А. А. Тертычный

Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова

ИНТЕРНЕТ-СМИ: СПЕЦИФИКА ЖАНРООБРАЗОВАНИЯ

Осмыслению жанров интернет-СМИ будет способствовать уточнение значимых в данном случае взаимосвязанных понятий: «жанр», «текст», «гипертекст», «медиа», «мультимедиа». Как известно, под жанрами обычно понимаются виды текстов как автономных публикаций. Гипертекст выступает как связанная в единую среду с помощью гипертекстовых ссылок совокупность ряда автономных текстов. Причем для Интернета типичным является, условно говоря, гипертекст-трансформер, меняющийся во времени в зависимости от пополнения исходной информации иными текстами. Понятия «медиа» и «мультимедиа» обозначают средство (средства) отображения действительности (печатное слово, визуальные образы, звук), на использовании которых и базируются те или иные виды СМИ, также обозначаемые как «медиа». Информационный продукт (текст или гипертекст), созданный с помощью одного медиа, является мономедийным, а с помощью двух и более средств – мультимедийным. Деление на жанры такого продукта в Интернет-СМИ позволяет говорить о следующих его группах: 1) мономедийные текстовые жанры (вербальные – заметка, отчет, интервью и пр.; визуальные – фотогалерея, слайд-шоу, рисунок, видеоиллюстрация и пр.); аудиальные – подкаст, аудиоверсия текста, аудиоиллюстрация); 2) мультимедийные текстовые жанры (вербально-визуальные – любой текст, сопровожденный фотографией, рисунком, комиксом и пр.; аудио-визуальные – видеоколонка, аудиослайд, потоковое видео и пр.; вербально-визуально-аудиальные – любой текст, сопровожденный, звуком, фотографией, рисунком, или законченный видеосюжет, в который включены фрагменты печатного текста и звуковой ряд и т.д.); 3) мономедийные гипертекстовые жанры (например, аудиоверсия газетного/журнального номера и пр.); 4) мультимедийные гипертекстовые жанры (интерактивный видеомост, мультимедийная презентация, мультимедийная статья и пр.).