

---

---

## МУЛЬТИМЕДИЙНАЯ ИСТОРИЯ: ОСОБЕННОСТИ ВОСПРИЯТИЯ МАССОВОЙ АУДИТОРИЕЙ

Е.В. Прасолова

Российский университет дружбы народов  
ул. Миклухо-Маклая, д. 6, Москва, Россия, 117198

Статья посвящена специфике восприятия журналистского жанра мультимедийной истории. Рассмотрев основные особенности взаимодействия этого жанра с массовой аудиторией в связи с реализацией ключевых функций журналистики и журналистского текста, а также актуальными изменениями русского языка в журналистской практике, автор приходит к выводу о том, что эффект воздействия мультимедийной истории существенно усиливается, переводит проблемы восприятия на более глубокий уровень, на котором происходит не просто получение информации о событии, а усвоение по-разному закодированных смыслов сообщения.

**Ключевые слова:** восприятие, мультимедийная история, жанр, массовая аудитория, журналистика

**Введение.** За последние десятилетия язык СМИ во многом стал определять состояние и развитие современного русского языка в целом. Функционирование языка в журналистской практике привлекает внимание многих исследователей, которые посвящают этой проблеме монографии и диссертации: В.Г. Костомаров и М.И. Шостак, Б.А. Козицкая и С.М. Гуревич, С.И. Сметанина и Е.А. Земская и др. Аспекты и специфика журналистской речи оказываются темой многочисленных научных конференций, сборников статей (язык и стиль современных средств массовой информации, медийный и рекламный дискурсы и интернет-коммуникация, эффективность массовых коммуникаций, стилистика медиатекста и пр.).

Особенно актуальной становится проблема изучения языка СМИ в аспекте воздействия различных социальных и внутренних процессов, так как использование языка журналистами действительно демонстрирует большую скорость преобразований и свободу обращения с языковыми средствами. Быстрые и существенные языковые изменения в медиапространстве также связаны и с тем, что для журналиста язык — это основной инструмент его деятельности, которая требует творческого подхода. Поэтому креативная функция языка используется журналистами наиболее активно и многопланово.

Весьма важным условием результативности журналистской деятельности, особенно в ситуации современного развития новых информационных технологий, становится внимание к такому экстралингвистическому фактору, как взаимодействие с аудиторией, особенности ее отношения к журналистскому тексту и реакции на него. СМИ как особый социальный институт, с одной стороны, стремятся воздействовать на аудиторию, а с другой — находятся под воздействием массовой аудитории и должны улавливать любые изменения в социокультурной среде.

**Особенности восприятия текста массовой аудиторией.** По мнению Э.Г. Азимова и А.Н. Шукина, речевая деятельность является «активным, целенаправленным, опосредованным языковой системой и обусловленным ситуацией общения процессом передачи и приема сообщений» [1. С. 290], что, безусловно, актуально и для журналистских текстов. Особую значимость приобретает ситуация создания журналистского текста с учетом его восприятия. Ситуативность существенно влияет на создание публикации, выбор канала и вида смысловой кодировки. В этом смысле медиадискурс приобретает черты поликодowości и мультимедийности, вбирая в себя свойства вербального и невербального дискурсов. При всем многообразии подходов и попыток классифицировать различные дискурсы само понятие имеет несомненную первооснову — это опора на обусловленность текста экстралингвистическими факторами, его событийность, привязка к конкретной ситуации, то есть понимание текста как «речи, погруженной в жизнь» [2. С. 136—137]. Данное требование является ключевым для функционирования журналистских текстов в принципе, так как журналистика освещает именно конкретную жизнь во всех ее многообразных проявлениях. Соответствует этим требованиям и мультимедийная история: публикация «Не место для бизнеса» посвящена модернизации ВВЦ в Москве [12].

