic ends: A narratological analysis of selected journalistic reportages*. DOI: 10.1007/978-3-531-92699-5.

Chatman S. (1990) *Coming to Terms: The Rhetoric of Narrative in Fiction and Film*. Ithaca: Cornell University Press. DOI: 10.1353/mfs.0.0752

Fisher W. R. (1984) Narration as Human Communication Paradigm: The Case of Public Moral Argument. *Communication Monographs* 51: 1–22. DOI: https://doi.org/10.1080/03637758409390180

Hernandez R., Rue J. (2015) *The Principles of Multimedia Journalism: Packaging Digital News*. New York; London: Routledge. Pp. 8–30.

Hiippala T. (2017) The multimodality of digital longform journalism. *Digital Journalism* 5: 420–442. DOI: https://doi.org/10.1080/21670811.2016.1169197

Jacobson S., Marino J., and E Gutsche R. Jr (2015) The Digital Animation of Literary Journalism. *Journalism* 17 (4): 1–20. DOI: https://doi.org/10.1177/1464884914568079

Kartveit K. (2016) *Multimedia Journalism and Narrative Flow*. PhD dis. ... serien for Det Humanistiske Fakultet, Aalborg Universitet. DOI: https://doi.org/10.5278/vbn.phd.hum.00041

Kazak M. Yu. (2012) Spetsifika sovremennogo mediateksta [Specifics of the Modern Media Text]. In *Lingvistika rechi. Mediastilistika: koll. monogr.* [Linguistics of Speech. Media Stylistics: a Collective Monograph]. Moscow. Pp. 320–334. (In Russian)

Kreisworth M. (1992) Trusting the Tale: the Narrativist Turn in the Human Sciences. *New Literary History* 23 (3): 629–657. DOI: 10.2307/469223

Kul'chitskaya D. Yu. (2012) Mul'timedia i SMI [Multimedia and Mass Media]. *Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki* 2: 100–105. (In Russian)

Makintayr A. (2000) *Posle dobrodeteli: issledovaniya teorii morali* [After the Virtue: Studies Into the Moral Theory]. Moscow: Akademicheskiy Proekt Publ.; Ekaterinburg: Delovaya kniga Publ. Pp. 285–291. (In Russian)

Prasolova E. V. (2015) K voprosu o narrativnosti mul'timediynoy istorii kak novogo zhanra internet-SMI [Towards the Narrativeness of Multimedia Stories as a New Genre of Online Media]. *Gumanitarnye, sotsial'no-ekonomicheskie i obshchestvennye nauki* 11 (2): 253–256. (In Russian)

Ryan M. L. (2004) Will New Media Produce New Narratives? In M. L. Ryan (ed.) Narrative Across Media: the Languages of Storytelling. University of Nebraska Press. Pp. 337–359.

Scanlan J. (2015) *Navigating the New Narrative: a case study of "Snow Fall"*. A thesis presented to the Faculty of the Graduate School at the University of Missouri–Columbia. Available at: https://mospace.umsystem.edu/xmlui/handle/10355/49748 (accessed: 29.01.2020).

Thorlacius L. (2009) *Visuel kommunikation på websites* [Visual Communication on Websites]. Fredriksberg: Roskilde Universitetsförlag. (In Dansk)

Приложение

Список анализируемых материалов

№	Название проекта	Место публикации (издание)	Дата публикации	Ссылка
1	Ад Беслана	«Аргументы и факты»	27.08.2014	http://beslan.aif.ru/
2	Буран. Разбор полета	ТАСС	15.11.2018	https://buran.tass.ru/posadka-burana
3	Дефицит в СССР	«Газета.ру»	30.01.2015	https://www.gazeta.ru/infographics/deficit/
4	жилибыли	«Такие дела»	27.03.2017	https://takiedela.ru/homeless/
5	Зона Отчуждения	«КоммерсантЪ»	26.04.2014	https://www.kommersant.ru/projects/chernobyl
6	Италия. История одного падения	ТАСС	25.05.2018	https://italia.tass.ru/
7	Когда пришел Наполеон	ТАСС	23.06.2017	https://1812.tass.ru/
8	Коса и камень	«Такие дела»	24.07.2017	https://takiedela.ru/kamchatka/
9	Кремлевские звезды	«Такие дела»	04.11.2015	https://takiedela.ru/stars/
10	Крымско-татарское эго	КоммерсантЪ»	23.03.2015	https://www.kommersant.ru/projects/crimeantatars
11	Людикудамы	«Такие дела»	06.07.2016	https://takiedela.ru/kudama/
12	Наши люди	«Такие дела»	14.05.2018	http://svetlana.takiedela.ru/
13	Невольник чести	ТАСС	01.02.2017	http://pushkin.tass.ru/
14	Тридцать лет без права строить	«КоммерсантЪ»	15.05.2015	https://www.kommersant.ru/projects/metro1935
15	Тунгусский метеорит	ТАСС	28.06.2018	https://tunguska.tass.ru/
16	20 years 20 titles	SRF (Швейцария)	28.01.2018	https://www.srf.ch/static/srf-data/data/2018/federer/en.html#/en
17	A Voyage to Antarctica	«Al Jazeera» (Катар)	16.05.2017	https://interactive.aljazeera.com/aje/2017/antarctica-voyage/
18	After the storm	PBS (США)	27.04.2015	http://www.pbs.org/independentlens/interactive/after-the-storm/#/dear-future-disaster-survivor

Окончание таблицы

19	Branded and beaten	BBC (Великобритания)	19.07.2019	https://www.bbc.co.uk/news/resources/idt-sh/nigeria_children_witchcraft
20	Finding home...	«Time» (США)	03.03.2018	http://time.com/finding-home/
21	Fleeing Boko Haram...	«The New York Times» (США)	30.03.2017	https://www.nytimes.com/interactive/2017/03/30/world/africa/the-road-to-nowhere-niger.html
22	How the Rohingya Escaped	«The New York Times» (США)	21.12.2017	https://www.nytimes.com/interactive/2017/12/21/world/asia/how-the-rohingya-escaped.html
23	Inside the battle of Marawi	ABS-CBN (Филиппины)	11.08.2018	https://news.abs-cbn.com/inside-marawi
24	Life after death	NPR (США)	20.02.2015	http://apps.npr.org/life-after-death/
25	Lucky 13	«Reuters» (Великобритания)	12.07.2018	http://fingfx.thomsonreuters.com/gfx/rngs/THAILAND-ACCIDENT-CAVE/0100711G258/index.html
26	Return to Mosul	CNN (США)	01.03.2017	http://edition.cnn.com/interactive/2017/03/world/return-to-mosul/
27	The Four Days In 1968 That Reshaped D.C	«The Washington Post» (США)	27.03.2018	https://www.washingtonpost.com/graphics/2018/local/dc-riots-1968/?noredirect=on&utm_term=.2903039fe4ad
28	The last generation	PBS (США)	06.04.2018	http://apps.frontline.org/the-last-generation/
29	The Waypoint	«The Washington Post» (США)	27.01.2016	https://www.washingtonpost.com/graphics/world/lesbos/
30	Unbroken	«Pittsburgh Post Gazette» (США)	05.11.2018	https://newsinteractive.post-gazette.com/pittsburgh-squirrel-hill-synagogue-massacre/

Поступила в редакцию
10.10.19