Стремление охватить событие со всеми интересными и важными деталями и особенностями всегда заставляет журналиста использовать как вербальные, так и невербальные способы предоставления информации. В интернет-пространстве у журналиста появляется возможность создать полиформатное пространство события в виде мультимедийной истории, структурирующей смыслы в нелинейной и поликомпонентной композиции текста. В таком случае в ситуации реализации журналистской речи наряду с вербальным может быть рассмотрен в качестве речевого акта и невербальный дискурс, который обеспечивает передачу, получение и усвоение массовой информации в соответствии с задачами и намерениями журналиста, с одной стороны, и с учетом потребностей и специфики массовой аудитории — с другой.

В условиях современной диалогизации медиaproстранства речевая деятельность все более преобразуется в речевое взаимодействие коммуникантов, составными компонентами которого становятся речевое воздействие и речевое реагирование. Воздействие журналистского текста, созданного в жанре мультимедийной истории, обусловлено вербальным и невербальным речевым поведением журналиста, направлено на регуляцию поведения речевого партнера, т.е. массовой аудитории. Ее реагирование, в свою очередь, становится по сути мотивированным откликом, который включает в себя речевые поступки аффективно-оценочного характера, основанные на декодировании речевого послания. Оказывая речевое воздействие на аудиторию с определенной целью, получая от него вербальную и невербальную реакции, журналист декодирует заложенные в этой реакции смыслы и прогнозирует возможное дальнейшее речевое поведение и речевое реагирование. Таким образом, в полидискурсном диалоге журналиста и аудитории наблюдается живой и непосредственный процесс приема и обработки информации, который в мультимедийном интернет-пространстве приближается по своим характеристикам к процессу движения мысли, охватывающей одно-

временно все рационально-эмоциональное многообразие ситуации в каждый конкретный момент коммуникации. Такова, например, публикация «Стыд гражданской войны», посвященная современным событиям на Украине [13].

В ситуации осмысления аудиторией события, рассказанного журналистом в мультимедийной истории, читатель становится активным интерпретатором текста, который воспринимает текстовые смыслы комплексно через различные органы восприятия: зрительно и на слух, разумом и через чувство. Таким образом, активизируются не только мыслительные способности читателя, но и весь его предшествующий опыт, как рациональный, так и чувственный, эстетический, т.е. расширяется понятие интертекстуальности. Действительно, в мультимедийной истории содержательно-фактуальная информация представляет собой лишь поверхностный смысл, отражающий прагматический уровень текста, в то время как его содержательно-концептуальная составляющая заключена в глубинном восприятии подтекста и его эмоционально-оценочном воздействии на читателя. Так, мультимедийная история активизирует двусторонний характер коммуникации, в которой одинаково существенна и авторская, и читательская установка на диалогическое взаимодействие (например, публикация «Готов к труду и обороне?» [14]).

По мнению Б.М. Гаспарова, «всякий акт употребления языка — будь то произведение высокой ценности или мимолетная реплика в разговоре — представляет собой частицу непрерывно движущегося потока человеческого опыта. В этом своем качестве он вбирает в себя и отражает в себе уникальное стечение обстоятельств, при которых и для которых он был создан» [5. С. 10]. Для журналистского текста в целом и для мультимедийной истории в частности особенно существенными в данном аспекте являются такие обстоятельства, сопровождающие процесс массовой коммуникации и влияющие на него как идеологический фон, коммуникативная ситуация и стилистика жанра, в котором журналист общается с аудиторией, установки и цели журналиста и аудитории, картина мира, имеющаяся в представлении участников коммуникации и влияющая на ассоциативные возможности, а также фоновые знания, необходимые для успешного общения (например, публикация «Россиян не удивили теракты в Париже» [15]).

Весьма важной категорией при рассмотрении особенностей мультимедийной истории является восприятие, что трактуется в Энциклопедии эпистемологии и философии науки как форма чувственного познания, субъективно представляющаяся непосредственной и относящаяся к предметам (физическим вещам, живым существам, людям) и к объективным ситуациям (к взаимоотношениям предметов, движениям, событиям) [11]. Высказанная еще античными философами идея о неразрывном единстве чувственной и рациональной форм познания [3] становится актуальной для нового журналистского жанра, так как в нем экспрессивные и информационные компоненты сходятся так близко, что их уже невозможно воспринимать отдельно. В мультимедийной истории гораздо острее становятся ощущения как «непосредственный опыт», видоизменение которого под воздействием суждений, по мнению Дж. Локка, и есть восприятие [10].

При осмыслении содержания мультимедийной истории в представлении массовой аудитории формируется целостная характеристика, направленная на по-

стижение события. Особенности этого постижения, безусловно, определяются еще и так называемым «горизонтом ожидания». По мнению Н.Н. Карпицкого, «ожидание очерчивает определенный горизонт, разграничивающий то, что человек считает возможным, с тем, что ему кажется невероятным» [7. С. 180]. Визуализация смыслов в мультимедийной истории, которая реализуется с помощью фотографий, рисунков, видеофрагментов и даже инфографики, приближает этот жанр к изобразительному искусству, постижение смыслов которого реализуется прежде всего через чувственное восприятие, связанное с эстетическим познанием и переживанием. Воздействие журналистики на аудиторию также опирается на способность заставить аудиторию переживать познаваемое. Чувственные образы, создаваемые мультимедийной историей, приобретают особую воздействующую силу, в том числе и за счет расширения горизонтов ожидания массовой аудитории, которые непосредственно предваряют процесс восприятия глубинных целостных смыслов, заложенных в журналистской публикации. Восприятие события, изложенного средствами мультимедийной истории, направлено на постижение смысла, который объединяет различные разрозненные сведения в единое целое, создавая целостный информационный образ произошедшего. Так происходит в публикации «Открытие Недели шопинга журнала Glamour в универсаме “Цветной”» [16].

Для мультимедийной истории весьма значимым становится стремление к креативности как авторское, так и аудитории. Открытый С.О. Карцевским закон асимметрии лингвистического знака, в соответствии с которым знак и значение постоянно стремятся за пределы изначально симметрических отношений, экстраполируется и на смыслы, воплощаемые в этом журналистском жанре. «Обозначающее (звучание) и обозначаемое (функция) постоянно скользят по “наклонной плоскости реального”. Каждое “выходит” из рамок, назначенных для него партнером, обозначающее стремится обладать иными функциями, нежели его собственная; обозначаемое стремится к тому, чтобы выразить себя иными средствами, нежели его собственный знак» [8. С. 56]. В мультимедийной истории такими обозначающими являются не только слово, но также звуки и картинки, которые стремятся расширить круг своих функций, а содержательные смыслы стремятся освоить другие средства для своего выражения. Именно такое стремление становится основой для творческого, креативного представления информации в этом жанре, что способствует созданию поликодовых высказываний, обладающих смысловой многоплановостью. Так, единицы разнокодовых языковых систем приобретают потенциальную возможность быть одновременно и устойчивыми, неизменными (что обеспечивает их коммуникативную функцию), и подвижными, способными к креативным трансформациям в условиях конкретной ситуации. В этом случае активизируются и игровые возможности предоставления содержания, которые так высоко ценятся сегодня в аудитории. Как считает И.И. Волкова, «игровые форматы предоставляют журналистам новые возможности в качестве средства передачи информации, дают современный, востребованный аудиторией инструмент развития мультимедийных средств массовых коммуникаций» [5. С. 192]. В мультимедийной истории постоянная смена формы предоставления содержания приучает получателя к постоянному решению

своеобразной головоломки, создает завлекательную интригу (например, публикация «Инвестиции на бирже: популярные заблуждения» [17]).

По-своему решается в мультимедийной истории и идея о языковых антиномиях, которые проявляются в журналистском креативном речевом употреблении и определяют в дальнейшем возникающие языковые инновации. По мнению Н.С. Валгиной, «язык постоянно претерпевает изменения, все более и более накапливая свои ресурсы для адекватного выражения смысла, происходящих в обществе перемен» [4. С. 12—13]. Для журналистского языка в целом характерны все важнейшие антиномии, выделяемые Н.С. Валгиной: антиномия говорящего и слушающего, системы и нормы, кода и текста, регулярности и экспрессивности.

Антиномия говорящего и слушающего определяется различиями в намерениях: у журналиста это воздействие, у аудитории — получение необходимой информации. Мультимедийная история углубляет эту антиномию за счет усиления эффекта воздействия. Визуализация смыслового ряда еще больше укрепляет данный эффект. При этом намерения журналиста также могут входить в противоречие с ожиданиями аудитории, так как на пути передачи информации вербальными и невербальными средствами возникают различные коммуникативные барьеры, в том числе и нежелание получателя информации включаться в креативную игру по постижению смыслов, выражаемых по-новому. Так проявляется антиномия системы и нормы, которая в целом характеризует журналистскую стилистику в связи с потребностью сочетания стандарта и экспрессии в журналистских текстах как их основных стилистических доминант.

Функциональность журналистского текста опирается на антиномию регулярности и экспрессивности. Различные по средствам возможности жанра мультимедийной истории позволяют по-новому реализовать эти базовые функции журналистики. Принцип регулярности в жанре мультимедийной истории определяется требованием универсальности и доступности для разных групп и слоев аудитории. Стремление к экспрессии же, напротив, вызвано необходимостью убедить аудиторию в журналистских оценках и мнениях, заставить ее сопереживать, так как в состоянии переживания аудитория становится более податлива и расположена к постижению смыслов, заключенных в тексте.

Антиномия кода и текста ярко проявляется в журналистском жанре мультимедийной истории в связи с ее поликодовостью и кодированием информации в различных знаковых системах. Коды необходимы для того, чтобы донести до аудитории смыслы, заложенные в тексте. Однако смыслы всегда оказываются глубже, чем знаковая система, с помощью которой осуществляется кодировка.

Все ряды антиномий присутствуют в публикации «“Студия Артемия Лебедева” разработала корпус вертолета» [18].

Проблемы креативного подхода к созданию и пониманию текста занимают многих современных исследователей. Им посвящают свои труды Т.А. Гридина, В.З. Санников, Е.Н. Ремчукова и др. В концепции О.А. Крыловой творческие типы текстов разделяются на тексты с образным заданием и тексты с креативным заданием. По мнению исследователя, образное задание присуще художественным текстам, выполняющим эстетическую функцию и обладающим подлинно худо-

жественной образностью в широком смысле, создаваемой всей системой языковых средств. Креативное задание свойственно, считает О.А. Крылова, текстам рекламным, газетно-публицистическим, церковно-религиозным, научно-популярным и разговорным, авторы которых используют тропы, фигуры речи, языковую игру и другие специальные приемы, реализующие креативный потенциал языковых средств без реализации эстетической функции и той многоплановости, которая характеризует художественное слово [9. С. 22]. В мультимедийной истории в силу ее многоуровневого подхода к осмыслению и представлению события совмещаются оба творческих типа текстов, что придает этому жанру свойства художественности и эстетичности, но не лишает его журналистской прагматичной направленности.

**Заключение.** Журналистское речевое употребление особенно актуализирует креативные возможности языка, так как журналисты находятся в постоянном поиске наиболее точных слов и определений для выражения смыслов и воздействия на массовую аудиторию. Взаимодействие журналиста с аудиторией в жанре мультимедийной истории переводит проблемы восприятия на более глубокий уровень, на котором происходит не просто получение информации о событии, а усвоение по-разному закодированных смыслов сообщения, в результате чего эффект воздействия существенно усиливается.

## ЛИТЕРАТУРА

- [1] *Азимов Э.Г., Щукин А.Н.* Словарь методических терминов (теория и практика преподавания языков). СПб.: Златоуст, 1999. 472 с.
- [2] *Арутюнова Н.Д.* Предложение и его смысл (логико-семантические проблемы). Изд. 2-е, стереотипное. М.: Едиториал УРСС, 2002. 384 с.
- [3] *Бавра Н.В.* Проблема восприятия в современной науке и философии: Гносеологическая адекватность психического образа. URL: <http://www.dissercat.com/content/problema-vozprijatiya-v-sovremennoi-nauke-i-filosofii-gnoseologicheskaya-adekvatnost-psichic> (дата обращения — 1.12.15).
- [4] *Валгина Н.С.* Теория текста: учеб. пособие. М.: Логос, 2003. 280 с.
- [5] *Волкова И.И.* Homo ludens эпохи экранных коммуникаций: монография. М.: РУДН, 2014. 272 с.
- [6] *Гаспаров Б.М.* Язык, память, образ. Лингвистика языкового существования. М.: Новое литературное обозрение, 1996. 352 с.
- [7] *Карпицкий Н.Н.* Феноменология восприятия и опыт искусства // Человек.RU: гуманитарный альманах. Новосибирск: НГУЭУ, 2008. № 4. С. 174–183.
- [8] *Карцевский С.О.* Об асимметричном дуализме лингвистического знака // Звегинцев В.А. История языкознания XIX–XX веков в очерках и извлечениях. М.: Просвещение, 1965. Ч. 2. 86 с.
- [9] *Крылова О.А.* Образность и тексты с креативным заданием // Научные доклады высшей школы. Филологические науки. 2013. № 3. С. 20–25.
- [10] *Локк Дж.* Сочинения: В 3-х т. Т. 1 / под ред. И.С. Нарского. М.: Мысль, 1985. 623 с.
- [11] Энциклопедия эпистемологии и философии науки / под ред. И.Т. Касавина. URL: [http://enc-dic.com/enc\\_epist/Vosprijatie-11](http://enc-dic.com/enc_epist/Vosprijatie-11). (дата обращения — 1.12.15).
- [12] Не место для бизнеса. URL: [http://www.forbes.ru/sp\\_data/2015/vdnh/index.html#pg1](http://www.forbes.ru/sp_data/2015/vdnh/index.html#pg1) (дата обращения — 2.12.15).
- [13] Стыд гражданской войны. URL: <http://rusrep.ru/article/2015/10/15/styid-grazhdanskoj-vojny> (дата обращения — 3.12.15).

- [14] Готов к труду и обороне. URL: <http://lenta.ru/articles/2015/10/09/gto/> (дата обращения — 3.12.15).
- [15] Россиян не удивили теракты в Париже. URL: <http://izvestia.ru/news/595940> (дата обращения — 3.12.15)..
- [16] Открытие Недели шопинга журнала Glamour в универмаге «Цветной». URL: <http://www.glamour.ru/fashion/news/1196511/> (дата обращения — 2.12.15).
- [17] Инвестиции на бирже: популярные заблуждения. URL: <http://journal.tinkoff.ru/investing/> (дата обращения — 2.12.15).
- [18] «Студия Артемия Лебедева» разработала корпус вертолета. URL: <http://www.lookatme.ru/mag/live/experience-news/217827-lebedev> (дата обращения — 4.12.15).

## MULTIMEDIA STORY: PERCEPTION OF MASS AUDIENCE

E.V. Prasolova

People's friendship university of Russia  
*Miklukho-Maklaya str., 6, Moscow, Russia, 117198*

The article is devoted to the perception of the genre of journalistic multimedia stories. Having considered the basic features of the interaction of this genre with a mass audience in connection with the implementation of key features of journalism and journalistic text, as well as actual changes of the Russian language in the practice of journalism, the author comes to the conclusion that the effect of multimedia stories is significantly enhanced translates the problem of perception at a deeper level, which is not just getting information about the event, and the assimilation of the differently encoded meanings of the message.

**Key words:** perception, multimedia story, the genre, the mass audience, journalism

### REFERENCES

- [1] Azimov Je.G., Shhukin A.N. Slovar' metodicheskikh terminov (teorija i praktika prepodavaniya jazykov) [The dictionary of methodical terms (theory and practice of language teaching)]. SPb.: Zlatoust, 1999. 472 s.
- [2] Arutjunova N.D. Predlozhenie i ego smysl (logiko-semanticheskie problemy). [The sentence and its meaning (the logical-semantic problems)] Izd. 2-e, stereotipnoe. M.: Editorial URSS, 2002. 384 s.
- [3] Bavra N.V. Problema vosprijatija v sovremennoj nauke i filosofii: Gnoseologicheskaja adekvatnost' psihicheskogo obraza. [The problem of perception in modern science and philosophy: Epistemological adequacy of a mental image]. Available at: <http://www.dissercat.com/content/problema-vospriyatija-v-sovremennoi-nauke-i-filosofii-gnoseologicheskaya-adekvatnost-psihic> (accessed 1 December 2015).
- [4] Valgina N.S. Teorija teksta: Uchebnoe posobie. [The theory of the text: textbook]. M.: Logos, 2003. 280 s.
- [5] Volkova I.I. Homo ludens epohi ekrannyh kommunikacij: monografija. [Homo ludens era on-screen communications: monograph]. M.: RUDN, 2014. 272 s.
- [6] Gasparov B.M. Jazyk, pamjat', obraz. Lingvistika jazykovogo sushhestvovanija. [Language, pamjat', image. Lingvistika jazykovogo sushhestvovanija]. M.: Novoe literaturnoe obozrenie [New literary observer], 1996. 352 s.

- [7] Karpickij N.N. Fenomenologija vosprijatija i opyt iskusstva [Phenomenology of perception and experience of art] / *Chelovek.RU: gumanitarnyj al'manah* [People.RU: Humanities almanac]. Novosibirsk: NGUJeU, 2008. № 4. S. 174–183.
- [8] Karcevskij S.O. Ob asimmetrichnom dualizme lingvisticheskogo znaka [About asymmetric dualism of the linguistic sign] // Zvegincev V.A. Istorija jazykoznanija XIX—XX vekov v ocherkah i izvlechenijah [The history of linguistics of the XIX—XX centuries in essays and extracts]. M.: Prosveshhenie [Education], 1965. Ch. 2. 86 c.
- [9] Krylova O.A. Obraznost' i teksty s kreativnym zadaniem [The imagery and lyrics with a creative job] // *Nauchnye doklady vysshej shkoly. Filologicheskie nauki*. [Scientific reports of higher school. Philology]. 2013. № 3. S. 20–25.
- [10] Lokk Dzh. Sochinenija [Woks]: V 3-h t. T. 1 / Pod red. I.S. Narskogo. M.: Mysl' [The idea], 1985. 623 s.
- [11] Enciklopedija epistemologii i filosofii nauki / pod red. I.T. Kasavina. [Encyclopedia of epistemology and philosophy of science]. Available at: [http://enc-dic.com/enc\\_epist/Vosprijatie-11](http://enc-dic.com/enc_epist/Vosprijatie-11) (accessed 1 December 2015).
- [12] Ne mesto dlja biznesa. Available at: [http://www.forbes.ru/sp\\_data/2015/vdnh/index.html#pg1](http://www.forbes.ru/sp_data/2015/vdnh/index.html#pg1) (accessed 1 December 2015).
- [13] Styd grazhdanskoj vojny. Available at: <http://rusrep.ru/article/2015/10/15/styid-grazhdanskoj-vojny> (accessed 1 December 2015).
- [14] Gotov k trudu i oborone. Available at: <http://lenta.ru/articles/2015/10/09/gto/> (accessed 1 December 2015).
- [15] Rossijan ne udivili terakty v Parizhe. Available at: <http://izvestia.ru/news/595940> (accessed 2 December 2015).
- [16] Otkrytie Nedeli shoppinga zhurnala Glamour v univermage «Cvetnoj». Available at: <http://www.glamour.ru/fashion/news/1196511/> (accessed 2 December 2015).
- [17] Investicii na birzhe: populjarnye zabluzhdenija. Available at: <http://journal.tinkoff.ru/investing/> (accessed 2 December 2015).
- [18] «Studija Artemija Lebedeva» razrabotala korpus vertoljota. Available at: <http://www.lookatme.ru/mag/live/experience-news/217827-lebedev> (accessed 2 December 2015).